

COMMUNIQUE DE PRESSE

Tassin-la-Demi-Lune, octobre 2002

" LA PUB TV DEBARQUE SUR INTERNET "

Un nouveau format publicitaire on-line séduit les annonceurs traditionnels

Appelé intra-stream, ce nouveau mode d'expression publicitaire consiste à insérer un spot publicitaire à l'ouverture d'un contenu vidéo sélectionné volontairement par l'internaute. Tout comme la pub au cinéma, c'est alors qu'il s'apprête à regarder un reportage, un clip ou une bande-annonce que l'internaute est exposé à un film publicitaire.

Développé par ADVERTSTREAM, régie publicitaire Internet spécialisée en streaming media, l'intra-stream utilise pleinement les avantages de l'audio et de la vidéo, alors que de plus en plus d'internautes français consultent ces contenus en ligne.

S'appuyant sur une plate-forme technologique innovante, spécialement dédiée au streaming media, ce format publicitaire présente un certain nombre d'avantages qui sont actuellement très recherchés par les annonceurs :

- il permet la diffusion de qualité d'une image de grande taille (allant du quart d'écran au plein écran),
- il retient toute l'attention de l'internaute, alors que celui-ci est en attente d'un contenu vidéo qu'il a lui-même sélectionné,
- il occupe tout l'espace visuel de l'internaute et est le seul message publicitaire à l'écran (pas d'encombrement),
- il garantit que l'environnement sonore de l'internaute est activé (présence d'une carte son et enceintes actives),
- il permet d'éviter tous les problèmes techniques liés aux "players" et à l'équipement multimédia des internautes (l'internaute consommateur de contenus vidéos étant par définition équipé des logiciels nécessaires),
- il garantit l'exposition de l'internaute au message publicitaire (la diffusion du spot n'est comptabilisée que lorsqu'il a été entièrement vu),

"Deux ans après la brève apparition du streaming vidéo dans les bannières et dérivés (pop-up, rectangles, skyscrapers...), l'intra-stream optimise l'exploitation du streaming publicitaire en développant des propriétés proches des formats TV et Cinéma", explique Benoit de Bellefroid, le nouveau directeur commercial d'AdvertStream. "Il permet aux annonceurs de rentabiliser leurs créations publicitaires tout en leur ajoutant une dimension interactive : les internautes répondent à la promesse publicitaire en cliquant immédiatement sur le spot... ils se retrouvent alors directement sur le site de l'annonceur".

En terme d'efficacité publicitaire, le film vidéo en intra-stream permet :

- de bénéficier d'un très bon taux de mémorisation (proche du cinéma avec un bêta de 75),
- de toucher son cœur de cible avec une excellente visibilité,
- de réaliser un couplage vidéo TV/ WEB
- de répondre aussi bien à un objectif d'image et de notoriété que de recrutement (le taux de clic s'élève entre 10% et 20%).

De plus, les offres packagées proposées par ADVERTSTREAM permettent de bénéficier de Coûts Contacts Mémorisés très performants. "Sur les cibles majoritaires de l'Internet (15-24, 15-34, CSP+...), la comparaison du Coût Contact Mémorisé avec les autres médias est plus qu'avantageuse" explique Bertrand GROS, directeur général de la société.

Une technologie innovante au service d'un large réseau de diffusion

Avec une audience mensuelle de plusieurs dizaines de millions de sessions vidéo, et composé de plus de 50 chaînes Internet, le réseau ADVERTSTREAM est le leader français de l'audience streaming.

En se regroupant au sein de ce réseau, les chaînes Internet ou sites éditeurs diffuseurs de contenus vidéo se montrent convaincus de l'intérêt de mutualiser l'audience audio-vidéo sur le paysage français

du streaming. Qu'ils soient prolongation de médias TV & Radio classiques ou éditeurs indépendants, ils sont déjà nombreux à avoir rejoint la régie ADVERTSTREAM et à lui confier la gestion et la commercialisation de leurs emplacements publicitaires en streaming. "Le réseau de chaînes Internet allié à notre technologie permet de séduire les annonceurs traditionnels avec des offres véritablement attractives en terme de couverture média et de possibilités de ciblage" explique Sylvain MOREL, fondateur de la société.

Ce réseau est piloté par une technologie propriétaire et innovante (Ad-Access©). Développée en interne et spécialement conçue pour le streaming publicitaire, elle permet de gérer l'ensemble des opérations de mise en œuvre d'une campagne en intra-stream (achat d'espace, programmation, trafic management, diffusion, encodage, hébergement, facturation, rapports de campagnes, statistiques de l'audience...).

Plusieurs acteurs traditionnels de l'univers des media, notamment CircuitA, régie spécialisée en cinéma, ont noué un partenariat avec la société ADVERTSTREAM afin de bénéficier de la puissance de son réseau de chaînes Internet et de la grande fiabilité de sa technologie.

Intensifier le souvenir publicitaire tout en favorisant le recrutement

Avec un format répondant ainsi aux objectifs des annonceurs traditionnels, le spot vidéo en intra-stream a déjà séduit plusieurs secteurs d'annonceurs (alimentation, téléphonie mobile, boissons, banque, édition, luxe, équipement sportif, informatique...). Des annonceurs comme Yop (groupe Yoplait), Gini (groupe Cadbury-Schweppes) ou la Société Générale ont été convaincus de l'utilisation de ce format en affinité avec leurs objectifs de campagne (notoriété, génération d'événement autour du site, recrutement d'une cible précise...).

L'exploitation d'un spot TV sur Internet permet d'optimiser considérablement une campagne TV en terme de mémorisation.

Laetitia SORRIBES, chef de produit Yop (www.yop.tm.fr) du groupe Yoplait :

" C'est la première fois que nous utilisons le support Internet... Nous avons retenu le format vidéo...

Nous avons été très satisfaits des résultats de notre campagne vidéo sur Internet en couplage TV, car ce dispositif a permis à la fois d'optimiser notre campagne TV en terme de mémorisation, et de recruter avec un excellent taux de clic (15%) des internautes sur notre site ".

Certains annonceurs utilisent le streaming publicitaire pour réaliser une avant-première ou assurer une deuxième vie à leur spot TV sur Internet, ceci afin d'optimiser le souvenir publicitaire obtenu par la campagne TV.

Helena François, chef de marque GINI du groupe Cadbury-Schweppes :

" Avec cette campagne publicitaire en streaming vidéo, nous avons pu répondre à plusieurs objectifs : avant-première du spot publicitaire sur Internet avec effet de marketing viral, image et notoriété, recrutement des internautes sur le site de la marque www.gini.fr où le making-of du film publicitaire est présent et a beaucoup suscité l'intérêt des internautes... ".

ADVERTSTREAM propose aussi la possibilité d'adapter ou de produire, via des partenaires, des spots publicitaires spécifiques au web pour des annonceurs n'ayant pas de spots TV ou pour ceux ne souhaitant pas utiliser les spots déjà réalisés. Ce dispositif peut alors devenir un véritable outil de recrutement avec des taux de clic dépassant souvent les 20% et une échelle d'économie et d'affinité excellente.

A propos d'AdvertStream

Fondée début 2001 par Sylvain MOREL et Bertrand GROS, la société ADVERT STREAM S.A. se positionne sur le marché des régies Internet avec un format spécifique : le spot vidéo en streaming. Leader sur ce marché, la société est parrainée par la Fondation Scientifique du Sud-Est, France Télécom et La Banque Populaire. Son effectif est composé de 7 personnes réparties entre le siège social à Lyon et son agence à Paris.

Contact presse - presse@advertstream.com

Site Internet : [régie publicitaire](#)