

Paris, le 10 février 2009

LE SYNDICAT DES REGIES INTERNET ANNONCE L'ADHESION DE SPECIFIC MEDIA ET M6 PUBLICITE DIGITAL

Deux nouvelles régies membres

Début 2010, le SRI a accueilli deux nouveaux acteurs du secteur de l'e-publicité en France : **Specific Media**, régie publicitaire online spécialiste des technologies de ciblage basées sur l'analyse d'audience, et **M6 Publicité Digital**, la régie publicitaire des sites Internet et nouveaux médias de M6 Web, filiale du Groupe M6. Avec deux nouvelles régies, le SRI compte désormais 18 membres et continue d'affirmer sa représentativité dans le secteur de l'e pub.

Comme les autres régies membres du SRI, Specific Media et M6 Publicité Digital ont signé la charte qualité du syndicat et s'engagent donc à respecter les règles de bonne conduite éditées par ce dernier.

Développer et professionnaliser le marché de la publicité en ligne

Le SRI représente aujourd'hui plus de 95% de l'audience Internet (Source Médiamétrie décembre 2009, base adnetworks) et 77 % des investissements publicitaires bruts sur Internet (Source Kantar Media année 2009).

« Unies par les mêmes enjeux et une envie commune de professionnaliser le marché, les 15 régies membres du SRI ont pour objectif de développer et structurer ensemble le marché publicitaire online mais aussi d'échanger sur les bonnes pratiques de ses métiers », explique Luc Tran Thang, Président du Syndicat des Régies Internet.

Aujourd'hui, le SRI constitue un véritable réseau d'experts d'Internet. Il a pour vocation de développer et de professionnaliser le marché de la publicité en ligne en facilitant l'accès au média Internet en tant que support publicitaire et en défendant les intérêts de ses membres. Le SRI concentre ainsi son action autour d'enjeux clés pour le secteur en 2010 :

- **La mesure des investissements publicitaires**
- **La fiabilité de la mesure de l'audience**
- **La mesure de l'efficacité du média**
- **Le suivi des réglementations impactant le secteur**
- **La promotion et la revalorisation du média**
- **Le développement des expertises métier**

Le Syndicat s'est donné pour mission de renforcer les relations de travail entre les acteurs de la publicité pour contribuer au rayonnement et à la connaissance du média Internet en valorisant ses spécificités auprès des annonceurs, des agences et des instances professionnelles.

À propos de Specific Media

Specific Media est une régie publicitaire online spécialiste des technologies de ciblage basées sur l'analyse d'audience. Son réseau donne accès à plus de 268 millions d'internautes dont 29 millions en France (source comScore et Nielsen, décembre 2009).

Grâce à sa technologie propriétaire, Specific Media propose aux annonceurs un ciblage basé sur la pertinence démographique, géographique, contextuelle et surtout comportementale. A travers une combinaison unique de technologies de ciblage avancées, une couverture puissante via son réseau de sites Premium, et une expertise fine en analytique comportementale, Specific Media apporte une réponse mesurable aux enjeux marketing des annonceurs. Specific Media a été fondée aux États-Unis en juillet 1999 par Tim, Chris et Russell Vanderhook. Le siège de la société est situé à Irvine en Californie.

www.specificmedia.com

Contacts presse Specific Media

HDL COMMUNICATION

Nicolas Faget

01 58 65 20 17

nfaget@hdlcom.com

Jérémy Bellais

01 58 65 00 70

jbellais@hdlcom.com

À propos de M6 Publicité Digital

M6 Publicité Digital est la régie publicitaire des sites Internet et nouveaux médias de M6 Web, filiale du Groupe M6. Avec un réseau de plus de 25 sites, son offre s'articule autour de contenus média (M6 Replay, Clubic.com, Deco.fr, M6.fr, Jeuxvideo.fr, Turbo.fr..) et touche plus de 12 millions de visiteurs uniques mensuels, soit une couverture de plus de 34% des internautes français.

Régie pionnière dans la commercialisation de spots vidéo in-stream sur Internet, elle est désormais la référence des offres de catch-up TV.

L'innovation et la création sont aussi les valeurs fortes de M6 Publicité Digital, tant au niveau des supports (publicité sur IPTV, sites et applications mobile) que des formats proposés (vidéo, rich-media événementiel, opérations spéciales).

(Source : Médiamétrie / NetRatings, décembre 2009, tous lieux)

Contacts presse M6 Publicité Digital

Marianne MAYER

Chargée de communication corporate du Groupe M6

01 41 92 66 23 - 06 07 12 49 94

marianne.mayer@m6.fr

À propos du SRI

Le Syndicat des Régies Internet (SRI) a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France.

La démarche du SRI : soutenir les investissements et le développement du média Internet, valoriser les spécificités et la compétitivité du média, faciliter l'accès au média Internet par une professionnalisation et une simplification des offres, exploiter la créativité du média, et assurer la représentativité du Syndicat auprès de l'ensemble des acteurs de la publicité interactive.

AlloCiné, Au Féminin, AOL Advertising, Benchmark Média, Express Roularta Services, Figaro Medias, HI-Média, Horizon Média, I-Régie, Lagardère Active Publicité, M6 Publicité Digital, Microsoft Advertising France, Orange Advertising Network, Specific Media, Springbird, TF1 Publicité, Weborama et Yahoo! France sont membres du SRI. Le président du SRI est Luc Tran-Thang, VP Orange Advertising Network.

www.sri-france.org

Contact Presse SRI

IDENIUM- Premium Press Office

Myriam de Chassey

01 56 21 19 96

myriam@idenium.com