



communiqué de presse
Paris, le 12 février 2010

Orange Advertising Network lance « visibilité garantie », une nouvelle offre publicitaire innovante qui met en avant l'efficacité d'internet en tant que média d'image

Le contexte économique actuel a entraîné un fléchissement des investissements publicitaires et, plus que jamais, la recherche, par les annonceurs, d'une meilleure rentabilité de leurs campagnes. Sur Internet, seul média à tirer son épingle du jeu en affichant une progression des investissements publicitaires sur l'année 2009, là où l'ensemble des médias est en régression, le taux de clic est souvent retenu comme l'indicateur par excellence. Cette unique mesure d'efficacité de la campagne est pourtant parfois perçue comme réductrice pour la majorité des annonceurs et ne reflète pas toujours, une réalité objective. C'est pourquoi, dans le cadre de la publication de ses tarifs 2010, Orange Advertising Network lance « visibilité garantie », une offre destinée aux annonceurs et aux agences, qui repose sur une exposition publicitaire effective des campagnes d'au moins 20 secondes en moyenne.

« Visibilité garantie », une offre qui met en avant la qualité des sites d'Orange Advertising Network

Orange Advertising Network innove en lançant sa nouvelle offre publicitaire intitulée « visibilité garantie ». « Visibilité garantie » intègre en effet un nouvel indicateur de mesure de la performance des campagnes online sur les sites dont la régie d'Orange commercialise l'espace publicitaire : la durée d'exposition. L'offre propose et garantit ainsi une durée d'exposition moyenne d'au moins 20 secondes pour des campagnes programmées sur les portails du Groupe ainsi que sur les sites partenaires, comme par exemple ViaMichelin.fr, sports.fr et 2424actu.fr. C'est à la société Alenty que la mesure des campagnes a été confiée.

« Visibilité garantie » se décline sur trois cibles média (« ensemble », « femmes 25/49 ans », « hommes 25/49 ans »), pour des bannières publicitaires de format medium rectangle standard, et avec une tarification des emplacements proposée au coût pour mille.

Le client bénéficie d'un service sur-mesure avec une équipe dédiée chargée d'optimiser quotidiennement la campagne. A l'issue de la campagne, l'annonceur reçoit un bilan Alenty certifiant la durée d'exposition de 20 secondes (en moyenne) sur sa campagne.

Orange Advertising Network, un réseau publicitaire puissant

Orange Advertising Network est un réseau publicitaire premium garantissant des solutions émergentes et innovantes sur 3 écrans, en France et à l'international.

- **le réseau de sites partenaires sur l'internet et l'internet mobile : Orange Advertising Network** commercialise l'espace des sites du groupe (orange.fr, cityvox.fr, voila.fr) ainsi que celui d'une vingtaine de partenaires référents sur le web.
- **une offre puissante et diversifiée** : la richesse des sites partenaires permet de déployer des dispositifs puissants sur l'ensemble du réseau, mais aussi d'enrichir les solutions de ciblage (thématique, comportemental, géographique...). Il répond ainsi à l'ensemble des objectifs marketing.
- **lune communication via les 3 écrans** : internet, TV, mobile, qui développe ainsi une stratégie de convergence et d'innovation.

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 126 millions de clients, pour l'internet, la télévision et le mobile dans la majorité des pays où le Groupe est présent. En 2008, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 53,5 milliards d'euros (38,1 milliards d'euros sur les neuf premiers mois de 2009). Au 30 septembre 2009, le Groupe comptait près de 190 millions de clients dans 32 pays, dont 128,8 millions de clients du mobile et 13,4 millions de clients ADSL dans le monde. Orange est le troisième opérateur mobile et le deuxième fournisseur d'accès Internet ADSL en Europe et l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales, sous la marque Orange Business Services.

La stratégie du Groupe est fondée sur la convergence et l'innovation. Elle se caractérise par la maîtrise des coûts et vise à faire d'Orange l'opérateur intégré de référence pour les services de télécommunications en Europe. Aujourd'hui, le Groupe reste concentré sur son cœur de métier d'opérateur de réseau, tout en développant ses positions sur des nouvelles activités de croissance. Afin de répondre aux attentes des clients, le Groupe s'efforce de fournir des produits et des services simples et conviviaux, grâce à son modèle de performance durable et responsable qui peut s'adapter aux conditions d'un écosystème en pleine mutation.

France Télécom (NYSE :FTE) est cotée sur Euronext Paris (compartiment A) et sur le New York Stock Exchange.

Pour plus d'informations : www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

contacts presse :

Héloïse Rothenbühler : 01 44 44 93 93 heloise.rothenbuhler@orange-ftgroup.com

Marylin Daled : 01 55 22 36 56 marylin.daled@orange-ftgroup.com