



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 14 mars 2014

LE SRI ANNONCE L'ADHESION DE 5 NOUVEAUX MEMBRES

En 2014, le SRI accueille cinq nouveaux acteurs de l'e-publicité : **Ebuzzing**, **GMC Connect**, **Les Echosmédias**, **Next Régie** et le **Web66**.

En couplant la puissance de la vidéo et l'engagement du digital, la régie **Ebuzzing** donne une nouvelle dimension aux campagnes vidéos. Avec une équipe de R&D de 70 développeurs, Ebuzzing place l'innovation au cœur de son offre, avec l'ambition de réinventer la publicité vidéo. Depuis 2007, elle accompagne la montée en puissance de ce format avec une proposition disruptive, et cela sur tous les écrans. Avec 70% de couverture mensuelle selon Médiamétrie, Ebuzzing est aujourd'hui en France le premier réseau de diffusion de publicités vidéo en dehors du flux vidéo avec un portefeuille de formats impactants et engageants sur les médias et les médias sociaux. Dans ce contexte digital, Ebuzzing propose un nouveau contrat publicitaire aux internautes en leur donnant le choix de regarder la publicité qu'ils souhaitent, au moment où ils le souhaitent. Grâce à sa technologie de ciblage propriétaire qui leur permet de diffuser la publicité de manière contextuelle, Ebuzzing garantit également une adhésion optimale de l'utilisateur parvenant ainsi à créer les conditions nécessaires pour susciter de l'intérêt et générer de l'engagement.

GMC Connect, régie publicitaire digitale du groupe Marie Claire, est la 2ème offre digitale des marques de presse féminine. Avec près de 10 millions de visiteurs uniques chaque mois, son offre publicitaire repose sur un ensemble de 18 sites premium et 1 réseau de 120 sites et blogs, qui s'articule autour de 4 univers : Féminin, Parental, Art de vivre et Santé. GMC Connect propose aux annonceurs et agences d'activer tous les leviers digitaux (web, mobile et tablette) pour répondre au mieux à leurs problématiques de communication : branding via des formats rich media et événementiels, solutions digitales (native advertising, ciblage comportemental, extension d'audience...), opérations spéciales sur-mesure, marketing direct, e-commerce et réseaux sociaux/blogueuses.

Les Echosmédias est la régie publicitaire du Groupe Les Echos. A ce titre, elle commercialise l'ensemble du portail LesEchos.fr, le 1er en France à adopter le principe d'un paywall dès octobre 2012. LesEchos.fr affiche une audience record en octobre 2013, en progression de +18% sur un an, avec près de 15 millions de visites¹ et un record de 3 849 000 visiteurs uniques².

Marque leader en France sur la cible des Business Elite avec 77% de couverture en 2013³, Les Echosmédias proposent aux agences et annonceurs des dispositifs globaux média et hors media pour toucher efficacement la cible des décideurs influenceurs. Avec son offre Data, Les Echosmédias permettent également de renforcer l'efficacité des campagnes digitales grâce au ciblage audience sur des segments extrêmement fins et précis de décideurs.

Bien plus qu'une régie, Les Echosmédias donnent la possibilité aux marques d'activer de nombreux leviers de communication : publicité classique, opérations spéciales, brand content, ciblage comportemental avec la Data et aussi hors media avec une cellule dédiée Les Echos Events qui organisent déjà plus de 100 manifestations par an.

Next Régie est la régie du Groupe NextRadioTV qui édite 2 principaux sites BtoC : BFMTV.com et o1NET.com, ainsi que le site BtoB o1BUSINESS.com. Chaque mois, les supports digitaux du groupe rassemblent 9 millions de visiteurs uniques, 1,5 million de mobinautes et 1,1 million de tablonautes⁴. L'ensemble de l'expertise digitale du Groupe se distingue par la puissance et l'exclusivité de ses contenus vidéo (42,4 millions de vidéos vues en janvier 2014), sa structure d'audience segmentée sur les Hommes actifs CSP+, et ses marques premium de référence dans les univers News et High-Tech.

Après avoir été piloté par Amaury Médias, l'ensemble des contenus publicitaires des sites web de la PQR, regroupé sous l'offre **Web66**, est dorénavant commercialisé par les régies **Com Quotidiens et Quotidiens Associés**. Créée en 1998, Web66 s'est imposée comme une offre d'actualité puissante via sa proximité et la relation privilégiée des internautes avec les marques de leur région. Chaque mois, Web66 rassemble plus de 16,7 millions de visiteurs et 536 millions de pages vues. En moyenne, l'offre touche 1 internaute sur trois (36%) chaque mois et près de 50% de CSP+. La puissance du local et l'attachement des internautes aux marques de PQR, permet au Web66 de réduire la distance entre l'exposition publicitaire et l'acte d'achat. Un atout qui fait également du Web66 une offre roiste, parfaitement adaptée aux stratégies de communication des annonceurs.

Comme les autres régies membres du SRI, **Ebuzzing**, **GMC Connect**, **Les Echosmédias**, **Next Régie** et le **Web66** ont signé la charte qualité du syndicat et s'engagent donc à respecter les règles de bonne conduite éditées par ce dernier.

¹ Source OJD numérique : évolution octobre 2013 versus octobre 2012

² Source : Médiamétrie Nielsen Net Ratings, sous-catégorie « informations et actualités financières », octobre 2013.

³ Source : Ipsos BE Europe

⁴ Source : Mediamétrie Netratings – Mesure Hybride Internet Fixe (nov 2013) / Mesure Internet Mobile (nov 2013) / Panel Tablettes (T2 2013)

À propos d'Ebuzzing

Ebuzzing réinvente la publicité vidéo sur internet en créant des expériences vidéo engageantes sur les médias et les médias sociaux.

Son portefeuille de solutions répond à des problématiques différentes. Ebuzzing Social diffuse les contenus de marques sur les réseaux sociaux. Ebuzzing Media favorise l'émergence des vidéos en donnant au consommateur le choix de la publicité qu'il souhaite regarder. Quant à Ebuzzing Impact, ses formats rich média originaux captent l'attention des internautes tout en donnant du relief aux messages. Et enfin Ebuzzing Mobile, une solution multiscreen qui diffuse les messages sur tous les écrans en utilisant une technologie et des formats innovants.

À ce jour, Ebuzzing a distribué des milliers de campagnes pour les plus grandes marques comme Acer, Adidas, Evian, Heineken, LG, ou Samsung dans 73 pays à travers le monde grâce à un réseau de plus de 26 000 publishers.

Créé par Pierre Chappaz et Bertrand Quesada en 2007, Ebuzzing emploie plus de 250 collaborateurs évoluant dans des bureaux situés à New York, à Londres, en France, en Italie, en Allemagne, en Espagne, au Luxembourg, au Maroc et à Dubai. Son département dédié à la R&D est composé de 70 personnes, preuve de l'engagement de l'entreprise en faveur de l'innovation.

www.ebuzzing.com/fr/

A propos GMC Connect

GMC Connect – 18 sites et 1 réseau de 120 sites & blogs – 9.9 M VU / MNR décembre 2013 –

marieclaire.fr - marieclaireremaison.com - marieclaireidées.com - cosmopolitan.fr - magazine-avantages.fr - magicmaman.com - famili.fr - larevueduvindefrance.com - votrebeaute.fr - cuisineetvinsdefrance.com - shopmydear.fr - monbebe.com - delamaison.fr - penelope-jolicoeur.com - eurekasante.fr - aujourd'hui.com - supertoinette.com - etreenceinte.com - tinkersstyle.com

www.gmcfactory.com

A propos des Echosmédias

Les Echosmédias est la régie du Groupe Les Echos et commercialise à ce titre l'ensemble des supports du groupe : Les Echos, Enjeux, Série Limitée, Investir Hebdo, Connaissance des Arts, Radio Classique et Classica ainsi que l'ensemble des sites Internet et des applications mobiles dédiés à ces différentes marques.

A travers ses supports, Les Echosmédias touche une cible incontournable pour les marques, celle des Decision Makers : En 2013, 77% des Business Elite en France sont lecteurs, internautes, mobinautes et tablonauts de la marque Les Echos (Source : Ipsos BE Europe 2013). La marque Les Echos est la marque leader en France sur cette cible ultra qualifiée.

www.lesechosmedias.fr

A propos de Next Régie

NextRégie, régie publicitaire du groupe pluri-média indépendant NextRadioTV, commercialise les espaces publicitaires de RMC, BFM Business, o1Net, BFMTV et RMC Découverte.

Ce groupe centré autour des 4 thématiques: l'information généraliste, le sport, l'économie et le high-tech et déploie son savoir-faire sur 4 supports : Radio, Télévision, Internet Fixe et Mobile.

RMC, radio généraliste propose, autour du tryptique Info Talk Sport un format inédit 100% parlé. Elle réunit plus de 4 millions d'auditeurs quotidiens.

BFMTV, 1ère chaîne d'info de France, diffusée 24h/24 et 7j/7, rassemble chaque jour 10 millions de téléspectateurs. Sa matinale s'est imposée comme un véritable réflexe dans le quotidien des Français, la propulsant 2ème chaîne la plus regardée entre 6h et 9h

BFM Business, pure player media multiplay Radio, TV et Digital, est la marque référente de l'économie. Ses intervenants prestigieux et la précision de ses décryptages réunissent aujourd'hui 4,84 millions d'auditeurs par jour à la Radio et 3,3 millions de téléspectateurs chaque mois.

RMC Découverte, 1ère chaîne de documentaires de France, se distingue grâce à son positionnement unique autour d'un genre de programmes mêlant connaissance et divertissement : le Factual Entertainment. Un an après son lancement, elle devient déjà leader de la TNT HD, devant ses contemporaines HD1 et 6ter.

Source : Médiamétrie Médiamat / 126 000 Radio

www.nextregie.com

A propos de Web66

WEB66 est la 1ère source d'information des français avec plus de 16 Millions de VU. Le WEB66 est une offre regroupant l'ensemble des sites d'information de Presse Quotidienne Régionale : Ouest-France, le Parisien, La VoixduNord, Sud-Ouest...

La commercialisation des espaces du WEB66 est intégrée de façon exclusive au sein des régies Com Quotidiens et Quotidiens Associés.

WEB66, la caution de marques médias puissantes en région Créé en 1998, WEB66 est une offre puissante, constituée des plus grandes marques médias de Presse Quotidienne Régionale pour un maillage unique du territoire.

A propos du SRI

Le 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.

3W Régie, Adconion Média Group, Amaury Médias, Au Féminin, Caradisiac Publicité, CCM Benchmark Advertising, Dailymotion Advertising, Ebuzzing, Express Roularta Services, FigaroMedias, France Télévisions Publicité, GMC Connect, HiMédia, Lagardère Active Publicité, Leboncoin.fr, LesEchosmédias, M Publicite, M6 Publicité Digital, Microsoft Advertising France, Next Régie, Orange Advertising, Prisma Media, Régie Obs, SFR Régie, Solocal Network, TF1 Publicité Digital, Yahoo et Web66 sont membres du SRI.

Le président du SRI est Eric Aderdor, directeur général d'Horyzon Media et le vice-président, Arthur Millet, directeur digital de Amaury Médias. Digital.

www.sri-france.org

Contact Presse

Myriam de Chassey Waquet
31, rue Etienne Marcel – 75001 Paris
01 42 36 49 15 – mdechassey@sri-France.org