PRISMA MEDIA SOLUTIONS

COMMUNIQUÉ
DE PRESSE

Gennevilliers, 10 novembre 2026

L'achat média piloté par l'IA devient réalité en France

Amnet, Havas Media Network, Jellyfish, Omnicom Media et Values.media déploient leurs campagnes avec Adventic

Lancé en septembre 2026 après une phase d'expérimentation réussie, **Adventic fait passer l'achat agentique de la théorie à la pratique, avec des campagnes réelles** menées pour Autosphère, Mercedes-Benz, un annonceur entertainment, un annonceur banque/assurance, un annonceur PGC et un annonceur mutualiste. Plus rapide, plus performant, plus économique et plus transparent : l'achat agentique redéfinit la relation entre agences, annonceurs et médias.

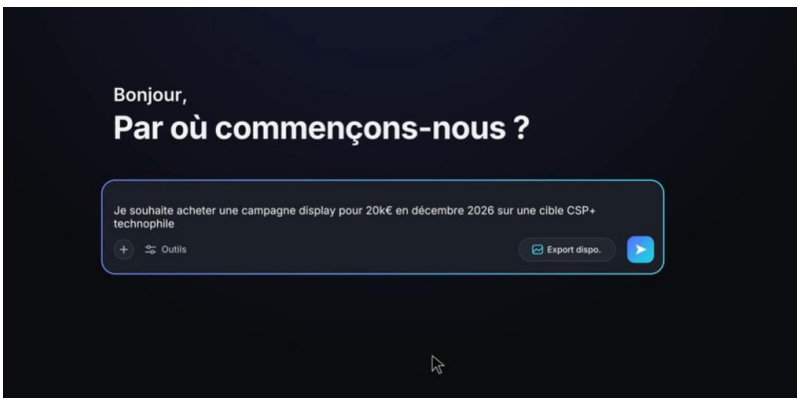
L'achat média à l'ère du prompt et de l'agentique

Jusqu'ici, un brief média nécessitait de nombreuses étapes opérationnelles : recherche d'inventaires, allers-retours, optimisation, réservation, suivi et reporting. Avec Adventic, **l'acheteur formule simplement son besoin par un prompt depuis ChatGPT ou Claude**. En tant que seller agent, Adventic interprète la demande, construit la recommandation, active et pilote la campagne de bout en bout.

Les parties prenantes peuvent ainsi se consacrer au conseil, à la stratégie et à la performance. Les équipes gardent toutefois la main sur la validation, les arbitrages budgétaires et les optimisations, car **l'IA exécute mais c'est l'humain qui décide.**

Surtout, Adventic connecte l'acheteur directement aux inventaires premium de l'éditeur, sans intermédiaire. **Une plus grande part de chaque euro investi est ainsi allouée au working media**, avec une transparence totale sur les emplacements, les prix et les résultats.

Découvrez Adventic en vidéo



PRISMA MEDIA SOLUTIONS
L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Entité de Louis Hachette Group, Prisma Media rythme le quotidien des Français depuis plus de 45 ans. Leader de la presse magazine et des médias numériques, le groupe connecte chaque mois 2 Français sur 3 à ses 30 marques de référence (Capital, GEO, Femme Actuelle, Télé-Loisirs, Ça M'Intéresse, CuisineAZ…). Du divertissement à l'information grand public, nous créons des contenus qui engagent, inspirent et rassemblent.

Contact Presse : Carole BOUNSANA, Responsable de la Communication - cbounsan@prismamedia.com
PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM

Des résultats mesurables

Au-delà de la prouesse technologique, les premiers indicateurs confirment la valeur créée par l'IA agentique :

- +5 points de taux de complétion (VTR)
- +25% de taux de clic (CTR)

Prochaines étapes : déploiement sur le Social et le Print, ouverture à d'autres éditeurs

Après cette première phase digitale, **Adventic se déploie actuellement sur le social et s'étendra très prochainement à la presse**. La plateforme a également vocation à devenir une infrastructure ouverte et accueillera bientôt d'autres groupes médias. Les acheteurs disposeront ainsi d'un point d'accès unique, direct et transparent à des inventaires premium et plurimédias.

Pour accompagner cette dynamique, Adventic lance adventic.fr, le hub de son offre publicitaire augmentée, pour un achat média toujours plus simple et centralisé.

"Avec Adventic, notre ambition n'est pas d'empiler une nouvelle couche technologique. Au contraire, il s'agit de simplifier la relation entre l'agence, l'annonceur et le média, en la rendant plus directe et plus transparente. Nous faisons de l'IA un véritable accélérateur de performance, sans jamais retirer la décision aux équipes, et ces premières campagnes prouvent que nous sommes déjà dans cette réalité. Nous voulons désormais couvrir tous les médias et ouvrir la plateforme à de nouveaux éditeurs."
Paul Ripart, Directeur Délégué Digital, Prisma Media Solutions / Adventic

Contacts commerciaux

Bastien DELEAU - Directeur Exécutif Adjoint Digital Adtech - bdeleau@prismamedia.com
Paul RIPART - Directeur Délégué Digital - pripart@prismamedia.com

Cinq collaborations, une ambition commune : l'efficacité opérationnelle

Menées avec des agences et des annonceurs de référence, **ces premières campagnes mesurent concrètement la valeur de l'IA agentique**, de l'efficacité des campagnes à la maîtrise des coûts.

- **Amnet ⁎ annonceur mutualiste**

"Avec Adventic, on franchit une étape de plus : l'agentique ne se limite plus à assister l'acheteur, il prend en charge la chaîne d'achat média de bout en bout. Le brief devient une recommandation, puis une campagne activée, sans multiplier les allers-retours entre les équipes. Pour nous, c'est un vrai gain de fluidité et les décisions stratégiques restent entre les mains des équipes."
Anthony Loyez, Directeur associé, Amnet

- **Havas Media Network ⁎ annonceur entertainment et annonceur banque/assurance**

"Le test d'Adventic en conditions réelles avec Prisma Media, pour deux annonceurs aux enjeux très différents, confirme une conviction : l'automatisation ne réduit pas le besoin d'expertise, elle le renforce. Pour guider un agent dans ses décisions d'achat, il faut connaître les inventaires, leur qualité et leur valeur pour chaque annonceur aussi bien, voire mieux, qu'auparavant. L'agentique accélère l'exécution, mais c'est la maîtrise de nos équipes qui en garantit la pertinence et qui construira la confiance du marché. "
Geoffray Keters, Head of Digital Consulting & Operations, Havas Media Network

- **Jellyfish ⁎ annonceur PGC**

"L'IA agentique, c'est moins d'opérationnel, plus de stratégie, et la décision qui reste entre nos mains. À l'instar de Prisma Media, qui élargit Adventic à d'autres formats et à d'autres éditeurs, nous croyons que la prochaine étape est l'interopérabilité, avec des agents capables de dialoguer entre médias et plateformes. Jellyfish entend y contribuer activement."
Alexandre Barré, Directeur Partenariats & AdTech, Jellyfish France

- **Omnicom Media ⁎ Mercedes-Benz**

"Acteur majeur de la publicité, Omnicom Media explore le potentiel de l'IA agentique pour transformer les métiers du média. Le POC réalisé avec Prisma Media Solutions pour Mercedes-Benz s'inscrit dans une démarche d'expérimentations menées plus largement par le groupe. Il a démontré la capacité de l'IA agentique à accélérer certaines opérations tout en préservant le rôle central des traders dans les décisions stratégiques et l'optimisation des performances. Cette expérimentation confirme que l'IA agentique, en renforçant l'efficience et la réactivité, constitue un levier au service de l'expertise humaine et du conseil aux annonceurs, tout en contribuant à définir les standards de demain. "
Chloé Mesange, Digital Division Director, Omnicom Media

- **Values.media ⁎ Autosphère**

"Avec Adventic, nous franchissons une avancée de plus vers l'agentisation de tous les médias, sujet sur lequel le Groupe Values est particulièrement volontaire et actif. Nous y voyons de nombreux avantages pour les marques : notre agence fait converser en temps réel des inventaires premium avec des données jusqu'ici cloisonnées. L'usage est simplifié au maximum — un prompt suffit — et l'accès à la first-party data de l'éditeur devient direct, comme celle que nous avons appliquée sur notre campagne."
Olivier Lavecot, Directeur Digital et Innovation, Values.media

Entité de Louis Hachette Group, Prisma Media rythme le quotidien des Français depuis plus de 45 ans. Leader de la presse magazine et des médias numériques, le groupe connecte chaque mois 2 Français sur 3 à ses 30 marques de référence (Capital, GEO, Femme Actuelle, Télé-Loisirs, Ça M'Intéresse, CuisineAZ…). Du divertissement à l'information grand public, nous créons des contenus qui engagent, inspirent et rassemblent.

Contact Presse : Carole BOUNSANA, Responsable de la Communication - cbounsan@prismamedia.com
PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM