

Orange lance la publicité interactive sur ADSL en France

Après le succès de l'expérimentation réalisée avec Citroën en novembre 2008 sur 100 000 foyers français, Orange lance aujourd'hui sa solution de publicité interactive sur la TV par ADSL. Pour la première fois en France, des campagnes de publicité interactives sont diffusées auprès de l'ensemble des clients de la TV d'Orange¹, soit à plus de 2 millions de foyers. Citroën a notamment décidé de recourir à la publicité interactive pour communiquer sur ses 90 ans depuis le 9 septembre sur la chaîne Orange sport info. D'autres campagnes de publicité interactive sont également prévues par Citroën jusqu'à la fin de l'année.



Nouveau territoire d'expression innovant pour les annonceurs, ces campagnes utilisent des bandeaux interactifs affichés en surimpression lors des spots. Les différents formats proposés permettent au téléspectateur de rentrer directement via son téléviseur, sur un site dédié de l'annonceur : cette nouvelle forme de présence publicitaire est appelée « Showcase » ou « DAL » (Dedicated Advertiser Location).

Le téléspectateur peut ainsi accéder, d'un simple clic depuis la télécommande de son décodeur Orange, à un mini-site interactif dédié à l'annonceur dans lequel figurent des informations supplémentaires sur le produit : présentation du produit, photos et vidéos (démonstrations, interviews). Il peut aussi demander à être contacté, commander de la documentation, réserver un essai de véhicules et obtenir la liste des points de vente.

Pour Philippe Boutron, Directeur Médias de Citroën « Citroën et Orange sont deux marques synonymes d'innovation. Le test que nous avons mené avec Orange en novembre 2008 a montré un fort intérêt pour une marque voulant créer un lien particulier entre sa communication publicitaire et ses objectifs de développement business. Il nous a ainsi semblé évident de participer à ce lancement pour évaluer définitivement l'efficacité de cette nouvelle forme de communication proposée par Orange ».

Paul-François Fournier, Directeur de la Division Audience et Publicité chez Orange, résume ainsi quant à lui : « avec cette technologie novatrice, les annonceurs vont bénéficier de nouvelles opportunités pour développer des formes de communication plus riches et plus interactives. D'ores et déjà présente sur Orange sport info, la publicité interactive sera possible sur Orange sport en fin d'année. »

Par ailleurs, Orange projette de tester cette nouvelle forme de publicité dans d'autres pays Orange, comme la Pologne et l'Espagne.

¹ Clients de la TV d'Orange par ADSL





Pour promouvoir les services interactifs de ses chaînes et en particulier d'Orange sport, Orange a lancé cet été une campagne de publicité interactive. Les résultats de cette campagne sont très positifs avec notamment un taux de clic moyen sur les spots interactifs de 2,54%.

Ainsi pour Paul-François Fournier, « à l'heure où les annonceurs sont à la recherche de formes de communication mieux mesurables et plus performantes, la publicité interactive permet justement de passer d'une mesure passive à une toute nouvelle façon de mesurer l'efficacité du média TV, basée non pas sur l'audience mais sur l'engagement du téléspectateur, à l'instar du web. Pour ce faire, Orange met à disposition des annonceurs non seulement tous les indicateurs nécessaires à l'évaluation du retour sur investissement, mais aussi de nombreuses informations qualitatives pour mieux comprendre les attentes clients. »

Il conclut : « le passage de la communication de masse à la communication personnalisée, grâce à la publicité interactive sur l'IPTV, permet à l'annonceur d'encourager le téléspectateur à créer sa propre expérience avec la marque. C'est un grand pas vers une redynamisation du support publicitaire TV ».

Pour découvrir la publicité interactive en images reportalisables : <http://www.orange-innovation.tv/pubinteractive>

A propos d'Orange

Orange est la marque phare de France Télécom, un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde. Elle compte 124,5 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 (25,5 milliards d'euros au premier semestre 2009). Au 30 juin 2009, le Groupe comptait 186 millions de clients dans 32 pays, dont 125,5 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 éco-système 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

Contact presse :

Héloïse Rothenbühler +33 1 44 44 93 93 – heloise.rothenbuhler@orange-ftgroup.com

