

Neuilly sur Seine, le 05 mai 2017



HOLIMETRIX™

## M6 PUBLICITÉ S'ASSOCIE À HOLIMETRIX ET LANCE SON OFFRE « STEB BY M6 : TV to WEB »

**M6 Publicité** en association avec **Holimetrix**, précurseur et leader dans la mesure de l'efficacité *drive to web*, lance son offre **Step by M6 : TV to Web**.

Ce **programme sur-mesure d'amélioration de la performance** est dédié aux **E-Players** et aux annonceurs **concernés par le Drive to Web**. Il leur permet de **piloter** efficacement le **coût d'acquisition** de leurs campagnes TV et les **principaux indicateurs de performance** grâce à un pôle de compétences dédié (experts médias, data analyst...).

Cette offre vient **compléter les solutions** déjà mises à disposition du marché par **M6 Publicité**, telle que la cible des **Connected Shoppers**, la **1<sup>ère</sup> cible comportementale TV** dédiée au *drive to web* et disponible **sur tous les outils de réservation** du marché depuis novembre 2016.

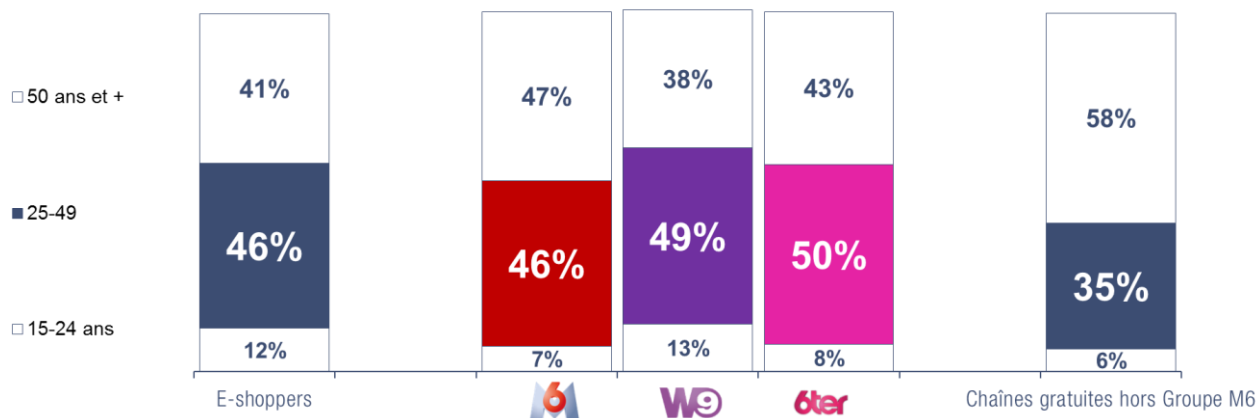
L'**expertise de M6 Publicité** en *drive to web* se confirme : **M6** est la **chaîne la plus investie du marché par les pure-players\***.

### Surperformance en drive to web des chaînes du Groupe M6

Sur plus de **740 000 spots analysés** (source Holimetrix), **M6** et **Puissance TNT** (W9 + 6ter) affichent des **rendements par GRP supérieurs** en termes de **génération de trafic direct** sur les sites web des annonceurs.

Par point de GRP, **M6** est en capacité de générer **+13% de visites directes** par rapport aux autres chaînes historiques, et **+4% de visites directes** par point de GRP pour **Puissance TNT** versus les autres chaînes TNT.

Enfin, le **web observatoire** - baromètre trimestriel publié par **Médiamétrie** - a également établi le profil des e-shoppers français. Celui-ci s'avère en **forte affinité** avec le profil des **chaînes du Groupe M6**, majoritairement composé de **25-49 ans\*\***.



**David Larramendy, Directeur Général de M6 Publicité,** précise « Nous nous réjouissons de ce partenariat qui nous permet d'enrichir notre offre pour les annonceurs concernés par ces enjeux. M6 est historiquement leader sur le secteur des e-players grâce à sa connaissance fine des problématiques du drive to web et au profil de ses chaînes plus jeune et plus en affinité avec l'e-shopper français. »

**Isabelle del Pozo, Directrice Conseil Holimetrix,** ajoute « M6 est un partenaire historique d'Holimetrix, qui a très rapidement mis en place des équipes et des ressources dédiées à ces analyses TV Drive To Web. M6 est en capacité d'identifier les meilleures conditions de diffusion TV par annonceur pour maximiser le Drive To Web. Il est en effet important de rappeler que la mesure seule ne suffit pas à optimiser une campagne, et c'est bien sa prise en compte dans les décisions de planning TV qui permet d'optimiser la création de trafic digital ».

\*Source Kantar Média 2016 – investissements bruts/ part d'investissement M6 : 22%.

\*\*Source : Médiamétrie 2016 / Médiamat / Netratings - Base 15+ / BFM TV et CNEWS: fichier médiaplanning sept-oct 2016. E-shoppers : Webobservatoire, base 15+, T4 2016

**A propos d'Holimetrix : leader français de l'attribution TV Drive To Web.**

Holimetrix regroupe des technologies de détection vidéo, de tracking digital, d'attribution de performance publicitaire et de data advertising afin de mesurer la performance en termes de génération de trafic digital des campagnes TV. Spécifiquement conçu pour les entreprises qui investissent en TV, Holimetrix offre une meilleure compréhension des performances Drive To Web de la TV afin de permettre aux annonceurs de générer plus de trafic web à GRP équivalent. Holimetrix a réalisé une levée de fonds de plus de 3.5 millions d'euros en 2015 auprès des investisseurs Iris Capital, A Plus Finance, Siparex Proximité Innovation et Jaina Capital. [www.holimetrix.com](http://www.holimetrix.com)

**RELATIONS PRESSE**

**François-Xavier Williamson**

01 41 92 28 49 - [francois-xavier.williamson@m6.fr](mailto:francois-xavier.williamson@m6.fr)