



Orange DriveToStore offre de nouvelles perspectives aux annonceurs.

Orange Advertising¹, la régie du groupe Orange, sera présent sur le salon iMedia Brand Summit les 13 et 14 juin à Biarritz. Elle y présentera sa nouvelle offre digitale destinée aux annonceurs du Retail désireux d'améliorer la pertinence de leur campagne publicitaire.

Offre orientée efficacité et puissance

Orange DriveToStore est une offre multi-écrans également disponible en programmatique. Elle vise à proposer des messages publicitaires adaptés aux attentes des consommateurs pour optimiser l'efficacité des campagnes des distributeurs.

Avec Orange Advertising, les annonceurs bénéficient du reach d'Orange Advertising, soit un potentiel de 30,6 millions de Visiteurs Uniques dédupliqués² sur Orange et sur les sites ou applications de ses partenaires exclusifs ViaMichelin et Mappy.

Le pourcentage d'une population-cible exposé est ainsi maximisé.

Offre de précision

Les clients souhaitent de plus en plus recevoir des annonces qui leur correspondent.

Une étude Mappy/BVA³ révèle que 67% des mobinautes pensent que la prise en compte de leurs données de profil pour recevoir des offres personnalisées est importante.

59% des détenteurs de Smartphone aimeraient recevoir davantage d'offres promotionnelles de grandes enseignes ou commerces indépendants.

Fort de ce constat, Orange DriveToStore propose aux annonceurs de diffuser des messages publicitaires personnalisés et dynamiques.

Grâce au ciblage unique et pertinent qu'offre Orange DriveToStore, les annonceurs répondent aux attentes de leurs clients, en les aidant notamment à localiser leurs établissements.

Orange DriveToStore maximise ainsi la génération de trafic en point de vente avec l'affichage du point de vente le plus proche de la où se trouve, réside l'internaute ou le mobinaute.

¹ Orange Advertising est ancrée dans un univers digital complet, la régie du Groupe Orange commercialise les espaces publicitaires sur les supports desktop, mobile, tablette et IPTV du Groupe et sur un réseau de partenaires (ViaMichelin, Mappy, France TV, TF1...). Son offre publicitaire repose sur 4 piliers : l'UX, la data, la créativité et l'innovation.

L'efficacité publicitaire se fonde sur le respect de l'audience : Orange Advertising propose aux annonceurs des formats visibles et respectueux de la navigation de l'internaute quel que soit le device. La valeur d'une offre dépend de la valeur de la data associée : Orange Advertising met à disposition une data unique, pertinente et volumique au service des annonceurs. Irriguée par les technologies, la scène publicitaire digitale est en évolution permanente : Orange Advertising imagine des opérations spéciales où la créativité s'inspire de l'innovation (IPTV, VR...).

² Source Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings, internet global, mars 2017

³ Source Baromètre "Web to Store" – Mappy / BVA 2016 – base équipés de smartphone

Sophie Poncin, directrice d'Orange Advertising, précise « *Les retailers n'auront plus à choisir entre puissance et précision : l'offre que nous lançons a été conçue pour tirer partie des puissantes capacités de ciblage d'Orange Advertising et de ses partenaires ViaMichelin et Mappy, marques leaders de la mobilité. L'offre DriveToStore utilise la technologie de Dynamic Creative Optimization pour une expérience client optimisée* »

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40 milliards d'euros en 2015 et 154 000 salariés au 30 septembre 2016, dont 95 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 256 millions de clients dans le monde au 30 septembre 2016, dont 194 millions de clients mobile et 18 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.

Contact presse :

Rachel ROBERT rachel.robert@orange.com 01 55 22 96 77