



communiqué de presse
le 6 juin 2014

Accord de partenariat entre les régies Orange Advertising et France Télévisions Publicité

Orange Advertising et France Télévisions Publicité ont conclu un accord de partenariat qui vient renforcer les expertises et les domaines de performance de chacune des deux régies.

Un partenariat stratégique pour les deux partenaires

France Télévisions Publicité confie à Orange Advertising en exclusivité la commercialisation d'une partie de son inventaire mobile, tablettes et smartphones des 10 applications phares du groupe : francetvpluzz, france3regions, francetvsport, Plus belle la vie, C à vous, culturebox, motus, harry, 4ème duel et slam.

En parallèle, Orange Advertising confie à France Télévisions Publicité et à ses 10 équipes commerciales régionales, la commercialisation exclusive du portail orange.fr auprès des annonceurs locaux et régionaux.

La volonté de mise en œuvre de ce partenariat stratégique et commercial répond à un double objectif :

- l'optimisation des recettes publicitaires grâce à la synergie ainsi mise en place ;
- le renforcement de l'offre de chacune des deux régies sur des territoires d'excellence où chacune d'entre elles affiche un leadership reconnu.

Comme le souligne Sophie Poncin, Directrice de Orange Advertising : *« Les applications Mobile et Tablette de France Télévisions viennent renforcer l'offre d'Orange Advertising sur les thématiques fortes que sont l'actualité, le sport et le divertissement et enrichir ses packs : francetvPluzz, francetvsport et France 3 régions sont intégrés dans le pack News CSP+ mobile, qui avec ses 10,7 millions de VU⁽¹⁾ devient leader sur les News. »*

Selon Yannick Lacombe, Directeur de la stratégie et de la transformation numérique de France Télévisions Publicité : *« Ce partenariat s'inscrit dans un cadre de complémentarité des deux régies. Il vise à optimiser notre performance dans des domaines où chacun des deux partenaires dispose d'atouts spécifiques et a su développer des compétences propres, c'est en ce sens une association naturelle et qui démontre ainsi toute sa légitimité. Il prend tout son sens dans la démarche de transformation digitale initiée par France Télévisions Publicité depuis le début de 2014 ».*

⁽¹⁾ Source : Médiamétrie – mesure de l'internet mobile – février 2014

A propos d'Orange Advertising

Ancrée dans un univers digital complet, la régie du groupe Orange commercialise les espaces publicitaires sur les supports web, mobile et tablette du Groupe et sur un réseau de partenaires (ViaMichelin, Sports.fr, Waze ...). Son offre publicitaire répond aux différents objectifs du marketing digital : opérations spéciales via tous les écrans interactifs, offres clés en main, solutions de ciblage premium pour les objectifs de branding, solutions de performance pour le ROI et Orange Admarket pour l'achat programmatique.

à propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2013 et 164 000 salariés au 31 mars 2014, dont 101 000 en France. Présent dans 30 pays, le Groupe servait plus de 239 millions de clients au 31 mars 2014, dont 182 millions de clients du mobile et 16 millions de clients haut débit fixe dans le monde. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services.

Orange est coté sur le NYSE 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, www.livetv.orange.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.

Contacts presse :

Orange Advertising : Sophie Poncin Directrice déléguée, sophie.poncin@orange.com
Fatima Rahil Responsable communication, fatima.rahil@orange.com