

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PUTEAUX, LE 05 NOVEMBRE 2015

## CONTACTS PRESSE

Sana Hales  
01 83 81 71 41  
[sana@lanouvelle-agence.com](mailto:sana@lanouvelle-agence.com)

Irina Gudina  
01 83 81 71 40  
[irina@lanouvelle-agence.com](mailto:irina@lanouvelle-agence.com)

## LEROY MERLIN INNOVE ET LANCE LA TOUTE PREMIERE CAMPAGNE AUDIO PROGRAMMATIQUE EN FRANCE AVEC AFFIPERF ET HAVAS MEDIA

A l'occasion de sa « Fête des envies », Leroy Merlin a lancé la première campagne audio programmatique en France, avec Havas Media et Affiperf, le pure player programmatique de Havas Group. L'objectif de cette campagne nationale était de relayer du 14 au 31 octobre, les offres de Leroy Merlin auprès des auditeurs de près de 300 webradios, plateforme de streaming et éditeurs radio « historiques ».

Après plusieurs campagnes à l'international (Espagne, Chili...), cette première en France constitue pour Affiperf une accélération du déploiement de son offre Programmatique Audio qui peut donc s'appuyer sur les inventaires des Adexchanges audio référents.

L'audience de l'Audiodigital progresse en France (selon Médiamétrie, 5 910 000 auditeurs écoutent la radio via une solution digitale chaque jour, une croissance de plus de 3,8 M d'auditeurs en 5 ans<sup>i</sup>) et permet de toucher un public digital précis via les players de stations « historiques », des webradios, des contenus audio en streaming, ou des programmes audio « on-demand » (podcasts).

La brique programmatique qu'offre Affiperf permet d'optimiser la présence des annonceurs dans cet environnement complexe via un ciblage précis grâce à l'activation de data et des metrics spécifiques à l'audio.

Fabien Josiere, Programmatic Director, Affiperf France explique : « Via la technologie agnostique Meta-DSP, Affiperf accède à plusieurs DSPs et Adexchanges publicitaires, y compris « audio ». Pour cette première campagne audio programmatique, nous avons testé deux créations et plusieurs segments de ciblage basés sur des critères sociodémographiques et comportementaux (possession de sa résidence principale, bricolage maison et décoration) sur un large éventail d'éditeurs via l'Adexchange AdWave. Nous avons pu optimiser notre plan selon les éditeurs, les emplacements et les créations en fonction des résultats sur des KPI spécifiques comme le taux de complétion des spots audio. »

## A propos de Havas Media

Havas Media est le réseau media du Groupe Havas, réseau présent dans 126 pays. Havas Media France, premier groupe média en France, ayant su intégrer les différents métiers de la communication dans une approche globale et transversale. Sa structure simplifiée et diversifiée l'impose comme l'agence de référence, la plus intégrée et la plus réactive du marché. Havas Media France se déploie également autour d'un processus stratégique nommé DDOG (Data Driven Organic Growth), mettant au service de la croissance de ses clients une expertise unique mêlant management de la donnée et maîtrise des stratégies de contenus.

Plus d'informations sur nos sites [www.havasmedia.com](http://www.havasmedia.com) et sur [www.ddog.fr](http://www.ddog.fr)

Et suivez-nous sur Twitter [@HavasMedia](https://twitter.com/HavasMedia) et [@ddoghavas](https://twitter.com/ddoghavas)

## A propos d'Affiperf

Affiperf est une marque spécialiste en programmation, qui permet aux annonceurs de bénéficier de l'unique opportunité créée par l'achat d'espaces média en temps réel. "Pure player" du groupe Havas, Affiperf dispose de plus de 180 traders dans plus de 49 pays. Il active les technologies, données et médias les plus pertinents afin de proposer la solution la plus performante à ses clients à l'échelle locale mais aussi globale.

Plus d'informations sur [www.affiperf.com](http://www.affiperf.com)

---

<sup>i</sup> Source : Médiamétrie Global Radio volet 2 décembre 2014, lundi-vendredi 5h-24h, 13 ans et +