



[11.01.2023] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

BIGGIE GROUP LANCE UNE OFFRE DE RATIONALISATION DE L'ACHAT MÉDIA VIDÉO EN MULTI-ÉCRANS

Intitulée « Life is Video » cette offre vidéo multi-écrans est portée par l'agence média Repeat et l'expert digital Gammed!, tous deux filiales du groupe, et construite en partenariat avec des acteurs stratégiques de la data et de la mesure d'efficacité publicitaire, à savoir Orange Advertising, Médiamétrie et Realytics.

Biggie Group, groupe de conseil, de transformation et d'activation digitale à destination des marques, annonce ce jour le lancement d'une nouvelle offre visant à rationaliser l'achat vidéo en multi-écrans, ce sur tous ses supports de consommation (TV, VOL, réseaux sociaux, etc.) et sur des logiques à la fois haut et milieu de funnel marketing. Développée grâce aux savoir-faire de l'expert en achat média digital Gammed! et de l'agence de conseil média Repeat, filiales de Biggie Group, cette offre - baptisée « Life is video » - est également le fruit d'associations stratégiques avec des acteurs de la data et de la mesure d'efficacité publicitaire, à savoir Orange Advertising, Médiamétrie et Realytics, lui offrant un socle technologique solide.

Une offre vidéo multi-écrans servant des objectifs de notoriété et de considération...

Premier format de contenu consommé aujourd'hui, la vidéo est visionnée en moyenne 4h30 par jour par les français¹, tous supports confondus. Les annonceurs doivent donc désormais nécessairement penser leur stratégie publicitaire autour de ce format en multi-écrans, de sorte à inscrire leur marque au cœur de la vie de leurs audiences et ainsi agir sur les comportements.

En ce sens, les deux filiales du groupe Biggie, Gammed! & Repeat lancent aujourd'hui l'offre « Life is video » à destination des annonceurs. Cette offre, pensée pour offrir aux marques une stratégie publicitaire 100% vidéo déclinée sur tous les supports de consommation de celle-ci (TV linéaire, catch-up TV, VOD, plateformes de streaming, sites éditoriaux et réseaux sociaux) tout en leur permettant de rationaliser leur achat média, sert à la fois des enjeux de branding et de performance (drive-to-web).

... en partenariat avec des acteurs stratégiques de l'écosystème

Afin de comprendre au mieux les nouveaux comportements de consommation vidéo et proposer ainsi un dispositif global, Biggie Group s'est associé à différents partenaires, répondant chacun à une mission spécifique dans la mise en place et/ou la mesure de l'efficacité du plan vidéo. L'association avec Orange Advertising et ses 4M de foyers optin équipés d'un décodeur TV permet une scénarisation optimale des dispositifs TV/VOL en injectant la donnée exposés TV en digital (en exclusion ou en retargeting pour servir des objectifs de couverture ou de performance). Médiamétrie apporte à la fois son expertise dans la mesure de (1) la couverture incrémentale du plan VOL vs. TV grâce à son outil de mesure XCR et de (2) l'impact publicitaire en multi-écrans sur les exposés vs. non exposés sur des indicateurs de branding (notoriété,

¹ Médiamétrie 2021

considération, préférence, etc.) via son étude online brand effect. Enfin, Realytics permet la mesure du trafic sur site résultant d'une exposition TV pour apprécier la performance globale du plan vidéo en matière de drive-to-web.

En complément, le groupe Biggie intervient directement sur la rationalisation de l'achat TV et VOL grâce aux expertises conjointes de Repeat et Gammed! en matière d'achat média on et offline, mais également de mesure de la performance de sorte à assurer une pression utile optimale par support pour garantir à la fois l'impact, la mémorisation et le passage à l'action ; et de storytelling via la déclinaison du volet création en fonction des cibles, des supports et des usages, de sorte à maximiser l'engagement.

« Nous sommes ravis du développement de cette offre 100% vidéo. Elle constitue un milestone de la convergence des médias autour de ce support en s'inscrivant au plus proche des nouveaux usages. En 2023, il ne s'agit plus d'opposer télévision et digital dans le pilotage d'une stratégie média mais de penser la consommation vidéo comme un flux continu quelque soit son support de visionnage pour proposer des solutions 360° à nos annonceurs et ainsi leur permettre de parler à leur cible tout au long de ce flux. En ce sens, les équipes de Biggie Group ont su s'entourer des meilleurs partenaires dans leur domaine d'expertise pour délivrer aux marques une promesse globale de performance vidéo en multi-écrans, en faveur d'une rationalisation de leurs achats média.» commente **Anthony Spinasse, cofondateur de Biggie Group.**

À propos de Biggie Group :

Biggie Group est un groupe de conseil, de transformation et d'activation digitale à destination des marques, intégrant des expertises data, media et marketing de pointe, le tout via une stratégie d'acquisition menée en France et en Europe. Il est créé par Anthony Spinasse et Olivier Goulon avec le soutien du fonds d'investissement HLD. Depuis juin 2022, Biggie Group détient l'expert en achat média digital Gammed!, ainsi que de l'agence de conseil média Repeat.

www.biggie.co

À propos de Repeat :

Fondé en 2006 par Véronique Rucho et Philippe Bonnel, Repeat est un spécialiste du conseil media stratégique et de l'achats d'espace publicitaire On et Off line, engagé à maximiser les résultats marketing de ses clients en utilisant son expertise des cibles consommateurs. Réunissant plus de 50 experts seniors et fort de plus de 500M€ d'achats d'espace par an, Repeat groupe a connu l'une des plus fortes progressions du marché publicitaire en 2021 avec + 35% de volume d'achat. Parmi ses clients, Repeat compte But, la RATP, Deezer, Générale d'optique, Grand Optical, Jean Louis David, Frank Provost, Charal, Miele, Houra.fr, l'APEC, Speedy, Caudalie, Somfy, Brita, Comté, Histoire d'Or, La Boulangère, Legrand, Charles & Alice, Stokomani, Expanscience, etc. Sa filiale Ohlala-Les Influenceurs, spécialisée en RP et influence, travaille quant à elle pour Guerlain, Caron, Galenic, Malin & Goetz, Mary Cohr, Mustela, Saeve, Mutti, Wojo, JPG, etc. Enfin Mediaprogram complète l'offre de Repeat sur la création de contenus.

www.repeat.fr/

À propos de Gammed! :

Créé en 2009, Gammed! est un pionnier et leader de l'achat média programmatique. L'entreprise de publicité digitale emploie aujourd'hui plus de 160 collaborateurs, basés en France, mais également au sein de ses 7 bureaux internationaux (Benelux, Suisse, Italie, République Tchèque, Émirats Arabes Unis, Brésil et Malaisie). Alliant expertise humaine et technologie de pointe, Gammed! aide les annonceurs et agences à engager durablement leur audience via des activations digitales sur l'ensemble des médias et formats (display, vidéo, social, SEA, télévision, DOOH ou encore audio). L'entreprise fait également le choix du conseil et de l'évangélisation de son savoir-faire, étant ainsi à l'origine de la toute première formation certifiante du secteur. Gammed! accompagne plus de 250 clients - tels que Orange, AXA, Macif, But, Luko, etc. Depuis juin 2022, Gammed! a rejoint Biggie Group aux côtés de l'agence média Repeat.

www.gammed.com/fr/

Pour toute information complémentaire, merci de contacter :

Agence LEON

Océane Fieu | Fiona Thomas

oceane@agence-leon.fr | fiona@agence-leon.fr

06.79.58.01.81 | 06.61.73.98.18