



Bouygues Telecom, Realytics et Smart créent TVMOTIK, une solution intégrée 100% française pour l'activation et la commercialisation d'une offre TV segmentée

Paris, jeudi 3 février 2022 – Bouygues Telecom, opérateur global de communication, Realytics, leader technologique de la convergence TV-Digital, et Smart, plateforme indépendante de monétisation publicitaire cTV et vidéo, annoncent aujourd'hui le lancement de **TVMOTIK**.

TVMOTIK

Cette alliance et la solution technique full-stack unique qu'elle propose, ont vocation à accompagner les chaînes de télévision dans l'activation et la commercialisation de leurs offres de publicité segmentée via les box de l'opérateur.

Le marché de la télévision segmentée en France connaît actuellement une forte montée en puissance et gagne en intérêt auprès des annonceurs¹, qui y voient l'opportunité de diffuser des spots publicitaires TV personnalisés auprès de leurs audiences cibles. Or, dans ce contexte, les solutions technologiques existantes ne permettent pas de répondre de manière homogène aux standards et aux normes utilisés par l'ensemble des chaînes. Partant de ce constat et pour les accompagner dans leur transformation digitale, Bouygues Telecom, Realytics et Smart se sont réunis pour développer **TVMOTIK**.

En effet, l'alliance technologique et commerciale **TVMOTIK** repose sur :

- l'expertise technologique de Bouygues Telecom sur les infrastructures box,
- la solution sans proxy de programmation et d'exécution de campagnes TV segmentée, développée par Smart, permettant un *ad-decisioning* informé et contrôlé de tous les emplacements adressables TV linéaire et *catch-up*,
- la plateforme propriétaire Adkymia d'achat programmatique TV de Realytics.

Conforme aux standards AF2M/SNPTV, **TVMOTIK** répond aux exigences techniques des chaînes de télévision linéaires et propose l'ensemble des services technologiques et le support commercial nécessaire à la monétisation de leurs inventaires TV segmentés.

¹ [Etude commune AF2M et SNPTV](#) du 24 janvier 2022

L'offre de **TVMOTIK** répond également aux besoins stratégiques des annonceurs de toutes tailles qui, grâce à un mode d'achat simplifié et centralisé, seront en mesure d'étendre leur *reach* et de personnaliser leurs messages publicitaires sur un large périmètre de chaînes TV. En proposant un ciblage plus fin, l'objectif est de favoriser une communication locale et/ou affinitaire, et de tirer profit de la connaissance de l'audience.

« En créant ce consortium 100% français, Bouygues Telecom participe de façon concrète au renforcement des broadcasters français et offre aux annonceurs une alternative de choix » souligne **Renan Abgrall, Directeur de la Value Factory de Bouygues Telecom**. « Nous mettons à leur disposition une couverture d'audience TV plus large, permettant d'imaginer de nombreux scénarii pour leurs futures campagnes. »

« L'enjeu de la télévision segmentée concerne tous les acteurs de la télévision. En démocratisant l'accès à nos technologies ouvertes et interopérables, nous permettons à l'ensemble des chaînes de télé, quelle que soit leur taille, de tirer pleinement profit de cette nouvelle opportunité qui promet de dynamiser l'écosystème TV », explique **Arnaud Créput, CEO de Smart**. « Cette alliance avec Bouygues Telecom et Realytics, une première à l'échelle mondiale, permettra ainsi d'offrir aux annonceurs une alternative unifiée indépendante qui pèsera face aux grandes plateformes. »

« Nous sommes très heureux de ce partenariat technologique avec Bouygues Telecom et Smart qui ouvre les portes de la TV segmentée à davantage de régies TV et d'agences », s'enthousiasme **Guillaume Belmas, CEO de Realytics**. « Grâce à **TVMOTIK**, nous saisissons les opportunités offertes par ce nouveau marché et serons en mesure de mettre à disposition des acheteurs média un large inventaire de TV segmentée disponible en exclusivité à l'achat programmatique dans Adkymia. »

Alors que des premiers tests et intégrations sont d'ores et déjà en cours, l'ambition affichée de **TVMOTIK** – qui se veut agnostique et ouvert à tous – est de favoriser une collaboration entre l'ensemble des acteurs de l'industrie.

Contacts presse Bouygues Telecom

Stéphanie Brun – 06 47 47 15 76 – sbrun@bouyguetelecom.fr

Jérôme Firon – 01 39 26 62 42 – jfiron@bouyguetelecom.fr

Contact presse Smart

Marieke Buis - 06 99 22 70 07 - mbuis@smartadserver.com

Contact presse Realytics

Cyrille Billon - 06 58 55 24 35 - cbillon@realytics.io

À propos de Bouygues Telecom

Opérateur global de communications, Bouygues Telecom se démarque en apportant tous les jours à ses 26 millions de clients le meilleur de la technologie. L'excellence de ses réseaux 4G et 5G, ses services dans le fixe et le Cloud leur permettent de profiter simplement, pleinement et où qu'ils soient, de leur vie digitale personnelle et professionnelle. À travers sa division Entreprises, Bouygues Telecom accompagne une communauté de professionnels et d'entreprises dans l'adoption généralisée du Très Haut Débit Fixe et Mobile et des nouveaux usages tels que les communications unifiées et les services de mobilité d'entreprise.

#OnEstFaitPourEtreEnsemble - www.corporate.bouyguetelecom.fr

À propos de Realytics

Leader technologique de la convergence TV-Digital, Realytics propose depuis 2014 une large gamme de solutions aux marques et à leurs agences souhaitant mesurer, analyser et piloter leurs campagnes TV à la performance. En octobre 2019, Realytics lance Adkymia, la 1re plateforme multi-régie permettant d'acheter des campagnes TV linéaires en programmation. Realytics est alors le 1er acteur à digitaliser l'achat TV et à rendre ce canal accessible à un plus grand nombre de marques. Realytics accompagne plus de 600 marques dans leurs prises de parole TV en France et à l'international, et ce quel que soit leur taille et leur niveau maturité en TV. Parmi elles : Cdiscount, le groupe SNCF, Leboncoin, Nespresso, Aramis Auto, Just Eat, The Fork, le groupe La Poste, Ornikar, Kia Motors, Salto, etc.

Pour en savoir plus : realytics.io et adkymia.com

À propos de Smart

Smart est la plateforme indépendante leader de monétisation publicitaire, conçue pour servir les intérêts des annonceurs, des acheteurs médias et des éditeurs premium dans un écosystème publicitaire totalement transparent, alliant qualité et performance. Notre modèle de transaction totalement aligné sur les intérêts des éditeurs et des marques premium permet un partage équitable de la valeur publicitaire pour chacune des parties. Smart offre en effet aux annonceurs un accès direct aux inventaires de ses éditeurs, et leur permet d'atteindre une plus grande efficacité opérationnelle et financière dans la gestion de leurs campagnes publicitaires. Les éditeurs gardent le contrôle de leurs actifs et sont en mesure d'obtenir le bon équilibre entre les différents modèles de transaction, de canaux et de formats afin d'optimiser leur monétisation et la valeur qu'ils créent pour les marques.

Smart travaille directement avec plus de 1 000 acheteurs et plus de 1000 éditeurs à travers le monde, parmi lesquels PMC, American Media, GSN, Tastemade, Altice Media Publicité, Groupe Marie-Claire, Le bon Coin, Le Monde, Mailonline, The Guardian, Reach PLC, Axel Springer, Wetteronline, Burda Forward, El Confidencial, Prisa et Unidad Editorial afin de diffuser des publicités display, vidéo, natives et rich media sur plus de 50 000 sites et applications.

www.smartadserver.fr



Certifié avec **wiztrust**