



## COMMUNIQUÉ

**SOUS EMBARGO jusqu'au Lundi 26 Octobre**

**Paris, 23 octobre 2020**

GUIDE TV SEGMENTÉE

**L'AF2M, l'IAB France et le SNPTV s'associent pour publier  
un Guide sur « La publicité segmentée » destiné aux annonceurs**

Elaboré par les experts des groupes de travail de l'IAB, de l'AF2M et du SNPTV, ce guide s'adresse à tous les annonceurs désireux de mieux comprendre les spécificités de cette nouvelle opportunité TV.

Les lecteurs y découvriront l'architecture technologique mise en place, ainsi que le calendrier de mise en œuvre jusqu'à fin 2021 avec les différentes étapes successives, les modes de réception compatibles avec ce type de publicité et enfin les échanges nécessaires entre les opérateurs de télécommunication et les éditeurs de chaînes de télévision. Par ailleurs, afin de clarifier et faciliter la compréhension de tous, un glossaire a été élaboré, reprenant les termes utilisés en matière de TV segmentée.

Ce Guide est disponible et téléchargeable dès maintenant sur les sites des 3 associations contributrices.

*« Ce Guide a été construit afin d'aider les annonceurs à mieux comprendre la complémentarité entre la TV traditionnelle et la TV segmentée. Il exprime bien les nouvelles possibilités offertes aux marques sachant que les limites actuelles seront levées progressivement pour permettre le développement d'un nouveau marché. »* **Isabelle Vignon, Déléguée Générale SNPTV.**

*« Nous sommes très heureux de nous être associés à l'AF2M et au SNPTV pour publier ce guide qui nous a semblé nécessaire alors que nous sommes au démarrage de la phase de convergence entre Télévision et Digital. Ce n'est que le début d'une nouvelle expérience publicitaire que tous les acteurs de l'adtech suivent avec attention. »* **Jacques Cazin, CEO Adways et responsable de la Task Force Vidéo & TV segmentée de l'IAB France.**

*« La Télévision, grâce au Digital et à la forte implication des Opérateurs, va offrir de nouvelles possibilités aux marques pour toucher leurs cibles. Opportunités qui feront naître, à n'en pas douter, de nouvelles approches ou stratégies de communication de la part d'annonceurs, grands ou petits. »* **Natalie Jouen Arzur, Déléguée Générale de l'AF2M.**

Télécharger le Guide « La Publicité TV segmentée » : [ICI](#)



### A PROPOS DE L'AF2M :

Créée en 2005, l'AF2M regroupe et coordonne les travaux entre les opérateurs télécoms et les groupements représentatifs des éditeurs de services et des prestataires techniques visant à développer et promouvoir des services et des solutions multi-opérateurs B2B2C.

Sont membres de l'AFMM :

- Opérateurs de Télécommunications : Bouygues Telecom, Euro Information Télécom, Orange, SFR, Wordline, Colt, Digital Virgo France, Gibmédia, A6 Telecom, Remmedia, Odigo.
- Associations et groupements professionnels : GESTE, Mobile Marketing Association France, ACSEL, ADRT, AFRC, APNF, Association du paiement et GPMSE

[www.af2m.org](http://www.af2m.org)

**Contact PRESSE :** Nathalie Chabert, [presse@af2m.org](mailto:presse@af2m.org)

### A PROPOS DE L'IAB FRANCE :

Créée en 1998, l'Interactive Advertising Bureau France (IAB France) regroupe les acteurs de la communication digitale autour d'une triple mission : (1) structurer la communication digitale grâce à l'élaboration de normes et au partage de bonnes pratiques, (2) favoriser son usage et (3) optimiser son efficacité en vue du développement d'une industrie forte et responsable au service d'une croissance durable. Elle compte à ce jour 125 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la vente et des technologies de la publicité digitale.

L'IAB France est l'un des interlocuteurs naturels des autorités et pouvoirs publics, des médias et des autres associations professionnelles en matière de communication digitale. L'IAB France est une association indépendante, membre du 1er réseau mondial d'associations représentant l'écosystème de la communication digitale : l'Interactive Advertising Bureau.

[www.iabfrance.com](http://www.iabfrance.com)

**Contact PRESSE :** Myriam Hamied, [myriam@iabfrance.com](mailto:myriam@iabfrance.com)

### A PROPOS DU SNPTV :

Créé en 1989, le **Syndicat National de la Publicité Télévisée** regroupe les régies audiovisuelles et coordonne les travaux visant à développer et promouvoir les supports publicitaires audiovisuels.

Le SNPTV compte 8 membres : TF1 Pub, M6 Publicité, France Télévisions Publicité, Canal+ Brand Solutions, Next Media Solutions, Amaury Media, beIN Régie et Viacom International Media Networks.



#### **QUATRE MISSIONS DIRECTRICES**

- La promotion de la publicité TV, y compris au travers du soutien de ses membres aux campagnes d'intérêt général.
- L'étude de la publicité TV et de la permanence de son efficacité pour ses annonceurs, conseils en achats médias et agences de publicité.
- La veille des développements de la publicité TV, notamment dans le monde.
- La représentation de ses membres et le dialogue avec les instances représentatives des acteurs de la publicité.

<https://www.snptv.org/>

**Contact PRESSE** : Lola Romeo, [pubtv@snptv.org](mailto:pubtv@snptv.org)