



Bouygues Telecom et NRJ GLOBAL annoncent la signature d'un accord sur la TV segmentée

Paris, le 20 avril 2021 – Bouygues Telecom et NRJ GLOBAL annoncent aujourd'hui avoir signé un accord permettant aux chaînes du groupe NRJ d'accéder aux datas et savoir-faire technologique de l'opérateur en matière de publicité segmentée. NRJ GLOBAL, la régie plurimédia TV, Radio, Digital, Cross-média du groupe NRJ, va pouvoir s'appuyer sur le parc de 4 millions de box de Bouygues Telecom pour proposer des offres de publicité ciblée en TV linéaire dès cet automne.

« Je me réjouis de ce nouveau partenariat qui renforce le rôle qu'occupe Bouygues Telecom dans la mise en place de la TV segmentée en France » souligne Renan Abgrall, Directeur de la Value Factory de Bouygues Telecom. « Ensemble, nous allons démontrer la facilité de déploiement de notre solution au sein de toutes les régies, quelles que soient leurs tailles, afin qu'elles puissent tirer profit de cette révolution publicitaire qu'est la TV segmentée. »

« Nous sommes ravis de ce partenariat avec Bouygues Telecom qui va nous permettre d'enrichir nos offres de ciblage avec la TV segmentée. Nous avons hâte de proposer cette nouvelle solution qui sera disponible à l'automne 2021 » déclare Cécile Chambaudrie, Présidente de NRJ GLOBAL.

Contacts presse Bouygues Telecom :

Caroline Chaix – 01 58 17 98 44 – cchaixcr@bouyguetelecom.fr

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

Contact presse NRJ GLOBAL :

Maxime Mortera -01 40 71 38 92 - mmortera@nrjglobal.fr



À propos de Bouygues Telecom

Opérateur global de communications, Bouygues Telecom se démarque en apportant tous les jours à ses 22,9 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. #OnEstFaitPourEtreEnsemble
www.bouyguetelecom.fr

À propos de NRJ GLOBAL

NRJ GLOBAL est la régie publicitaire des stations et chaînes du Groupe NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire & Chansons, NRJ12, Chérie25 et NRJ Hits). Ses marques médias mettent tout en œuvre pour divertir ses publics avec des valeurs positives associant des stars, du rêve, de l'évasion, de la proximité, de la musique, du partage mais aussi de la solidarité et de l'engagement. 43 millions de Français se divertissent chaque mois avec nos médias(1). NRJ GLOBAL est la 1ère offre radio commerciale sur les Femmes RDA moins de 50 ans, les 25-49 ans et les moins de 60 ans(2). L'offre radio NRJ GLOBAL regroupe 9.8 millions d'auditeurs chaque jour(3) et 39.6 millions de téléspectateurs regardent nos chaînes chaque mois(4). NRJ GROUP est la 1ère offre privée de radios digitales avec 51,1 millions de sessions d'écoutes actives par mois(5).

Sources: Cross: (1) Étude CROSS MEDIAS 2020.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par AFFIMETRIE, ACPM et MEDIAMETRIE. 42983 000 Français. Radio: (2) Médiamétrie 126 000 Radio, Septembre-Décembre 2020, L-V, 5h-24h. 13 ans et +. AC, QHM et PDA. (3) AC. Télévision: (4) Médiamétrie-Médiamat, Audience chaîne (JDV), L-D, 3h-27h, Janvier-Décembre 2020. Couverture NRJ GLOBAL 4+. Digital: (5) ACPM-OJD, diffusion globale des radios digitales diffusées sur Internet, moyenne mensuelle année 2020, sessions d'écoutes actives +30". NRJ GROUP, données Monde.