

CANAL+ s'adjoit les services d'ADventori pour exécuter leurs campagnes digitales display

Afin de parfaire le déploiement de sa stratégie digitale, CANAL+ a choisi d'être accompagné par ADventori sur le conseil, l'organisation et l'exécution de ses campagnes digitales display. L'ad tech française vient donc compléter les équipes de Havas Digital et BETC sur lesquelles s'appuie déjà CANAL+.

Organiser, planifier, exécuter

Sur la base des concepts créatifs imaginés par BETC et du conseil en stratégie media de Havas Digital, ADventori apporte désormais conseil et exécution des campagnes digitales display de la marque sur ses 3 piliers : l'offre Foot, l'offre multiprogrammes (ciné – séries) et le lancement d'offres séries limitées comme le bundle CANAL+/DISNEY+. Les objectifs à court terme étant la rationalisation de la production créative, la mise en place d'une campagne fil rouge automatisée, la connexion aux flux de données (catalogue et DMP) et une lisibilité unique et simplifiée des rapports de campagne.

« La richesse des programmes et des offres de CANAL+ sont un catalogue vivant, varié et multiple, actif tout au long de l'année. Cette diversité d'offres nous a poussée à repenser l'organisation de nos campagnes et notre niveau de prise de parole auprès de nos prospects. ADventori nous a accompagné sur cette nouvelle organisation et nous permet de délivrer des campagnes 100% data-driven avec beaucoup plus de simplicité et d'efficacité. » précise Jérémie Derouet, Directeur du e-commerce de CANAL+.

Sabine de Courcy, Responsable Acquisition de Trafic, complète avec cette réflexion : *« CANAL+ est la chaîne du foot, du cinéma et des séries : notre discours publicitaire digitale doit également porter les valeurs de marque et ainsi apporter un niveau de service élevé. Aujourd'hui, chaque bannière digitale de CANAL+ est unique : elle comporte une offre dédiée (type d'abonnement), un ou plusieurs programmes particuliers (foot, série, ciné) et peut être conditionnée à une heure de diffusion. Il fallait pouvoir le faire en gommant toute complexité et sans créer des coûts additionnels : c'est ce que nous a permis ADventori. »*

Chasser la complexité pour générer des gains de performance

Promouvoir les offres tout au long de l'année est un vrai défi pour les équipes digitales de CANAL+.

C'est d'abord **un défi organisationnel**. Synchroniser tous les intervenants de la campagne – équipes internes, agence créa, agence média, DMP – a nécessité la mise en place de cycle de formation et de workshop, afin d'intégrer les enjeux globaux de la marque et les impératifs de chacun.

C'est ensuite **un défi technique**, qui a abouti à la conception d'une structure d'assets créatifs 100% connectée aux flux de données (données du site, DMP, données externes) et au plan média. Soutenue par des cahiers de scénarios stratégiques, la structure technologique mise en place permet linéarité et automatisme.

Communiqué de Presse

Enfin, un **défi financier**, où la multiplication des messages adressés a généré dans les faits une division des coûts créatifs, du gain de temps et une rentabilité globale.

C'est ce triptyque qu'ADventori a travaillé pour CANAL+ en prenant en charge très en amont une part de conseil, et au quotidien, l'exécution des campagnes.

« C'est un scénario de travail idéal que nous avons déployé avec les équipes de CANAL+. La refonte progressive des méthodes de travail, la compréhension des enjeux de chacun, l'intégration de toutes les données, nous ont permis de délivrer des campagnes fil rouge toute l'année et vont nous permettre de passer à une nouvelle étape d'optimisation » commente **Matthieu Puissant, Managing Business Partner France d'ADventori**.

Après une année pleine d'accompagnement, l'heure des bilans et des évolutions a sonné.

- Plus de 25 scénarios générés sur plus de 800 millions d'impressions sur 2020.
- Temps de lancement d'une campagne réduit d'un mois à moins d'une semaine.
- Coûts créatifs rationalisés : une créa unique génère de façon automatique plus de 625 kits créa à la volée, complétés de variables dynamiques.
- Hausse de +26 % du CTR (2020 vs 2019), accompagnée de mesures post-view et post-click du même niveau.

Les fondations et méthodologies étant en place, d'autres missions sont désormais à l'étude comme du multivariant testing, tracking approfondis et des scénarios optimisés. Toutes les forces en place seront orientées à des fins de performances et d'optimisation.

* * * * *

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Sabine de Courcy – 01 71 35 06 36 – sabine.decourcy@canal-plus.com

Carole Ellouk – 06 86 45 21 07 – carole.ellouk@adventori.com

A PROPOS DU GROUPE CANAL+

Le Groupe CANAL+ est leader dans l'édition de chaînes premium – les chaînes CANAL+ – et de chaînes thématiques ainsi que dans la distribution d'offres de télévision payante. Il est également un acteur de référence dans la télévision gratuite avec trois chaînes nationales, C8, CSTAR et CNEWS, et sa régie publicitaire. À l'international, le Groupe CANAL+ connaît une forte croissance avec une présence en Europe, en Afrique et en Asie. Au total, le Groupe CANAL+ compte 20,1 millions d'abonnés dans le monde, dont 8,4 millions en France métropolitaine. Avec STUDIOCANAL, le Groupe CANAL+ est par ailleurs un leader européen dans la production, l'acquisition et la distribution de films de cinéma et de séries TV. Le Groupe CANAL+ est détenu à 100% par Vivendi, groupe international dans la production et la création de contenus.

A PROPOS D'ADVENTORI

Créée en 2009, ADventori est une Creative Advertising Technology qui a pour vocation de personnaliser, mesurer et optimiser la publicité digitale. Notre expertise technique et notre savoir-faire permettent aux annonceurs réaliser les campagnes data-driven : de la déclinaison de messages, à l'intégration de données, au trafficking de tous formats publicitaires. Au-delà de l'optimisation du média et de la création, ADventori rationalise l'exécution des campagnes, créant ainsi une organisation optimale pour piloter un écosystème complexe.

Leader en France, voici nos références en Europe : Renault, SFR, OUI.sncf, Fressnapf, GMF, Nissan, Mini, Decathlon, Transavia, Air France, Canal+. www.adventori.com/fr