

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **« TV-LOAD » : Le secteur télévisuel autrichien donne le coup d'envoi pour la numérisation de la publicité télévisée linéaire classique – avec le Media Manager de Virtual Minds**

Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT), TV-Insight et Virtual Minds ont conclu un partenariat stratégique pour la mise en œuvre du Media Manager. Teletest 2.0 et Media Manager constituent la base de l'optimisation en direct du bloc publicitaire télévisé linéaire, en bref « TV-LOAD ».

Fribourg/Vienne/Salzburg, 20 août 2024 – Les diffuseurs et les marketeurs de la télévision autrichienne mettent en œuvre la première combinaison au monde de mesure en temps réel de l'utilisation de la télévision et de diffusion numérique de la publicité télévisée classique et linéaire. Les fournisseurs de télévision et les marketeurs, organisés au sein du groupe de travail Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT), dont font partie ATV, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, Goldbach, ServusTV et ProSiebenSat.1 PULS 4, se sont accordés sur l'utilisation du Media Manager de Virtual Minds qui va permettre, pour la première fois dans l'histoire de la publicité télévisée classique, une optimisation dynamique en temps réel du bloc publicitaire sur la TV linéaire (« TV-LOAD ») en s'appuyant sur le Teletest 2.0. Avec l'utilisation de la solution média innovante du pionnier européen de la technologie publicitaire, les diffuseurs et les distributeurs de total vidéo autrichiens confirment leur statut de précurseurs dans le développement de la publicité télévisée. Le marché autrichien joue ainsi un rôle de pionnier international dans la mise en œuvre de solutions innovantes en matière de Total Vidéo.

En s'affranchissant du plan média TV classique basé sur des données prévisionnelles – rigide et obsolète au regard des normes numériques – la logique décisionnelle dynamique du Media Manager offre aux diffuseurs une flexibilité et une efficacité accrues dans la commercialisation automatisée et basée sur les données de leurs contenus de qualité. Cet outil novateur calcule en temps réel, sur la base des données de Teletest 2.0, des compositions d'écrans publicitaires optimales en tenant compte de l'audience actuelle et en utilisant des critères choisis librement. Même les particularités spécifiques à la télévision, comme la durée maximale légale de publicité par heure, peuvent ainsi être facilement mises en œuvre lors de la diffusion. Le Media Manager et Teletest 2.0 permettent donc de modifier en profondeur la planification publicitaire télévisuelle linéaire actuelle. Ils donnent, en outre, au marché télévisuel

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

autrichien la possibilité d'offrir des alternatives probantes aux plateformes numériques globales de vidéo.

### **Une situation gagnant-gagnant pour les diffuseurs, leurs marketeurs et les annonceurs**

L'optimisation dynamique globale du bloc publicitaire de la télévision linéaire profite aux diffuseurs comme aux annonceurs. La souplesse qui en résulte facilite à la fois la fourniture et l'accès aux inventaires TV classiques, tout en offrant une efficacité accrue : les diffuseurs peuvent optimiser durablement leur yield management et ainsi exploiter des potentiels de revenus supplémentaires, comme le confirment les tests pilotes réalisés avec le Media Manager. Les annonceurs et leurs agences peuvent agir de manière nettement moins dépendante de la planification préliminaire et sont assurés de recevoir les contacts achetés, à l'instar de la publicité numérique.

Après un test réussi, Media Manager sera déployé sur les chaînes de télévision à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2024.

« L'interaction entre Teletest 2.0 TV LOAD et le Media Manager répond à tous les besoins de planification, de contrôle et d'optimisation des campagnes tournées vers l'avenir, basés sur les données et automatisés, dans le type de média qui a la plus grande portée, la TV linéaire. Ce rapprochement est un jalon pour accroître l'efficacité de la publicité sur la TV linéaire et transposer les avantages du contrôle numérique des campagnes sur le big screen, où l'impact publicitaire est imbattable. Selon une étude actuelle sur les images animées de RTR Medien et de Arbeitsgemeinschaft TELETEST, 94 % de l'ensemble de l'offre télévisuelle sont regardés sur le grand écran. Les programmes des diffuseurs représentent 89 % des contenus consommés sur le grand écran. La diffusion en direct en bénéficie considérablement. Les annonceurs disposent de possibilités révolutionnaires pour atteindre efficacement leur groupe cible », déclare **Thomas Gruber (ProSiebenSat.1 PULS 4), président d'Arbeitsgemeinschaft TELETEST**. Il ajoute : « Cette performance inédite de la place médiatique autrichienne a le potentiel de changer durablement la commercialisation de la publicité télévisée du futur. »

**Sebastian Hinterstoisser, CEO de TV-Insight** : « Notre objectif principal était de donner aux chaînes de télévision locales la possibilité de s'affirmer sur un marché des médias de plus en plus difficile. C'est pourquoi nous sommes vraiment ravis que notre vision d'une mesure numérique en temps réel de la télévision (Teletest 2.0) combinée à

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

l'optimisation en direct des pages publicitaires (Media Manager) devienne maintenant réalité en Autriche. »

**Tom Peruzzi, porte-parole de la direction et CTO de Virtual Minds,** explique : « Nous sommes très heureux que les chaînes et distributeurs de télévision autrichiens aient misé très tôt sur les avantages en termes de performance du Media Manager résultant de la transformation conséquente des modèles classiques de publicité et de commercialisation selon des logiques et des systématiques numériques. Ils renforcent ainsi durablement la position concurrentielle de leurs médias de qualité. Le Media Manager est plus que tout autre système de média synonyme de véritable publicité TV numérique classique, c'est-à-dire de diffusion numérique « one-to-many » sur la TV linéaire. Doté de fonctionnalités telles que l'optimisation dynamique en temps réel des blocs publicitaires, il n'est pas seulement la clé d'une meilleure exploitation de l'inventaire par les diffuseurs. Il permet également aux annonceurs de planifier et de réserver de la publicité TV classique selon les principes de la logique numérique et avec l'avantage d'efficacité correspondant. Cette étape permet au marché autrichien de mettre une fois de plus en avant son sens aigu de l'innovation et son haut niveau de compétence en matière de numérisation. »

### À propos d'Arbeitsgemeinschaft TELETEST

Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) a été créé en 2005. Il est client de TELETEST depuis 2007. Parmi ses membres figurent ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise ainsi que ProSiebenSat.1 PULS 4 et ServusTV. En tant qu'initiative générique commune des entreprises de médias participantes, Screenforce Autriche contribue au développement du marché autrichien de la télévision et de la vidéo. Plus d'informations sur <https://www.screenforce.at> et sur <https://www.agtt.at>

### À propos de TV-Insight

TV-Insight a été créé en 2021 sous la forme d'une joint-venture entre Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT) et Red Bull. L'objectif clairement défini derrière cette joint-venture était de révolutionner la mesure d'audience TV et d'offrir ainsi au marché de la télévision de meilleures perspectives d'avenir. Grâce au savoir-faire unique et à la collaboration très étroite des sociétés fondatrices, TV-Insight est désormais en mesure de proposer la seule mesure numérique en temps réel au monde pour la TV linéaire.

### À propos de Virtual Minds

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Depuis plus de 20 ans, Virtual Minds est synonyme de technologie publicitaire premium « made in Europe ». Les marques de technologie numérique et média de Virtual Minds – Adition (plateforme de marketing d'entreprise et adserving), Active Agent (omnicanal DSP), The Adex (plateforme de gestion de données et solutions média cross-device), Yieldlab (DSP omnicanal) et Virtual Minds Media Manager (diffusion en temps réel d'inventaires média linéaires classiques) – font partie des meilleures offres de solutions européennes et internationales dans leurs segments respectifs et constituent ensemble la première solution modulaire full-stack européenne pour le marché de la publicité numérique.

Parmi les clients internationaux de Virtual Minds figurent de grands groupes d'édition et de télévision et leurs unités de distribution, des groupements d'agences ainsi que de nombreux annonceurs de premier plan.

Virtual Minds GmbH est une filiale à 100 % de ProSiebenSat.1 Media SE.

Plus d'informations sur : [www.virtualminds.de](http://www.virtualminds.de)

### CONTACTS PRESSE

#### **TV-Insight GmbH**

Directeur Général TV-Insight  
Sebastian Hinterstoisser  
Port. : +43 664 88988122  
[sebastian.hinterstoisser@tv-insight.com](mailto:sebastian.hinterstoisser@tv-insight.com)

#### **Virtual Minds GmbH**

< elias communications >  
Nadja Elias  
Tél. : +49 (0)89 15890306  
Port. : +49 (0)177 3387718  
E-mail : [presse@virtualminds.de](mailto:presse@virtualminds.de)