

LA PRECISION DU RESEAU DE PUBLICITE GEOLOCALISEE ADMOOVE MESUREE PAR L'INSTITUT CSA



86% des géolocalisations opérées par Admoove sont précises à 100 mètres près
69% des géolocalisations opérées par Admoove sont précises à 10 mètres près

Paris, le 07 Juillet 2016,

Admoove, filiale du Groupe HiMedia spécialisée dans la publicité sur mobile, a développé une technologie permettant la diffusion de campagnes géolocalisées de haute-précision.

AdMoove a fait appel à l'institut CSA pour faire auditer la qualité de la géolocalisation des sites et applications de son réseau. L'étude, menée par l'institut CSA au cours du 1^{er} trimestre 2016, a permis d'établir que les données de géolocalisation provenant du réseau Admoove sont précises à moins de 10 mètres dans 69% des cas et à moins de 100 mètres dans 86% des cas.

Des dispositifs « clés en main » pour les annonceurs de la distribution et de la restauration

Grâce à cette technologie, Admoove met en place des dispositifs de génération de trafic en points de vente (*drive-to-store*) pour des grandes enseignes de la distribution (Carrefour, Système U, Norauto, Marionnaud...) et de la restauration hors-domicile (Quick, KFC...), en s'appuyant notamment sur la possibilité de personnaliser le message pour chaque point de vente.

AdMoove propose également des dispositifs permettant :

- de promouvoir des événements locaux (ouvertures exceptionnelles, animations commerciales...),
- de synchroniser des campagnes d'affichage extérieur classique avec des dispositifs mobiles interactifs,
- de recibler (retargeter) des mobinautes, après leur passage dans un point de vente ou un lieu spécifique.

Une place de marché spécialisée pour les acteurs du programmatique

Pour les annonceurs, les trading-desks et les agences qui disposent de leurs propres outils de programmation de campagnes, AdMoove met à disposition une PMP (place de marché privée) baptisée Geoloc+ sur laquelle ils pourront acheter de l'inventaire géolocalisé fiable et précis provenant des sites et applications partenaires.

C'est une bonne nouvelle pour tous les acteurs du programmatique qui pourront bénéficier d'une meilleure qualité de géolocalisation des impressions achetables que sur les ad-exchange traditionnels non spécialisés.

Admoove connaît en 2016 une forte croissance de son activité et prévoit de continuer à se développer en proposant des dispositifs ciblés et efficaces auprès des marques de grande consommation et des enseignes de la distribution.

A propos de HiMedia :

Pionnier du secteur, HiMedia est un leader européen du marketing digital.

Présente dans 6 pays européens, aux Etats-Unis et en Amérique Latine, la société HiMedia a réalisé un chiffre d'affaires de 65 millions d'euros en 2015.

Indépendante depuis sa création, la société est cotée sur le compartiment C de Euronext Paris et fait partie des indices CAC Small, CAC All-Tradable et CAC PME. Code ISIN : FR 0012821890/Mnemo : HIM

Plus d'informations sur : www.himediagroup.com/himedia et infofin@hi-media.com

Suivez-nous sur Twitter : @himediagroup

LinkedIn : www.linkedin.com/company/himediagroup

Prochaine communication financière : Résultat du premier semestre 2016, le 28 juillet 2016 avant bourse.

Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Hi-Media. Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes sur HiMedia Group, nous vous invitons à vous reporter à notre site Internet <http://www.himediagroup.com>, rubrique Investisseurs.

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que HiMedia Group estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations. HiMedia Group opère dans un secteur des plus évolutifs au sein duquel de nouveaux facteurs de risques peuvent émerger. HiMedia Group ne prend en aucune manière l'obligation d'actualiser ces déclarations de nature prévisionnelle en fonction de nouvelles informations, événements ou autres circonstances.
