

**CrossMediaPub,
une nouvelle offre d'affichage dynamique étudiée spécifiquement pour les clubs de golf.**

Depuis peu, CrossMediaPub propose de créer et de gérer l'ambiance des clubs de golf pour en faire un lieu encore plus moderne, dynamique et attractif. L'objectif de la nouvelle régie publicitaire CrossMediaPub est d'informer et de divertir les golfeurs, tout en mettant en avant quelques annonceurs haut de gamme. A terme, ce nouvel affichage dynamique (Digital Signage) est destiné à être implanté gracieusement dans tous les clubs de golf en France.

CrossMediaPub débute son implantation d'écrans plats (42 pouces HD en 16/9 avec son directionnel), dans une quinzaine de club-houses qui bénéficient chacun de l'affichage dynamique proposé gracieusement par CrossMediaPub. Avec le son directionnel, seules les personnes pouvant voir l'écran perçoivent le son à un volume idéal, les personnes hors champs ne sont pas importunées. De plus, les écrans de chaque club peuvent être personnalisés aux couleurs du golf.

Ce nouveau concept permet de diffuser en boucle du contenu golfique riche (actualités golfiques, résultats de compétitions, leçons de professionnels, reportages golfiques, interviews de champions), la météo locale et nationale parrainées par des annonceurs, de la publicité, et 25% des programmes dédiés à la communication interne du golf (actualités du club, promotions, programme des événements à venir...). Le contenu golfique est apporté par les prestigieux partenaires de CrossMediaPub : journal dugolf.fr, golftech.com et golf-zone.com. La majorité des programmes, diffusés en boucles, sont renouvelés quasi-quotidiennement et, en dehors de la communication interne, ils sont pilotés à distance par CrossMediaPub.

Pour Pierre-Olivier Gernigon, Directeur financier de CrossMediaPub, il s'agit d'une offre à double sens : *« D'un côté, nous offrons aux directeurs de golfs, un moyen gratuit de dynamiser leur club et de communiquer en toute autonomie, et d'un autre côté, nous proposons aux annonceurs nationaux et locaux, notamment dans le domaine du luxe, de l'automobile, du tourisme, de l'équipement golfique, ... de cibler une catégorie socioprofessionnelle élevée et de mesurer précisément l'impact de leur communication sur cette même cible ».*

De plus, ces services répondent à la fois aux problématiques des golfs indépendants, mais également à celles des groupes de golfs ayant une gestion de leur communication plus centralisée et plus changeante au cours de l'année.

En partenariat avec Médiamétrie, l'entreprise de référence de mesure d'audience et d'études des médias et grâce à une technologie mise au point par la société Quividi, CrossMediaPub peut identifier le nombre de personnes qui ont regardé l'écran, leur sexe, et la durée de visionnage grâce à une webcam placée sur l'écran. Aucune image n'est enregistrée et aucune donnée nominative n'est calculée, en respect de la législation sur la vidéosurveillance et sur la protection des données personnelles.

A la fin de chaque campagne, un rapport de diffusion, ainsi qu'un rapport d'audience réalisé par Médiamétrie, sont adressés par CrossMediaPub à l'annonceur, afin de déterminer son impact avec une grande précision.

Prochainement, l'annonceur pourra choisir une facturation « au contact ». Ainsi, il ne paiera que pour le nombre de contacts qu'il aura choisi. Ce système facilite la gestion du plan media et optimise le budget de l'annonceur.

Les premiers clubs de golfs ayant rejoint le réseau d'affichage dynamique CrossMediaPub sont : le golf de la Gloriette à Tours, Rueil-Malmaison (site pilote pour le groupe Formule Golf), Lésigny-Réveillon, Saint-Germain-Lès-Corbeil, Verrières Le Buisson (groupe Keytee), Rambouillet (groupe Keytee), Buc (groupe Keytee), Gif-Chevry (groupe Gaia Concept), Chevannes-Mennecy (groupe Gaia Concept), Saint-Pierre-du-Perray (Greenparc), Béthune, Le Vert Parc à Illies, Lille-Métropole et Mâcon La Commanderie.

D'ici fin décembre 2008, trente golfs seront équipés par CrossMediaPub. A l'horizon fin 2009, c'est 80 golfs qui disposeront de cette nouvelle technologie, ce qui amènerait à toucher 3 millions de contacts CSP+ et CSP++ par an.

Encore peu développé en France, l'affichage dynamique semble remporter l'adhésion du public selon des études réalisées courant 2007. Pour KPMG, 89% des consommateurs sont favorables à un affichage dynamique au niveau des points de vente. Côté annonceurs, c'est aussi une opportunité, car 75% des visiteurs se souviennent d'un affichage dynamique contre 44% pour l'affichage traditionnel selon IPSOS. Un autre chiffre permet d'évaluer la potentialité de l'affichage dynamique. Le cabinet POPAI note une croissance de 24% de ventes pendant une campagne d'affichage dynamique vidéo. De plus, l'affichage dynamique permet à l'annonceur d'argumenter et de donner plus d'informations, ce qui augmente l'impact de sa publicité.

Précisons que CrossMediaPub, le spécialiste de la publicité dans les golfs, propose, en complément de son media dynamique, d'autres supports pour renforcer les campagnes, comme par exemple : fonds de trous, drapeaux, affiches sur les séparateurs de practice, balles de practice ou encore tees aromatisés, etc.

A propos de Quividi :

Quividi est une jeune entreprise innovante dédiée à la valorisation de l'attention humaine, dont la mission est d'aider les divers acteurs du « marketing at retail » et du « wait marketing » à mesurer et optimiser leur communication. Elle propose des solutions logicielles permettant d'analyser l'audience de réseaux d'écrans, de personnaliser les messages diffusés selon le profil des spectateurs et d'établir une interactivité intuitive. Fondée en 2006, Oscar 2007 de l'Innovation pour le magazine LSA, Quividi distribue ses solutions dans le monde entier et collabore étroitement avec la société Médiamétrie en France. www.quividi.com/fr

A propos de Médiamétrie :

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à

l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2007, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 55 M€. www.mediametrie.fr

Plus d'informations :

Contact CrossMediaPub :

M. Pier-Alain Genouille
Directeur Associé
6, rue Lionel Terray
92500 Rueil-Malmaison
Tél : +33 (0)9 62 59 04 76
GSM : +33 (0)6 29 24 48 89
genouillepa@crossmediapub.com
www.crossmediapub.com

Contact Quividi

M. Olivier Duizabo
Dirigeant
14, rue Soleillet
75020 Paris
Tél : +33 (0)1 40 33 19 65
Fax : +33 (0)9 55 05 55 60
olivier@quividi.com
www.quividi.com

Contact Médiamétrie

M. Valéry Rochard
Directeur Cross Médias
et efficacité
Tél : + 33 (0)1 47 58 94 94
vrochard@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr

Visuels et vidéos des programmes, libres de droit, disponibles sur demande.

Relations Presse

Sylvie Fourcade - Prformance

sylvie@prformance.com

gsm +33 6 03 05 11 97 - tél +33 1 56 03 55 45 - fax + 33 1 53 34 00 28