

Communiqué de presse

## **Invibes innove avec son format inédit « Invibes Cinema », récemment déployé par KR Wavemaker (GroupM / WPP) pour la sortie de « House of Gucci »**

**Paris, 13 janvier 2022 – Pour accompagner au mieux l’univers du divertissement, et l’industrie du cinéma en particulier, Invibes a mobilisé son Creative Lab pour développer un nouveau format expérientiel pensé pour cette typologie d’annonceurs.**

Appelée « Invibes Cinema », cette innovation dans le domaine de l’in-feed intègre au sein de la bande annonce un menu interactif permettant d’explorer des informations supplémentaires autour du film, comme des trailers, des photos ou encore le casting et le synopsis du film.

À l’occasion de la sortie événement du nouveau film de Ridley Scott en fin d’année dernière, Universal Pictures France et son agence KR Wavemaker (GroupM / WPP) ont été les premiers à tester ces formats in-feed inédits en France. Le dispositif développé avec KR Wavemaker a été complété d’un format Invibes Countdown, faisant défiler un compte à rebours jusqu’à la sortie du film, ainsi que d’un format Invibes Reel, complétant la bande-annonce de photos animées.

La technologie de ciblage d’Invibes, basée sur une data propriétaire et des algorithmes de ciblage contextuel et comportemental, a par ailleurs permis d’atteindre une cible de fans de films dramatiques et thrillers.

### **Des résultats prometteurs**

Les formats enrichis développés par Invibes ont permis à la campagne House of Gucci d’atteindre des taux de complétion nettement supérieurs aux benchmarks outstream, allant jusqu’à 80% en desktop.

« L’équipe Invibes a su proposer et concevoir un format innovant qui se prête parfaitement aux enjeux d’une sortie de film. La proactivité des équipes et la réalisation rapide de ce format traduisent une efficacité remarquable et une qualité de service optimale ! » explique **Aude Auclair, Directrice Conseil & Trading Digital chez KR Wavemaker.**

« Cette campagne démontre l’aptitude d’Invibes et de ses équipes créatives à imaginer et concevoir des formats impactants et originaux pour nos clients afin de les

accompagner dans l'atteinte de leurs objectifs digitaux », précise **Stéphane Allard, Sales Director Invibes Advertising.**

### **A propos de KR Wavemaker**

KR Wavemaker est une agence media nouvelle génération, appartenant au groupe WPP et à GroupM – son entité média, au service de la croissance de ses clients, à l'intersection des médias, des contenus et des technologies. Dirigée par Jean Philippe Bertaux, elle compte 250 talents au service du business de ses clients.

Ses principaux clients sont LVMH, Burger King, Huawei, Colgate, Total Énergies, Mondelez, Bonduelle, Orangina Suntory France.

Le réseau Wavemaker est présent dans 90 pays et compte au total 8 500 employés.

Site : [www.wavemakerglobal.com](http://www.wavemakerglobal.com)

### **A propos de GroupM France**

Dirigé par Mathieu Morgensztern, CEO, GroupM France regroupe les agences media du groupe WPP : Essence, Keyade, KR Wavemaker, mediacom, Mindshare et Neo Media World.

GroupM France est doté de départements dédiés : Business Media Science (études media marketing, efficacité, data management), StudioM (métiers de création de contenus), GroupM Digital (équipes digitales spécialisées). GroupM France emploie plus de 1000 collaborateurs.

GroupM France a été élu Groupe de l'année 2021 au Prix Agence Média de l'Année pour la troisième année consécutive. En 2020, GroupM France a investi 1,752 Md€ dans les médias pour le compte de ses clients. Dans le monde, un tiers des montants investis dans les médias passe par GroupM.

**Twitter** @GroupMFrance **LinkedIn** GroupM France **Facebook** @GroupMfrance

### **A propos d'Invibes Advertising**

Invibes Advertising est une société de technologie avancée, spécialisée dans la publicité digitale. Ses solutions innovantes s'appuient sur un format in-feed, intégré dans les contenus médiatiques.

Invibes s'inspire de la publicité sur les réseaux sociaux, et développe sa propre technologie pour aider les marques à mieux communiquer avec les consommateurs. Sa technologie est optimisée pour une diffusion sur un réseau fermé de groupes médias, incluant : Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer, et beaucoup

d'autres. Les clients incluent de grandes marques telles que Mercedes, Samsung, Levis, et IBM.

Fondée en 2011, Invibes Advertising est une société cotée sur Euronext Paris (Ticker : ALINV – ISIN : BE0974299316). Visitez [www.invibes.com](http://www.invibes.com) pour plus d'informations.

**Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :**

<https://www.invibes.com/fr/fr/investors.html>

**Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :**

**LinkedIn** @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes\_adv

**Contacts Relations Publiques :**

**Contact en France**

Sami Battikh  
Country Director  
[sami.battikh@invibes.com](mailto:sami.battikh@invibes.com)  
+33 6 09 17 46 98

**Group Investor Relations**

Actifin  
Alexandre Commerot  
[acommerot@actifin.fr](mailto:acommerot@actifin.fr)  
+33 (0)1 56 88 11 11