

COMMUNIQUÉ DE PRESSE - LUNDI 30 NOVEMBRE 2020

LES CGV RADIO-AUDIO 2021 DE NRJ GLOBAL, SOUS LE SIGNE DES *GOOD VIBES*

Les consommateurs dans le contexte actuel, recherchent plus de divertissement, un esprit positif et aspirent à plus de confiance et davantage d'interactivités. Les marques médias du Groupe NRJ - qu'elles soient radio-audio et aussi TV-vidéo, sociales et événementielles - portent ces valeurs de bonne humeur bienveillante, d'optimisme et de proximité. Des *Good Vibes* plébiscitées chaque mois par plus de 43 millions de Français¹.

En s'appuyant à ces *Good Vibes* et ce contexte de divertissement propice à l'attention et à l'achat, NRJ Global met à disposition des annonceurs et des agences un véritable programme d'accompagnement de leurs dynamiques business. Le programme tient en 3 mots : **simplicité**, **émergence** et **services**, tout en s'appuyant sur les métiers, les talents et les savoir-faire de NRJ Global.

- SIMPLICITÉ :

Afin de simplifier les échanges, d'optimiser les interactions avec ses clients, NRJ Global **lance sa plateforme d'échanges et de business début 2021**. Cette plateforme offrira la possibilité de centraliser les briefs et de disposer des historiques d'échanges, puis à terme, elle permettra l'achat quel que soit le média (radio, TV digital). Pour les annonceurs qui souhaitent communiquer dans des délais très courts, l'offre « **24h chrono** » permet, de la création à la diffusion, de diffuser son message à l'antenne dans un délai d'un jour.

Pour faciliter l'accès à tous les points de contact en local et multi local, NRJ Global met à disposition une **offre ciblée** en s'appuyant sur ses **décrochages locaux** tant dans ses programmes éditoriaux que ses espaces publicitaires. Enfin, NRJ Global développe une offre dédiée pour mesurer, piloter et optimiser les communications « **drive to web** ».

- ÉMERGENCE :

L'émergence par les emplacements avec l'offre « *Platinum* » qui permet de garantir 100% du plan en emplacement préférentiel. L'émergence passe par la créativité dont dispose NRJ Global au travers des talents de **Spot Machine** : le studio de création, conception et de production audiovisuel pour les marques.

Pour proposer aux marques d'émerger encore plus, NRJ Global **créé de nouveaux formats publicitaires** tels que « *Impact Green* » pour les marques aux communications environnementales ; et de nouvelles intégrations au sein du contrat d'écoute avec « *Global Native* ».

Pour amplifier les messages publicitaires par l'influence, NRJ Global est en capacité d'activer les réseaux sociaux des marques médias du groupe.

L'émergence par la nouvelle narration du format podcast permet aux marques de gagner en proximité avec les auditeurs, que ce soit par l'intégration publicitaire ou la création de podcasts dédiés. Pour les marques qui désirent ancrer **leur propre univers sonore**, **Canal Music** est en capacité de créer le design sonore des espaces de vente des marques. Enfin, **l'émergence par l'innovation** avec la **publicité conversationnelle** pour interagir et nouer une nouvelle relation avec les publics.

- SERVICES :

Afin d'orchestrer les dispositifs de communication activant les leviers et expertises de NRJ Global, la régie se met au service de ses clients du conseil à la réalisation **avec un point de contact unique**.

Avec le « **Panel Insights** », NRJ Global met à disposition une expertise étude permettant d'anticiper, de piloter et d'optimiser les leviers d'efficacité de chaque campagne.

Enfin, soucieux d'accompagner ses clients dans la compréhension des comportements et intentions des consommateurs, **NRJ Global déploie des études propriétaires** dont celle à venir mi-décembre sur les stratégies de rebond des actifs 25-54 ans.

« 2021 sera une nouvelle année à construire ensemble, que nous espérons rayonnante et pleine d'énergie positive. Toute l'équipe de NRJ Global est aux côtés du marché publicitaire pour cette nouvelle saison que nous plaçons plus que jamais sous le signe des *Good Vibes* à vivre ensemble ! », Cécile Chambaudrie, Présidente de NRJ Global.

Pour consulter l'intégralité de nos CGV Radio-Audio 2021 : <https://bit.ly/39upb9w>

Sources : ¹ Étude Cross Médias 2020.1 - Reproduction interdite, tous droits réservés par ACPM et Médiamétrie. Données de Mars 2020 en télévision et Internet Global. Radio : 126 000 JM 2020. Cible 15 ans et +.