



# IP Belgium commercialisera les espaces publicitaires de la chaîne TF1 en Belgique

## IP Belgium commercialisera les espaces publicitaires de la chaîne TF1 en Belgique

**A partir du 1er septembre 2019, la régie publicitaire IP Belgium aura en charge la commercialisation et la valorisation des espaces publicitaires linéaires et non-linéaires\* de la chaîne TF1 présente en Belgique depuis 2017, jusqu'alors commercialisés par Transfer.**

Cette nouvelle collaboration permettra à IP Belgium de proposer aux annonceurs belges **une offre compétitive qui représente 13% de PDA\*\*** auprès du public belge. Les annonceurs pourront ainsi bénéficier d'un complément de couverture auprès de leurs cibles publicitaires et associer leurs marques à des environnements premium aux programmes engageants et fédérateurs.

Pour Gilles Pélisson, Président Directeur Général du groupe TF1: « Depuis plus de trente années en Belgique, la chaîne TF1 s'inscrit dans le quotidien des téléspectateurs et depuis deux ans dans celui des annonceurs. Nous nous réjouissons aujourd'hui de débiter ce nouveau partenariat avec IP Belgium dont la connaissance du marché local est une réelle valeur ajoutée. Son dynamisme et sa capacité d'innovation, tant sur la data qu'en matière d'avancées technologiques, sont autant d'atouts pour renforcer la présence de TF1 auprès des annonceurs belges. Nous tenons à remercier les équipes de Transfer d'avoir permis à TF1 d'entrer sur le marché publicitaire belge et pour leur soutien tout au long de ces deux dernières années. »

Pour Philippe Delusinne, Administrateur délégué de IP Belgium, « Comme IP l'organise déjà sur le plan national en commercialisant notamment les espaces publicitaires de différents groupes tels que Bel RTL, Nostalgie, NRJ Vlaanderen, Radio Contact ou Fun Radio, IP Belgium sera désormais en mesure de faciliter l'accès des annonceurs aux audiences différentes de marques appréciées par le public, au travers d'une offre commerciale cohérente et complémentaire. »

**\*Non-linéaires : replay de la chaîne TF1**

**\*\*Source CIM / Part d'audience PRA 18-54 / 17-23h 2018**

### **A propos du groupe TF1**

*Le groupe TF1 est le groupe audiovisuel privé leader de la télévision en France avec cinq chaînes en clair (TF1, TMC, TFX, TF1 SERIES FILMS et LCI) et des chaînes thématiques sur la télévision payante (TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV et Serieclub - détenue à 50 %). Le groupe TF1 développe une déclinaison digitale performante de ses programmes sur MYTF1 et des offres de vidéo à la demande avec MYTF1VOD et TFOU MAX. Le groupe TF1 est présent dans la production et la distribution de contenus notamment via Newen dont le principal objectif est d'accélérer le déploiement de la production et de la distribution au niveau international. Le groupe TF1 s'est renforcé dans le digital avec notamment l'acquisition du groupe aufeminin en avril 2018 qui a conduit à la constitution de son pôle digital Unify qui rassemble des marques reconnues (Marmiton, My Little Paris, Doctissimo, etc.) et autour desquelles s'engagent des communautés fortes.*

*Le groupe TF1 a ainsi enrichi son offre et sa capacité à toucher tous les publics, notamment les femmes et les millenials, au travers de thématiques fédératrices et complémentaires. Le groupe TF1 propose une large palette d'activités dans des domaines clés du divertissement et des loisirs avec TF1 Entertainment (jeux de sociétés, production musicale et spectacles, licences et édition), le cinéma avec TF1 Films Production et TF1 Studio. Le groupe TF1 est aujourd'hui présent dans 10 pays et compte 3 135 collaborateurs.*

*Le groupe TF1 est coté à la bourse de Paris (Euronext Paris : ISIN FR0000054900).*

### **A propos d'IP Belgium**

*Active depuis 1938 en Belgique et comptant parmi les principales régies publicitaires du pays, IP Belgium est celle qui exerce son activité pour le plus large éventail de médias : TV, Radio et Digital. La mission d'IP Belgium est double. D'une part, la régie s'attelle à optimiser les investissements publicitaires des annonceurs et de leurs agences média au travers de solutions de communication correspondant à leurs attentes et d'une connaissance pointue de chaque média représenté. D'autre part, IP Belgium veille à optimiser les recettes publicitaires des clients média grâce à l'analyse régulière de leur univers de concurrence en matière de tarifs, d'audience et de profils et par la maîtrise du media-planning et du media-buying. Forte de son expérience, la régie IP Belgium se distingue tout particulièrement par sa créativité et son expertise.*