



Realytics lance Adkymia, la 1^{ère} plateforme d'achat TV en programmatique

Realytics dévoile Adkymia, 1^{ère} plateforme qui automatise et simplifie les processus d'achat TV. Avec Adkymia, Realytics a pour ambition de digitaliser l'achat de la publicité TV en linéaire pour la rendre accessible aux petites et moyennes entreprises.

Paris, septembre 2019 – Dans un contexte où la télévision opère sa transformation digitale avec l'arrivée prochaine de la publicité adressée en France prévue pour 2020, Realytics apporte une avancée majeure en automatisant et en simplifiant les processus d'achats TV, de la construction de plans médias aux échanges avec les régies. Avec cette première française et européenne, Adkymia rend ainsi la publicité TV linéaire (télévision classique) accessible au plus grand nombre de marques.

La plateforme d'achat TV programmatique Adkymia est le fruit de 5 années de recherches et de développements par Realytics. Depuis 2014, Realytics accompagne les annonceurs dans l'analyse des performances digitales de leurs campagnes TV. Forte de cette expertise, Realytics a développé une solution qui automatise la construction des plans médias TV sur la base des performances drive to web. En automatisant et en simplifiant le processus d'achat, **Adkymia, permet à tout type de budget d'accéder au média TV.**

Adkymia est une technologie mise à disposition de l'ensemble des acteurs du marché qui souhaitent diversifier leurs canaux digitaux et utiliser la TV comme nouveau canal d'acquisition. La plateforme permet, dès son lancement, d'accéder à **31 chaînes** - historiques, TNT et Cable/Satellite – commercialisées **7 régies TV françaises**.

Adkymia a déjà été testée par plusieurs annonceurs qui, grâce à une solution simple et entièrement automatisée, ont pu expérimenter pour la première fois la TV et apprécier ainsi son efficacité.

« Depuis le lancement de Realytics, nous avons la conviction que le média TV doit se digitaliser pour séduire plus d'annonceurs. En effet, la télévision délivre des performances importantes tout en garantissant aux marques un contexte de diffusion premium dans un environnement *brandsafe* en totale transparence. En revanche, les processus d'achat sont souvent longs et complexes pour un annonceur qui souhaite tester la télévision pour la première fois. Adkymia lève ces contraintes pour faciliter l'accès au média TV. En créant le premier écosystème automatisé autour de la télévision, Adkymia ouvre de nouvelles opportunités pour la publicité TV », précise Guillaume Belmas, CEO et co-fondateur de Realytics.

A propos de Realytics :

Depuis sa création en 2014, Realytics est le partenaire des marques et leurs agences souhaitant analyser l'impact des campagnes TV sur leur écosystème digital (site web et application mobile). Spécialiste des campagnes TV à la performance, Realytics leur permet également d'amplifier leur efficacité et leur ROI. Forte de cette data récoltée et analysée et d'un puissant pôle R&D, Realytics lance en 2019 Adkymia, la première plateforme en France et en Europe à permettre l'achat de campagnes TV en programmatique. Realytics devient le 1er acteur à digitaliser l'achat de campagnes TV multi-régies, rendant ainsi la télévision accessible aux petites et moyennes entreprises. Leader technologique de son marché, Realytics a déjà accompagné plus de 500 marques en France et en Europe (Orange, C Discount, Seloger, Blablacar, Groupama, La Poste...) et évolue en partenariat avec l'ensemble des régies TV françaises.

Pour en savoir plus : www.realytics.io / www.adkymia.com

Contacts presse :

Guénaëlle Perrin - REALYTICS
Tél : 01 85 09 92 50
guenaelle@realytics.io

Jennifer JEAN – SILFRA COMMUNICATION
Tél : 06 45 48 38 40
jennifer@silfracommunication.com