

Communiqué de presse

Clear Channel lance les HYPERSTORIES, nouvelle « plateforme de contenu vidéo et social Out-Of-Home » pour les marques et les villes

11 avril 2018

Fort de son développement du Digital-Out-Of-Home initié il y a 6 ans, Clear Channel franchit une nouvelle étape de transformation digitale et développe une première mondiale de plateforme de contenu et de format vidéo et social avec Brut dans l'espace public.

« Les HYPERSTORIES constituent une étape stratégique de la digitalisation de Clear Channel dans la rue. Celles-ci s'inscrivent pleinement dans les nouvelles attentes des citoyens pour une communication innovante au contenu enrichi qui permet de capter l'attention du public et d'accroître l'utilité sociale et l'efficacité publicitaire de notre média avec les interactions sur les médias sociaux. » déclare **Philippe Baudillon**, Président de Clear Channel France.

Après avoir pris le virage digital en mêlant tous les métiers depuis la création jusqu'à l'audience planning et dans le contexte de transformation des médias, Clear Channel continue sa révolution digitale en proposant une **plateforme de contenus** capable de générer une nouvelle forme d'engagement **dans tous les lieux de consommation mais aussi tous les lieux de vie et de mobilité Out-Of Home** suite à son déploiement récent dans les métros et dans les centres-villes.

Avec HYPERSTORIES, le Digital-Out-Of-Home de Clear Channel devient le « premier média vidéo et social Out-Of-Home » grâce au partenariat unique et exclusif développé avec BRUT

La rue devient un nouveau canal de diffusion digitale et crée un nouveau lieu de consommation de contenus des marques et des villes auprès du grand public et particulièrement des jeunes adultes.

Dès le 12 avril, cette plateforme de contenus, baptisée HYPERSTORIES, permet de proposer une nouvelle narration vidéo et sociale aux acteurs de la rue, qu'ils soient annonceurs ou collectivités locales, en développant des contenus exclusifs pour faire le lien entre le monde physique et digital.

Deux produits exclusifs Brut, avec une production de contenus de formats courts dédiés aux marques et aux villes, sont ainsi proposés en exclusivité chez Clear Channel et permettent d'initier ou de prolonger « Out-Of-Home » les stories Brut, précédemment exclusivement diffusés sur les réseaux sociaux :

- **Brut sur mesure by Clear Channel** propose un contenu éditorial exclusif personnalisé pour une marque ou une ville
- **Brut Nature by Clear Channel**, est une offre de sponsoring de contenus proposée aux annonceurs et aux villes.



« Nous sommes très heureux de ce partenariat avec Clear Channel qui constitue une véritable première mondiale en Communication Extérieure. Cela permet aux stories Brut de se prolonger dans le monde physique de la rue et de faire du Digital-Out-Of-Home le premier média social « du réel » auprès du grand public. » commente **Guillaume LACROIX, co-fondateur de Brut.**

HYPERSTORIES, une amplification des contenus grâce à l'activation de micro-influenceurs en collaboration avec l'agence MONOLITH PARTNERS

Fort du succès rencontré fin 2017 à l'occasion du lancement de la bande-annonce [Jurassic park](#), Clear Channel amplifie ses **HYPERSTORIES** sur les réseaux sociaux grâce à la synchronisation de ses totems digitaux avec une sélection de micro-influenceurs spécifiquement sélectionnés grâce à l'expertise de l'agence Monolith Partners, dirigée par Laurent Foisset et Xavier Desmaison.

« Les **HYPERSTORIES** permettent d'orchestrer la puissance "one-to-many" de la communication extérieure avec le "many-to-many" des réseaux sociaux. Si les stories sont la dernière grande évolution des plateformes sociales (instagram, Snapchat), les hyperstories sont vitaminées aux dernières technologies du "native advertising" et du "marketing influenceur. » selon **Laurent Foisset.**

Plus d'un million d'impressions avaient été générées sur Instagram suscitant plus de 250 000 vues de vidéos en 24H et plus de 16 000 commentaires et likes.

Emmanuel Pottier, Directeur Général Adjoint de Clear Channel France, en charge de la Stratégies, de la Transformation et du Digital conclut :

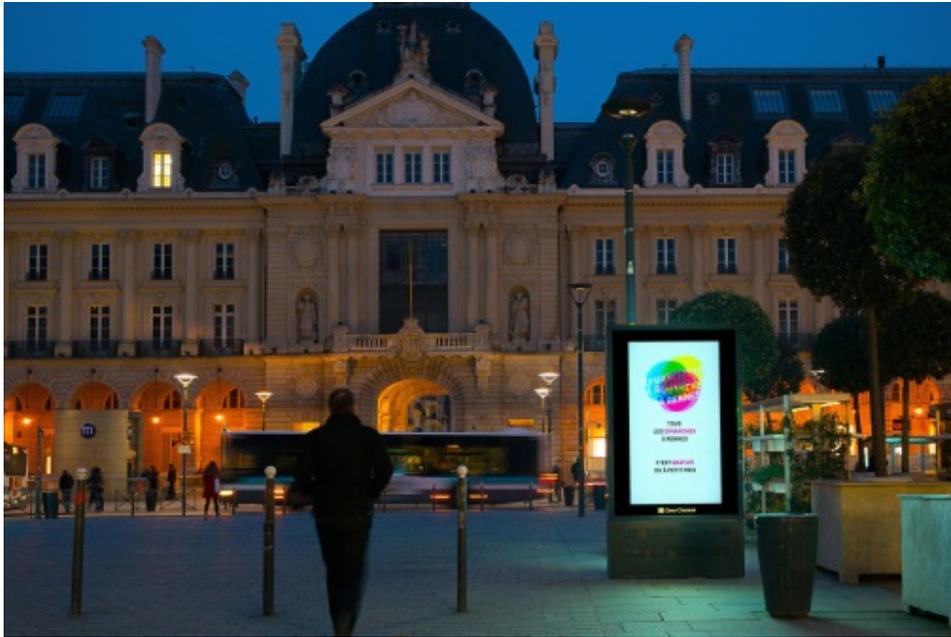
« L'offre **HYPERSTORIES** marque un tournant stratégique du Digital-Out-Of-Home et illustre notre volonté de bousculer les codes de l'affichage initiée il y a maintenant 6 ans. Nous avons en effet aujourd'hui à cœur de continuer cette convergence des supports et des contenus à travers de nouvelles narrations. »

HYPERSTORIES, une nouvelle plateforme de contenus au service des collectivités pour dialoguer avec leurs citoyens : illustration d'une première mondiale initiée avec la métropole de RENNES

Compte tenu de la vitalité de l'écosystème numérique rennais et dans la continuité de l'action de la ville de Rennes d'expérimenter de nouvelles solutions collaboratives et de faire du numérique un service accessible à tous, Rennes sera la toute première métropole à tenter l'expérience éditoriale inédite de ce média de rue avec ce nouveau contenu vidéo et social.

- **46 nouveaux écrans digitaux** ont, en effet, déjà été installés depuis le mois de février 2018 dans le cadre du partenariat liant Clear Channel à Rennes depuis 1998. Ils diffuseront **dès le 12 avril** plus de **cinq contenus Brut sur mesure pour Rennes Métropole** avec une **programmation quotidienne** des reportages et **plus de 1,8 million de vues hebdomadaires (11+).**

- **60 écrans digitaux au total seront installés d'ici fin 2018** à des **adresses stratégiques** qui privilégient les zones piétonnes **au cœur des quartiers iconiques de la Ville** (*République, Cours des Alliés, rue de Nemours, rue du Puits Mauget ou l'esplanade de la Gare*).



Place de la République – Rennes

Nathalie Appéré, maire de Rennes

" Autour de notre budget participatif ou du projet urbain Rennes 2030, nous avons mis à la disposition des habitants des outils numériques performants, dont ils se sont emparés pour contribuer au débat public et mener des projets collaboratifs. Dans le même esprit, nous expérimentons aujourd'hui avec Brut et Clear Channel un nouveau média de rue, dont la ligne éditoriale privilégie les initiatives des acteurs du terrain rennais dans les domaines de la solidarité ou de la transition écologique".

Emmanuel Couet, président de Rennes Métropole

"L'annonce de cette innovation éditoriale, liée au déploiement récent de panneaux digitaux dans le cœur de la métropole, ne peut que renforcer notre image de territoire numérique en pleine effervescence. L'écosystème numérique rennais, c'est aujourd'hui plus de 1000 emplois créés chaque année, une expertise reconnue dans les domaines de la cybersécurité ou des télécommunications, et une French Tech Rennes-St Malo qui joue à plein son rôle d'incubateur de projets innovants".

A propos de Clear Channel France

Clear Channel France est un acteur de la ville et un média dans la rue.

Avec une offre couvrant tous les univers outdoor et indoor, et tous les territoires urbains et extra-urbains de France, Clear Channel touche 32 millions de consommateurs chaque semaine et génère plus de 5 milliards de contacts utiles pour communiquer instantanément dans un centre commercial, un quartier, une ville, une région ou la France entière, en print ou en digital.

- **Le Digital**

Clear Channel dispose de 2 000 totems full HD au cœur de **200 grands complexes commerciaux** français et investit également la **rue et le métro en Digital**.

Suite aux derniers déploiements dans les métros de Lyon et Lille et en plein cœur de Rennes, Clear Channel a aujourd'hui une présence digitale dans les **centres-villes de très grandes agglomérations avec plus de 250 écrans digitaux** dans des villes telles que Lyon, Lille, Rennes, Nîmes, Brest, Pau, ou Reims, en complément de son leadership dans les Malls en France avec plus de 2 000 totems.

- **Les Vitrines 2 et 8 m²**

Clear Channel est un acteur incontournable du Mobilier Urbain en France, avec près de 72 000 vitrines 8 et 2 m² rétro-éclairées, quel que soit leur territoire d'implantation : la rue, le tramway, le métro ou les parkings d'hyper centre-ville ou de centres commerciaux.

- **Le Bus**

Clear Channel détient la régie publicitaire des bus dans 43 agglomérations majeures, dont Lyon, Lille, Bordeaux, Toulon, Grenoble, Rouen, Valenciennes, Nancy, Clermont-Ferrand et Montpellier sont parmi les plus importantes. Au total, ce sont près de 16 000 faces publicitaires sur 6 000 bus.

- **Le Grand Format « Classic »**

Clear Channel propose des formats 12 et 4 m² traditionnels, soit un peu plus de 16 500 faces « Classic », adaptés à chaque environnement, de Paris jusqu'aux localités de plus de 10 000 habitants, en passant par les plus grandes agglomérations, des centres-villes aux quartiers périphériques et extra-urbains.

www.clearchannel.fr

Contacts presse :

Véronique Ferrantin, Responsable Communication

LD +33 (0) 1 41 86 44 95 – M + 33 (0) 6 85 82 54 27

Nicolas Ruscher

M + 33 (0) 6 63 05 72 73

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

Twitter : www.twitter.com/ClearChannelFr

Facebook : www.facebook.com/Clear.Channel.France/

LinkedIn : www.linkedin.com/company/clearchannelfrance

Instagram : www.instagram.com/clearchannelfrance/

** Là où les marques rencontrent leurs clients*

A propos de Brut

Lancé en Novembre 2016, Brut, le média social qui engage la conversation, s'est imposé comme média social d'information leader en France avec un record au mois de Mars 2018 de plus de 133 millions de vidéos vues avec Brut, Brut Nature et Brut Sport.

Brut accélère également son développement à l'international pour atteindre en mars 320 millions de vidéos vues dans le monde avec Brut France, US, Inde, Angleterre et se classe dans le trio de tête des médias sociaux d'information sur la planète avec l'objectif de devenir leader mondial avant fin 2018.

Contact presse : Roger Coste : coste@togetherstudio.fr

A propos de Monolith Partners

Monolith Partners, brandtech agency, a été fondée par Laurent Foisset (ex Directeur Général d'IPG Mediabrands, co-fondateur du 118 218) et Xavier Desmaison (CEO d'Antidox). La mission de l'agence est de délivrer une parfaite connaissance et maîtrise des technologies associées à une grande expertise en marketing et gestion de marques. Monolith Partners travaille pour de grandes marques confrontées aux enjeux du premium, dans les secteurs de la distribution, de la finance, de l'éducation, du luxe, de la beauté ou de la mode. Monolith Partners est présent à Paris, Londres et San Francisco.

Monolithpartners.com

Contact presse : Laurent Foisset, CEO Monolith Partners +33 (0)6 24 92 25 37 - laurent.foisset@monolithpartners.com

A propos de Rennes

Portée par son essor démographique et son dynamisme économique, la capitale de la Bretagne, désormais reliée à Paris en 1h25 grâce à la ligne à grande vitesse (LGV), se positionne comme une locomotive à l'échelle régionale. Son aire urbaine recense près de 700 000 habitants et couvre un bassin de 300 000 emplois. Première métropole "business friendly" (L'Entreprise-L'Expansion 2016), elle attire de nombreux talents dans plusieurs secteurs clefs de l'économie : numérique, cybersécurité, santé, agro-alimentaire, environnement.

Classée 1ère ville française pour sa qualité de vie (L'Express 2018), Rennes est appréciée pour son marché de l'emploi (taux de chômage à 7,1%, deux points sous la moyenne nationale), son dynamisme culturel et associatif, sa politique de logement solidaire et l'effervescence de sa vie étudiante. Premier pôle d'enseignement supérieur du Grand Ouest avec 68 000 étudiants, Rennes vient d'être reconnue par Eurostat, l'office de statistiques de l'Union européenne, comme la 1ère ville française (la 6^{ème} en Europe) où il fait bon travailler.

Contacts presse :

Laurent Riéra, directeur de la communication

+33 (0)6 08 82 20 81 - l.riera@rennesmetropole.fr

Antoine Blanchet, attaché de presse

+33 (0)6 48 24 20 20 - a.blanchet@rennesmetropole.fr