



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 15 juillet 2008

VIVOLTA ET VIVOLTA.COM UN LANCEMENT REUSSI

TV : UNE AUDIENCE DE PLUS DE 2,3 MILLIONS DE TELESPECTATEURS
WEB : PLUS DE 300 000 VU ET PLUS DE 800 000 CONTACTS QUALIFIES

Six mois seulement après la mise à l'antenne de sa chaîne Vivolta et du site web vivolta.com, les 1ers indicateurs confortent le positionnement de VIVOLTA

-> **La chaîne VIVOLTA** affirme sa présence et sa notoriété dans l'univers des thématiques du câble et du satellite, particulièrement auprès de ses cibles privilégiées :

- Selon Médiamétrie, Vivolta touche chaque semaine plus de **2,3 millions** de téléspectateurs*, dont la plupart ont 40 ans et plus
- **Les CSP+ sont surreprésentés sur VIVOLTA qui est la chaîne la plus en affinité avec cette cible (indice 159 d'affinité, devant toutes les autres chaînes du panel*)**
- Une part d'audience en progression continue à 0,1% sur les abonnés (offre incluant Vivolta)

Médiamétrie met aussi en évidence **une excellente notoriété (36% de notoriété globale**)** et **une image très positive**. Les téléspectateurs de VIVOLTA jugent l'offre de programmes de grande qualité. « **Distrayante, conviviale, moderne et dynamique** » Telle est la description de la chaîne par 86% des personnes interrogées par Médiamétrie**. La chaîne qui produit beaucoup de magazines sur des thématiques « art de vivre » se montre très satisfaite de l'accueil fait à ces programmes qui bénéficient notamment de la forte popularité de leurs animateurs.

Après ce lancement réussi, **VIVOLTA** va encore étoffer son offre de programmes et de services à l'antenne et sur Internet.

-> **Le site VIVOLTA.com** affiche également une croissance remarquable, dépassant les objectifs initiaux, avec une **audience supérieure à 300 000 VU** Nielsen (avril-mai 2008) et une base de donnée comptabilisant **plus de 800.000 contacts qualifiés (40 ans et plus)**. Cette base permet aux partenaires de Vivolta d'optimiser leurs campagnes de marketing direct dont les résultats sont très significatifs avec des taux de clic de 12% en moyenne, très supérieurs aux standards observés sur Internet.

En permettant à ses partenaires annonceurs de coupler des opérations TV (spots classiques ou parrainage) avec une présence sur le net, Vivolta les aide à démultiplier la force de leur message. Déjà plus de 80% des opérations de parrainage ont un volet Internet allant du plus simple (bannières) au plus sophistiqué (co-édition de rubrique ou marketing direct sur la base).

*Etude Médiamétrie Médiacabsat réalisée en février-juin 2008 / **Etude Médiamétrie « Zoom thématiques » réalisée en mai 2008.

EVENEMENT !

La bande à Gildas crève l'écran sur la toile

Une visite guidée unique pour découvrir le site [vivolta.com](http://www.vivolta.com) !

*N'attendez plus, cliquez sur « **Visite guidée** »*

A photograph of a woman with short, light-colored hair, wearing a dark long-sleeved top. She is smiling and holding a white rectangular sign above her head with both hands. The sign has the words "Visite guidée" written on it in a red, cursive-style font.

<http://www.vivolta.com/?origin=pressaccess&xtor=EPR-22>

A propos de TELEVISTA

TELEVISTA est un groupe média indépendant, présidé par Philippe Gildas et dirigé par Gaspard de Chavagnac. TELEVISTA édite notamment la chaîne de télévision VIVOLTA.

Chaîne dédiée à l'art de vivre, résolument tournée vers la transmission, l'échange et le partage, VIVOLTA se veut force de proposition et initiatrice de projets.

Déclinaison et relais naturel de la chaîne, le site www.vivolta.com propose de nombreux services complémentaires qui viennent concrétiser les propositions éditoriales de la chaîne.

VIVOLTA est disponible en France sur CANALSAT (canal 50) et Numericable (canal 36 ou 38 selon les villes). VIVOLTA est également diffusée en Belgique et au Luxembourg.

Télévista est inscrite sur le Marché Libre – Euronext (FR0010489658 – MLVST)