

# IRIS.TV s'associe à PubMatic pour étendre son empreinte de ciblage contextuel sur l'ensemble de l'inventaire vidéo et CTV soumissionnable haut de gamme

*Ce partenariat fournit aux acheteurs de médias des capacités de ciblage au niveau de la vidéo tout en répondant aux préoccupations de la marque en matière de sécurité, de fraude et de transparence*

REDWOOD CITY, Californie, 29 juin 2021 (GLOBE NEWSWIRE) — IRIS.TV, la plus importante plateforme de données vidéo, et PubMatic, une plateforme côté vente offrant des résultats supérieurs pour la publicité numérique, ont annoncé aujourd'hui un partenariat mondial visant à élargir l'accès des acheteurs à l'inventaire vidéo et à la télévision connectée (CTV) contextuellement ciblés dans des environnements efficaces et soumissionnables. Les acheteurs de médias peuvent désormais accéder aux outils leaders de ciblage de données vidéo d'IRIS.TV pour cibler la publicité à travers l'inventaire programmatique multi-écrans sécurisant la marque de PubMatic.

Les dépenses publicitaires en vidéo numérique et en CTV étant en hausse, les outils de vérification et de sécurité de la marque sont essentiels pour protéger l'image de marque et lutter contre la fraude publicitaire. Le ciblage au niveau de la vidéo et piloté par les données permet aux marques de mieux planifier, activer et mesurer les campagnes publicitaires vidéo et CTV et de s'assurer que la sécurité de la marque n'est pas compromise. En outre, la vérification post-campagne maximise le retour sur investissement et fournit des informations qui aident à prévenir la fraude publicitaire.

IRIS.TV intègre de manière directe et unique les données vidéo des sociétés de médias, leur permettant d'être consultées par des tiers de confiance pour un ciblage contextuel au niveau de la vidéo et une analyse de la sécurité de la marque sur tous les écrans et appareils. Les acheteurs de médias peuvent désormais exploiter les données de sécurité de la marque et contextuelles au niveau de la vidéo pour un ciblage via des places de marché privées ou des enchères en temps réel avec header-bidding à travers le portefeuille d'éditeurs haut de gamme « bénéficiant d'IRIS » de PubMatic. Cela élimine les risques pour la sécurité de la marque associés au fait de se fier uniquement à l'analyse de texte des pages Web pour le ciblage.

« Les spécialistes du marketing, les créateurs de contenu et les plateformes publicitaires augmentent leurs investissements dans la CTV et le divertissement numérique. Être en mesure de cibler efficacement des publics granulaires et de présenter des publicités aux côtés de contenus sécurisés pour la marque est essentiel au succès à long terme de ces investissements », a déclaré Sean Holzman, responsable de la stratégie de plateforme chez IRIS.TV. « En tant que pionnière de la CTV programmatique et l'une des plateformes omnicanales côté vente les plus importantes de l'industrie, PubMatic partage notre vision d'élargir l'achat piloté par les données d'inventaires vidéo et CTV haut de gamme. Nous sommes impatients de fournir aux clients d'agence et de la marque PubMatic un accès à des données vidéo respectant la vie privée sur n'importe quelle plateforme et n'importe quel écran. »

« On observe une évolution en faveur de la négociation automatisée et soumissionnable d'inventaire vidéo et CTV de haute valeur, et nous aidons les annonceurs à accéder à l'inventaire qu'ils souhaitent, tout en les aidant à obtenir une chaîne d'approvisionnement plus transparente », a déclaré Jonas Olsen, vice-président mondial de la vidéo chez PubMatic. « Le partenariat avec IRIS.TV donne confiance à nos acheteurs de médias pour explorer l'opportunité présentée par la CTV programmatique à grande échelle. En plus de fournir un ciblage au niveau de la vidéo et des connaissances pilotées par les données, ce partenariat permet aux marques de maximiser leur retour sur investissement dans des environnements vidéo et CTV haut de gamme en ligne. »

### **À propos d'IRIS.TV**

La mission d'IRIS.TV est de connecter et d'unifier les données vidéo de n'importe quelle source afin d'améliorer les expériences des consommateurs et les résultats commerciaux. Fondée en 2013, notre plateforme de données vidéo et place de marché aux données neutres priorisant la confidentialité fournit aux principales sociétés de médias, de données et de technologies publicitaires une intégration et une activation sécurisées des données vidéo. Nous permettons à nos partenaires de créer des solutions évolutives comprenant un ciblage publicitaire sécurisant la marque et contextuel au niveau de la vidéo, des capacités de vérification tierces, des recommandations vidéo personnalisées et des solutions de mesure et d'analyse. Pour tout complément d'information, veuillez consulter le site [www.iris.tv](http://www.iris.tv).

### **À propos de PubMatic**

PubMatic, Inc. (Nasdaq : PUBM) fournit des revenus supérieurs aux éditeurs en étant une plateforme côté vente de choix pour les agences et les annonceurs. La plateforme PubMatic permet aux développeurs et aux éditeurs d'applications indépendants de maximiser la monétisation de leurs publicités numériques tout en donnant la possibilité aux annonceurs d'augmenter leur retour sur investissement en atteignant et en engageant leurs publics cibles dans des environnements haut de gamme sûrs pour la marque sur tous les appareils et formats publicitaires. Depuis 2006, PubMatic a créé une infrastructure mondiale efficace et reste à la pointe de l'innovation programmatique. PubMatic exploite 14 bureaux et huit centres de données à travers le monde.

Contact pour IRIS.TV : Alexandra Levy  
650-996-5758; [alex@siliconalley-media.com](mailto:alex@siliconalley-media.com)

Contact pour PUBMATIC : Broadsheet Communications  
(917) 826-1103 : [pubmaticteam@broadsheetcomms.com](mailto:pubmaticteam@broadsheetcomms.com)