

Permutive lève 75 millions USD pour devenir l'infrastructure phare des programmes publicitaires axée sur la confidentialité

[Permutive](#), une plateforme d'audience destinée aux éditeurs et aux annonceurs, qui permet de négocier des supports promotionnels tout en préservant la vie privée, lève un financement de série C de 75 millions USD auprès de SoftBank Vision Fund 2. Celui-ci porte à 105 millions USD le total des financements levés par Permutive à ce jour, avec la participation des précédents investisseurs EQT Ventures, Octopus Ventures et ACE & Company. Ce financement permettra à Permutive de développer sa technologie brevetée sur appareil, et de mettre à échelle sa plateforme d'audience pour créer une infrastructure mondiale de programmes publicitaires, axée sur la protection des renseignements personnels, un secteur pesant actuellement 155 milliards USD.

Les données personnelles alimentent la publicité numérique depuis plus de dix ans, et leur utilisation abusive a attiré l'attention des régulateurs et des consommateurs. Cette prise de conscience a déclenché un transfert de pouvoirs sismique entre les programmes publicitaires des acteurs de l'adtech et un réseau axé sur la confidentialité des données personnelles détenu par des éditeurs. La plateforme de Permutive – dont la croissance a été multipliée par 20 en publicités ciblées au cours des deux dernières années – permet désormais aux éditeurs d'offrir une expérience publicitaire personnalisée sans compromettre les données personnelles, grâce à des données consenties par l'intéressé. La société s'est forgé une clientèle comprenant certains des éditeurs les plus renommés d'Europe et d'Amérique du Nord, y compris News Corp, Hearst, BuzzFeed, Penske, Future plc, The Guardian, Vox Media, Insider, Hubert Burda Media et Condé Nast International.

« Les éditeurs constituent le fondement de ce réseau, et la relation qu'ils entretiennent avec leurs utilisateurs représente l'ossature de la publicité numérique », affirme **Joe Root, PDG et cofondateur de Permutive**. « Alors que la confidentialité des données modifie la dynamique économique d'Internet en faveur d'un réseau détenu par les éditeurs, une infrastructure axée sur la confidentialité des données personnelles garantira que la prochaine version de la publicité numérique est à l'abri du chaos de la confidentialité des données, qu'elle sera mise à l'échelle et prospèrera. »

Les publicitaires se fournissent directement auprès des éditeurs, car ils représentent le fondement stable de la publicité axée sur les données. Ce sont des partenaires fiables de la gestion de l'impact des changements de la norme de navigation web et du renforcement des réglementations relatives à la protection de la vie privée. Cependant, en l'absence d'une infrastructure visant à soutenir cette transition vers un réseau axé sur la confidentialité des données détenues par les éditeurs, le secteur ne sera pas en mesure de croître. Permutive a créé un nouveau modèle de publicité numérique ayant la confidentialité des données comme élément central, dans lequel éditeurs et publicitaires peuvent détenir et contrôler leurs données, tout en planifiant et achetant des

campagnes publicitaires. Pour la première, un tel modèle apporte transparence, échelle et confidentialité des données aux programmes publicitaires.

« Pour renforcer un réseau axé sur la confidentialité des données, une technologie unique est nécessaire. En qualité de chef de file de la technologie sur l'appareil, Permutive peut transformer un paysage complexe et très instable en un écosystème préservant la protection des données personnelles d'aujourd'hui et de demain. La technologie élaborée par la société est désormais présente sur plus d'un milliard d'appareils par mois à travers le globe. Nous constatons l'émergence d'une formidable opportunité de croissance soutenue, alors que le traitement sur appareil re façonne les technologies publicitaires », déclare **Max Ohrstrand, investisseur pour SoftBank Investment Advisers.**

Le financement de Permutive survient à un moment critique pour l'industrie publicitaire numérique. Créer une infrastructure axée sur la confidentialité des données, qui vise à protéger la vie privée des utilisateurs, suscite la confiance, la transparence et l'efficacité en matière de dépenses relatives aux programmes publicitaires.

-FIN-

Notes aux rédacteurs:

À propos de Permutive

Permutive reconstruit les données des programmes publicitaires dans le but de protéger la vie privée. Unique plateforme d'audience à s'appuyer sur une technologie brevetée de protection des données personnelles sur appareil, elle permet aux annonceurs de premier plan de planifier, de construire et d'activer des groupes – tout en assurant la confidentialité des données de chaque utilisateur.

Travaillant avec des clients de toute l'Europe et l'Amérique du Nord, parmi les annonceurs utilisant Permutive figurent News Corp, Hearst, BuzzFeed, Penske Media, Future plc, The Guardian, Vox Media, Insider, Hubert Burda Media et Condé Nast International.

Pour en savoir plus, veuillez consulter [permutive.com](https://www.permutive.com)

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com) :
<https://www.businesswire.com/news/home/20211102006058/fr/>