

# Samba TV s'allie à PubMatic pour offrir aux annonceurs une capacité de ciblage TV multi-écrans, en programmation

*Ce partenariat va bénéficier aux annonceurs de quatre des plus grands marchés européens de la publicité programmatique : France, Royaume-Uni, Allemagne et Italie.*

PARIS, 08 avr. 2021 (GLOBE NEWSWIRE) — [Samba TV](#), spécialiste de la data télévisuelle et de la mesure multi-écrans annonce aujourd'hui un partenariat avec [PubMatic](#), plateforme de publicité numérique sell-side, côté au NASDAQ. Ce partenariat va permettre d'intégrer les données d'audience de télévision connectée de Samba TV dans la plateforme programmatique de PubMatic, afin de fournir des capacités de ciblage multi-écrans avancées aux acheteurs média de quatre plus grands marchés en Europe : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie.

La combinaison des données TV first-party de Samba TV avec les capacités de ciblage de la plateforme programmatique de PubMatic offre aux annonceurs la possibilité d'atteindre de nouvelles audiences au-delà de la publicité TV linéaire, sur la base d'analyses des comportements des utilisateurs. Cette nouvelle offre est un outil essentiel pour les annonceurs globaux qui cherchent à optimiser la portée et la fréquence de leurs campagnes, grâce à une solution unique et multi-marchés. Les annonceurs vont également pouvoir dédupliquer les données d'exposition publicitaire sur les différents canaux : TV linéaire, TV connectée, digital.

*« Les grandes marques ont besoin d'une solution scalable et programmatique qui leur permette d'accroître la portée de la publicité TV en ciblant des audiences difficiles à atteindre sur tous les écrans utilisés pour regarder des vidéos aujourd'hui », a déclaré Ashwin Navin, cofondateur et PDG de Samba TV. « Ce partenariat entre Samba TV et PubMatic offre aux annonceurs européens la possibilité d'atteindre efficacement toutes les audiences TV et digitale à grande échelle, en s'appuyant en toute confiance sur les données TV first-party que nous fournissons. »*

*« Dans la mesure où les consommateurs s'engagent aujourd'hui avec le contenu qu'ils consomment à travers les différents écrans, une adressabilité efficace nécessite une portée omnicanale », a déclaré Emma Newman, Chief Revenue Officer EMEA chez PubMatic. « Nous sommes ravis de nous associer à Samba TV et de pouvoir ainsi offrir leurs données linéaires et OTT à nos clients. En ciblant ces segments à forte valeur ajoutée, à travers l'inventaire premium de PubMatic, les acheteurs peuvent proposer des expériences publicitaires pertinentes à grande l'échelle, augmentant ainsi la rentabilité de leurs investissements. »*

*« En combinant les données d'audience de Samba TV à la qualité de l'inventaire de PubMatic, nos clients européens peuvent désormais tirer parti d'un ciblage omnicanal essentiel pour leurs campagnes multi-écrans », a déclaré David Barker, Samba TV SVP of Global Commercial Partnerships. « Les marques globales ont besoin de solutions globales. Nos clients peuvent désormais optimiser de manière significative leur portée et leur fréquence par rapport aux audiences des quatre plus grands marchés publicitaires d'Europe. »*

**A propos de Samba TV**

Samba TV offre une expérience télévisuelle de nouvelle génération alimentée par des données first-party, permettant aux téléspectateurs de s'engager avec des médias pertinents et aux marketers de quantifier cet engagement. Samba TV s'appuie sur les données d'audience en temps réel les plus complètes au monde à travers la télévision, le câble, l'OTT et les médias numériques. Développé en 2011, l'ACR (technologie de reconnaissance automatique du contenu) de Samba TV est intégré dans 24 des plus grandes marques de Smart TV dans le monde, capturant des données first-party qui sont 100% opt-in et conformes au RGPD et au CCPA. Samba TV fournit des données d'audience hautement qualitatives, complètes et sans biais, adressables par plus d'un milliard d'appareils dans le monde.

Les plus grandes marques du monde utilisent Samba TV pour quantifier leurs investissements médias et les étendre sur tous les écrans que nous utilisons pour regarder des vidéos. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site [www.samba.tv](http://www.samba.tv).

### **À propos de PubMatic**

PubMatic (NASDAQ: PUBM) s'emploie à générer des revenus supérieurs pour les éditeurs en s'affichant comme la plateforme Sell-Side de choix pour les agences et les annonceurs. La plateforme PubMatic permet aux développeurs d'applications et aux éditeurs de maximiser la monétisation de leur inventaire publicitaire en programmation, tout en permettant aux annonceurs d'augmenter leur ROI en touchant et en engageant leurs audiences cibles dans des environnements premium, en affinité avec la marque, et ce quels que soient les formats ou les appareils utilisés. Depuis 2006, PubMatic a développé sa propre infrastructure à travers le monde, tout en restant à la pointe de l'innovation programmation. Basée à Redwood City, en Californie, PubMatic exploite 14 bureaux et huit data centers dans le monde.

### **Contacts Presse: AxiCom France**

Elise KOENIG: [elise.koenig@axicom.com](mailto:elise.koenig@axicom.com)

Pauline GRIFFON: [pauline.griffon@axicom.com](mailto:pauline.griffon@axicom.com)