

Smart acquiert DynAdmic, la plateforme de ciblage publicitaire contextuel pour la vidéo et la télévision connectée.

Smart AdServer – la plateforme indépendante de monétisation publicitaire – annonce aujourd’hui l’acquisition de DynAdmic – la place de marché publicitaire vidéo intégrée – et accélère ainsi sa croissance sur le marché de la télévision connectée et des services médias. La technologie et les opérations de DynAdmic seront intégrées à l’offre de Smart afin de fournir aux acheteurs médias des solutions uniques, et d’apporter un nouveau canal de monétisation exclusif aux éditeurs. Le groupe bénéficiera de capacités uniques de ciblage contextuel dans un univers sans cookie, permettant ainsi de mieux aligner les objectifs de performance des campagnes publicitaires avec le respect de la vie privée des utilisateurs.

Fondée à Paris en 2012, DynAdmic s’est développée à l’international avec 7 bureaux à travers le monde (États-Unis, France, Allemagne, Mexique, Brésil, Colombie et Dubaï) et réalise 60% de son chiffre d’affaires aux États-Unis. Avec 120 salariés, DynAdmic a réalisé une croissance de 32% en 2020 et connaît une croissance de 90% au 1er semestre 2021. Sa technologie propriétaire de reconnaissance de contenu audio et vidéo offre aux annonceurs une solution unique de ciblage contextuel sans cookie. La société propose ainsi une gestion exclusive des campagnes publicitaires vidéo, dont 40% pour la télévision connectée.

*« Nous sommes impressionnés par la technologie et l’expertise développées par DynAdmic, dont les solutions de ciblage contextuel apportent un très haut niveau de performance aux annonceurs et aux agences dans les environnements les plus premium que sont la vidéo et la télévision connectée. L’acquisition de DynAdmic vient consolider le développement de Smart dans les domaines du ciblage contextuel – et donc sans cookies – ainsi que de la télévision connectée, qui sont les deux tendances les plus critiques de notre industrie, explique **Arnaud Créput – CEO de Smart**. Cette acquisition accélère également notre développement aux Etats-Unis. Nous restons déterminés à créer la principale alternative indépendante aux plateformes dominantes, avec un engagement fort en matière de privacy, de transparence, d’innovation et de performance. »*

Après l’acquisition de LiquidM en décembre 2019 et le lancement de sa plateforme d’achat direct *Smart Buyer Connect*, l’acquisition de DynAdmic par Smart est une évolution naturelle pour continuer à répondre aux défis du marché et accélérer la croissance internationale de l’entreprise. En proposant un service d’accompagnement média personnalisé, DynAdmic vient compléter l’offre existante de Smart et s’aligne parfaitement avec sa stratégie d’investissement dans des technologies et des solutions au service des acheteurs, qui leur permettront un accès plus direct à des éditeurs premium. De leur côté, les éditeurs clients de Smart bénéficieront d’une nouvelle source de demande, grâce à un nouveau canal de monétisation intégré à la plateforme.

*« Nous sommes ravis de rejoindre un pionnier et un leader de notre secteur, et nous considérons que Smart est le partenaire idéal pour nous permettre de réaliser nos objectifs de croissance. Nous partageons les mêmes valeurs d’indépendance, d’excellence et d’innovation, expliquent **Stéphane Bonjean – CEO de DynAdmic et Bruno Champion – CTO**. Les capacités full-stack de Smart nous permettront d’intégrer*

rapidement leur plateforme, ce qui, avec la qualité de leur technologie, leur expertise et leur présence mondiale, sera bénéfique à l'ensemble de nos clients et partenaires. »

A propos de Smart :

Smart est la plateforme indépendante leader de monétisation publicitaire, conçue pour servir les intérêts des annonceurs, des acheteurs médias et des éditeurs premium dans un écosystème publicitaire totalement transparent, alliant qualité et performance. Notre modèle de transaction totalement aligné sur les intérêts des éditeurs et des marques premium permet un partage équitable de la valeur publicitaire pour chacune des parties. Smart offre en effet aux annonceurs un accès direct aux inventaires de ses éditeurs, et leur permet d'atteindre une plus grande efficacité opérationnelle et financière dans la gestion de leurs campagnes publicitaires. Les éditeurs gardent le contrôle de leurs actifs et sont en mesure d'obtenir le bon équilibre entre les différents modèles de transaction, de canaux et de formats afin d'optimiser leur monétisation et la valeur qu'ils créent pour les marques.

Smart travaille directement avec plus de 1 000 acheteurs et plus de 1000 éditeurs à travers le monde, parmi lesquels PMC, American Media, GSN, Tastemade, Altice Media Publicité, Groupe Marie-Claire, Le bon Coin, Le Monde, Mailonline, The Guardian, Reach PLC, Axel Springer, Wetteronline, Burda Forward, El Confidencial, Prisa et Unidad Editorial afin de diffuser des publicités display, vidéo, natives et rich media sur plus de 50 000 sites et applications.

À propos de DynAdmic

DynAdmic est une place de marché privée spécialiste de la diffusion de vidéos publicitaires, entretenant des relations directes avec les plus grands sites web du monde afin de garantir un inventaire Brand Safe & Fraud Free de qualité premium ; tout en se concentrant sur les mesures de performance des campagnes.

DynAdmic met en relation des annonceurs de renommée mondiale avec des audiences qualifiées sur tout type de réseaux tels que Youtube, les applications ou encore les plus grands éditeurs web.

La technologie de ciblage sémantique analyse en temps réel la page, la source et le contenu de la vidéo que le viewer est sur le point de regarder, permettant de toucher plus de 450 millions d'utilisateurs dans le monde. La plateforme exclusive DynAdmic scanne 20 000 pages par minute et attribue une note à chaque page en fonction de la pertinence du contexte, du niveau de Brand Safety et des paramètres d'audience qualifiée.

En s'appuyant sur une suite d'algorithmes uniques et propriétaires, l'équipe DynAdmic identifie et cible l'intérêt des viewers en temps réel ainsi que les consommateurs potentiels à partir de son catalogue d'audience disponible en 60 langues à travers le monde. DynAdmic est le seul partenaire certifié Google qui connecte l'online et l'offline avec un score de pertinence contextuelle de 96% et une vérification Tierce opérée par IAS.

DynAdmic travaille en partenariat avec les plus grandes marques, agences et éditeurs et compte 130 employés répartis dans 7 pays.



Consultez la version source sur businesswire.com :
<https://www.businesswire.com/news/home/20210706005163/fr/>