



Communiqué de presse

Paris, le 7 juillet 2023

Publicis Media France développe une solution innovante de trading TV/Vidéo en nouant un partenariat avec Addside

Publicis Media France annonce un partenariat avec la société Addside afin développer un outil d'achat vidéo holistique (linéaire, AVOD, catch-up, SVOD, Social...).

Basé sur un socle technologique capable de traiter de gros volumes de données, cet outil va révolutionner les usages de construction des campagnes vidéo.

Le programme de développement s'articule en 3 phases :

- Première phase : développement d'un outil d'optimisation de l'achat TV linéaire qui va plus loin que les solutions actuelles. L'ambition est de repositionner le métier de trader avec une dimension forte d'analyse de l'offre en vue d'optimiser les investissements TV. Cet outil est actuellement en phase de test, notamment sur ses fonctionnalités de mise à disposition live des données des plans.
- Seconde phase : élargissement de la solution à l'ensemble des canaux vidéo pour opérer la programmation et le reporting en intégrant TV linéaire et canaux digitaux. Cette phase permettra également de prendre en compte l'apport de l'étude cross vidéo de Médiamétrie dans le module d'optimisation des campagnes.
- Troisième phase : intégration de fonctionnalités de création de cibles spécifiques afin de les activer directement grâce aux interconnexions avec les solutions marchés (SSP, Boxes des chaînes, etc...) et permettre des stratégies globales sur une cible data unique.

Le socle technologique de la DSP TV offre une large gamme d'outils d'analyse (offres, inventaires, fonctionnalités poussées de Business Intelligence).

« Un temps conséquent est passé par les équipes TV à suivre les garanties et vérifier le respect des objectifs. Nous leur proposons de gagner du temps sur ces étapes souvent manuelles de suivi pour se consacrer aux sujets à plus forte valeur ajoutée. Nous avons hâte d'intégrer la mesure Total Video que Mediamétrie prépare et d'ouvrir une nouvelle phase de construction de cibles data d'achat TV-VOL, à l'instar de ce qui se passe dans d'autres pays. », commente Pierre Watrin co-fondateur d'Addside.

Jean-Marc Orhan, Directeur général de Publicis Media Exchange souligne : *« Quand on remet à plat les schémas établis et que l'on bâtit de nouvelles solutions, on aperçoit rapidement les ponts entre les différents canaux. Les évolutions à venir de la mesure et les évolutions technologiques, vont rapidement permettre des approches unifiées et pertinentes de planning et d'achat. Une vraie transformation qui va nous permettre d'augmenter l'efficacité grâce des stratégies vidéo différenciantes pour nos clients ».*

A propos de Publicis Media

Publicis Media France regroupe les agences media du groupe Publicis en France : Zenith, Starcom, Blue 449, Performics Spark Foundry, Publicis Media Connect et Publicis Commerce. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

Twitter: [@PublicisMediaFr](https://twitter.com/PublicisMediaFr)

A propos de Addside

Addside est une jeune adtech française, accompagnant les différents acteurs du marché des médias au travers de solutions innovantes, leur permettant d'automatiser et d'optimiser leur process. La DSP TV d'Addside permet de répondre aux enjeux majeurs posés par la rupture observée dans les modes de consommation média, l'évolution des mesures et les possibilités offertes par le croisement et l'enrichissement des sources de données.

Contact presse Publicis Media

Christelle Malochet -Responsable Communication

P+ 33 (0)6 64 70 24 20 christelle.malochet@publicismedia.com

Contact presse Addside

Mathieu Floirat - COO

P+ 33 (0)6 62 68 53 73 mathieu.floirat@addside.tv