



COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 22 juin 2018

LE SRI OUVRE UN COLLEGE PARTENAIRES ET ACCUEILLE 4 NOUVEAUX ADHERENTS

Alliance Gravity, Appnexus, Freewheel et Teads intègrent le nouveau collège partenaires du SRI.

Début juin, le SRI a entériné, par la publication de ses nouveaux statuts, la création d'un nouveau collège partenaires au sein duquel ont été accueillis 4 adhérents : Alliance Gravity, Appnexus, Freewheel et Teads.

Ces partenaires, aux dominantes technos ou internationales, sont des sociétés qui exercent une activité connexe à celle de régie publicitaire sur internet reposant, soit sur un savoir-faire technologique côté « vendeur », soit sur un savoir-faire de monétisation complémentaire.

En s'ouvrant à un nouveau type d'adhérents, l'objectif pour le SRI est de continuer à asseoir sa représentativité sur le marché de la publicité numérique en France et d'en animer le côté « sell side », dans un esprit de « coopération ».

« Nous sommes très heureux d'accueillir ces partenaires et leurs équipes qui viennent enrichir nos échanges au sein du SRI. Nous allons construire ensemble une nouvelle feuille de route, à la mesure des enjeux du marché. Plus que jamais, le SRI doit être un lieu de partage d'expériences et d'expertises, avec pour objectif d'apporter toujours plus de valeur à nos adhérents et plus largement, à tout l'écosystème. Bienvenue à ces 4 nouveaux membres avec lesquels le SRI écrit une nouvelle page de son histoire ! » déclare Sylvia Tassan Toffola, présidente du SRI.

A propos d'Alliance Gravity

L'Alliance Gravity Data Media rassemble une centaine de membres (www.alliancegravity.com/membres) issus des univers médias, télécoms et e-commerce, mutualisant leurs données digitales pour optimiser l'efficacité de leur offre publicitaire auprès des annonceurs et de leurs conseils.

La Plateforme d'Audience Gravity c'est :

- **L'accès à la donnée 1st party Gravity**
Collecte et structure de la donnée au sein de la DMP Gravity (Data Management Platform).
1500 segments de ciblage issus de la collecte et la structuration de 5 milliards d'événements chaque mois.
- **L'accès au réseau media premium et brand-safe Gravity**
Création et diffusion de campagne publicitaires sur des audiences affinitaires.
Une couverture quotidienne de 53% des audiences internet, et une couverture mensuelle de 90% des audiences internet.
- **La première plateforme d'audience audité par le CESP (juin 2018)**
Preuve de l'engagement de l'entreprise en faveur de l'innovation pour une donnée responsable, transparente, interopérable et conforme.

@allianceGRVT / www.alliancegravity.com

A propos d'Appnexus

AppNexus est une entreprise de technologie Internet qui facilite et optimise la vente et l'achat en temps réel de publicités digitales. Notre plateforme en temps réel est la base d'une solution dont les algorithmes permettent aux éditeurs de maximiser leur rendement et aux responsables marketing et aux agences de mettre en œuvre des campagnes « intelligentes » et personnalisées.

@AppNexus / www.appnexus.com

A propos de Freewheel

FreeWheel, groupe Comcast, est la solution de gestion publicitaire la plus complète du marché. Conçue pour répondre aux enjeux du nouvel écosystème TV, la solution Freewheel permet à ses clients d'optimiser la gestion et la monétisation de l'inventaire vidéo premium dans un contexte « brand safe » et ce, sur l'ensemble des écrans et des canaux de vente. L'offre unique de FreeWheel allie un savoir-faire technologique et un accompagnement sur-mesure permettant de répondre aux besoins stratégiques des acteurs clés du secteur des médias et du divertissement. FreeWheel compte notamment parmi ses clients AOL, DIRECTV, Fox, NBC Universal, Turner Broadcasting System et Viacom aux États-Unis, Sky, Canal + et Channel 4 en Europe. FreeWheel dont le siège social est basé à San Mateo, a des bureaux à New York, Londres, Paris, Pékin et à travers le monde. L'initiative du FreeWheel Council for Premium Video contribue à la réflexion sur l'évolution du marché de la vidéo premium.

@FreeWheel / www.freewheel.tv

A propos de Teads

Teads, fondé en 2011, est l'inventeur de la publicité vidéo native et la première plateforme mondiale de monétisation pour les éditeurs.

Les éditeurs utilisent les services de Teads afin de créer un nouvel inventaire vidéo qu'ils peuvent monétiser avec leurs propres forces de vente, via l'équipe commerciale de Teads ou encore par le biais des achats programmatiques.

Les solutions de Teads incluent divers formats publicitaires placés au cœur des contenus éditoriaux, dont le plus connu est l'inRead, créé en 2012, qui affiche une vidéo au sein des articles.

L'inRead permet la création d'un large inventaire publicitaire premium qui n'existait pas auparavant et qui change les règles du jeu du marché de la publicité vidéo.

Marques et agences peuvent ainsi accéder à cet inventaire premium, disponible sur le web et sur le mobile, par le biais du programmatique ou en faisant appel au service commercial de Teads. Des marques comme Microsoft, Samsung, Cartier, Breitling, Emirates, UBS, Unilever, General Motors et Renault, pour ne citer qu'eux, font appel à Teads pour diffuser leurs publicités vidéo.

Teads compte plus de 700 employés dans 25 pays, dont 120 dans l'équipe innovation.

@Teads / www.teads.tv

A propos du SRI

Le SRI a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France. Aujourd'hui, le SRI regroupe 27 adhérents et assure le développement et la professionnalisation de la publicité digitale en France, notamment par le partage de bonnes pratiques.

A travers ses membres et ses travaux, le SRI promeut une publicité digitale responsable. En 2017, le SRI a lancé, aux côtés de l'UDECAM, de l'UDA, du Geste, de l'ARPP et de l'IAB France, le Label Digital Ad Trust, une initiative interprofessionnelle destinée à évaluer et valoriser la qualité des sites qui s'engagent dans des pratiques publicitaires responsables.

En 2018 :

- 366, 3W Régie, Amaury Media, Boursorama, Drive Media, Dailymotion Advertising, France TV Publicité, GMC Media, Lagardère Active Publicité, Leboncoin, M Publicité-Régie Obs, M6 Publicité Digital, MEDIA.figaro, Meltysgroup, Mondadori, Next Régie, NRJ Global, Oath, Orange Advertising, Prisma Media Solutions, SeLoger, Team Media et TF1 Publicité sont membres du SRI,
- Alliance Gravity, Appnexus, Freewheel et Teads sont partenaires du SRI.

@SRI_France / www.sri-france.org

Contact Presse

Myriam Waquet
26, rue de la Pépinière – 75008 Paris
myriam@sri-france.org - 06 88 34 20 65