

Teads booste son offre multi-écrans pour satisfaire la demande croissante en matière de publicité vidéo outstream

Paris le 05 octobre 2015 – Teads, inventeur de la publicité vidéo outstream et créateur d'une plateforme de monétisation globale pour les éditeurs, annonce aujourd'hui le lancement de son offre inRead Everywhere, composée de trois nouvelles solutions vidéo multi-écrans. Teads a développé ces offres pour répondre à la demande croissante des grandes marques et agences en terme de publicité vidéo outstream premium et visible à très grande échelle.

La nouvelle solution inRead Everywhere de Teads va offrir aux annonceurs un plus grand choix et de nouvelles possibilités d'optimisation pour la diffusion des campagnes vidéo sur smartphones, ordinateurs et tablettes. Cette avancée renforce la position de Teads en tant que plateforme leader de la diffusion de publicités vidéo outstream sur tous les écrans. L'offre inRead Everywhere se compose de 3 solutions spécifiques :

- **inRead 10** : pour les annonceurs en quête de couverture, de vues engagées, de visibilité et d'optimisation sur mobile. inRead 10 est seulement facturé pour une vidéo vue pendant 10 secondes avec au moins 50% de sa surface affichée à l'écran, quel que soit l'appareil de l'utilisateur. Contrairement aux autres options vidéo de 10 secondes, inRead 10 garantit l'insertion des publicités dans des environnements premium, et non au sein de contenus de mauvaise qualité produits par les utilisateurs, et est vendu selon la formule CPV (coût par vue de 10 secondes).
- **inRead Complete** : pour les annonceurs en quête de vues visibles complétées, vendues sur une base CPCV (coût par vue complète). Les annonceurs sont seulement facturés après qu'au moins 50 % de la vidéo ait été vue à l'écran pendant 30 secondes sur ordinateur et 15 secondes sur mobile. Cette méthode garantit une visibilité maximale sur le marché et permet une intégration native multi-écrans facile. Tout comme avec l'inRead 10, cette option place la barre un cran plus haut que les normes de visibilité IAB.

- **inRead vCPM** : délivre de la couverture et la répétition au coût le plus intéressant pour les annonceurs et les agences. inRead vCPM respecte les directives IAB relatives à la visibilité, les impressions n'étant facturées qu'après que 50 % de la surface du lecteur ont été à l'écran pendant 2 secondes.

L'inRead offre de meilleures performances que les autres formats pré-roll skippables à plus d'un titre, notamment l'intention d'achat et la préférence des marques¹. Tous les résultats d'une récente étude menée par Millward Brown pour le compte de Teads sont disponibles [ici](#).

Les nouveaux formats inRead Everywhere de Teads arrivent à un moment-clé pour le secteur de la publicité vidéo, alors que la publicité vidéo outstream est en forte croissance, et que le marché appelle une forme de publicité vidéo respectueuse de l'expérience utilisateur en ligne. Le nombre de marques lançant des campagnes publicitaires vidéo continue de croître fortement et les éditeurs veulent créer un nouvel inventaire de publicités vidéo pour satisfaire la demande.

En France, les investissements en publicité vidéo digitale ont progressé de 38% au premier semestre 2015 par rapport à l'année dernière pour atteindre 126 millions d'euros³. Ils devraient atteindre 510 millions d'euros en 2017 selon les prévisions de ZenithOptimedia.

« Teads est fier d'être au premier rang des innovateurs de formats publicitaires vidéo et nous nous réjouissons d'élargir les options vidéo offertes aux annonceurs grâce à notre nouvelle offre Everywhere. En tant que plateforme numéro un permettant de diffuser la publicité vidéo au sein de différents types de contenus, sur tous les écrans, nous faisons bénéficier les marques de formats vidéo intrinsèquement visibles, qui leur permettent d'atteindre leurs publics dans un cadre premium.», a commenté Bertrand Quesada, CEO de Teads.

« Les éditeurs les plus prestigieux ont accueilli nos nouveaux formats inRead très favorablement. Ils voient les habitudes de consommation de contenu des consommateurs s'orienter rapidement vers le multi-écrans avec les tablettes et les smartphones. Grâce à l'offre de Teads, les annonceurs peuvent désormais toucher de manière transversale ces utilisateurs avec des publicités vidéo de grande qualité sur les sites et applications mobiles de nos éditeurs. »

Avec une portée mensuelle de 730 millions de visiteurs uniques, les plus grands éditeurs premium du monde utilisent les solutions vidéo outstream multi-écrans de Teads, notamment The Washington Post, Time Inc., Hearst, Le Monde, Conde Nast, The Telegraph, The Guardian, Le Monde, Die Welt, La Repubblica et Nikkei, pour n'en citer que quelques-uns.

FIN

Notes à l'intention des éditeurs

1. Source : [Étude commandée par Teads à Millward Brown](#)
2. Source : [IAB Digital Ad Spend 2014](#)
3. Source : [SRI /PWC](#)

À propos de Teads

Teads, fondée en 2011, est l'inventeur de la publicité vidéo outstream et le créateur d'une plateforme de monétisation globale pour les éditeurs. Les éditeurs travaillent avec Teads pour créer un nouvel inventaire vidéo et gérer leur inventaire existant, tout en le monétisant par le biais d'achats programmatiques, de leurs propres commerciaux ou de tiers.

Les solutions de publicité vidéo outstream de Teads englobent tout un éventail de formats bien intégrés dans le contenu multimédia, notamment l'inRead lu au sein des articles. En créant des volumes d'inventaire premium inégalés, qui n'existaient pas auparavant, Teads change les règles du jeu sur le marché de la publicité vidéo.

Les marques et les agences peuvent accéder à cet inventaire premium de référence sur le Web et sur mobile, via des services programmatiques ou managés. Grâce à ses capacités de services managés, l'équipe Teads exploite cette plateforme pour agir au nom de ses clients. Des marques comme Procter & Gamble, Unilever, Samsung, General Motors, Hyundai-Kia, Microsoft, Cartier, Breitling et Emirates, entre autres, s'appuient sur les solutions de publicité vidéo outstream de Teads pour atteindre leurs audiences cibles.

Teads compte plus de 400 employés, dont 100 dans l'équipe d'innovation, travaillant dans 26 bureaux répartis dans 18 pays.

Pour plus d'informations

Béregère Weber - Head of communication

06 71 39 25 64