

The Teads logo is written in a white, elegant, cursive script font.The MediaCom logo is the word "MEDIACOM" in a white, bold, sans-serif font.The Digital Ad Trust logo is a red square with white text that reads "DIGITAL AD TRUST" and a white triangle pointing upwards at the bottom.

Communiqué de presse

Paris, le 20 Février 2019

## Teads, MediaCom et Citroën démontrent la puissance de Digital Ad Trust sur une première campagne à la performance

Cette campagne prouve que les dispositifs digitaux à la performance (90% de nouveaux visiteurs) peuvent aussi être opérés via des publicités visibles (>90%) et engageantes (15sec de temps passé en moyenne), au sein d'un cadre de diffusion transparent et premium.

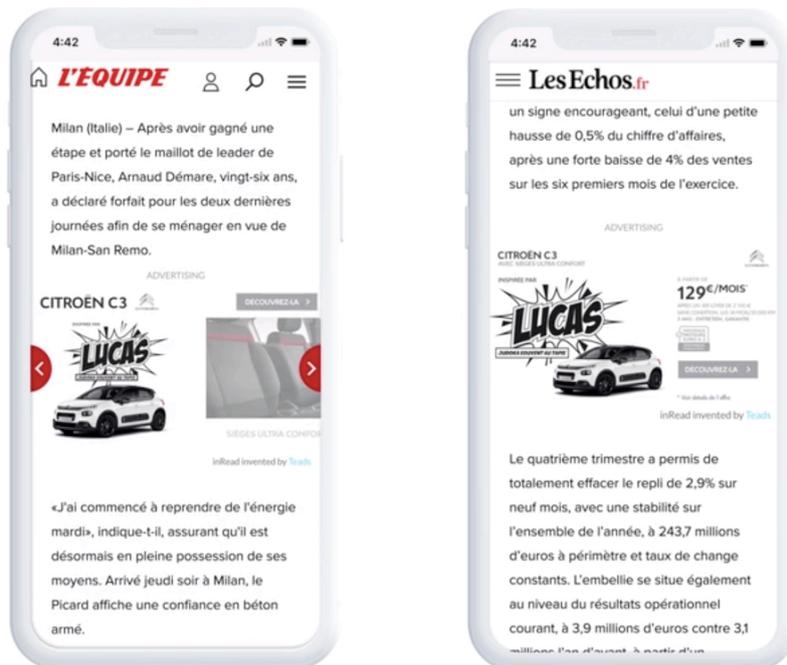
**(Paris, le 20 Février 2019)** - Teads, The Global Media Platform, illustre la puissance de sa Plateforme Média et de son offre à la Performance en partageant avec MediaCom les résultats de la campagne Citroën C3 - premier annonceur engagé en faveur du label Digital Ad Trust.

### Un cadre de diffusion unique, 100% labellisé Digital Ad Trust

Grâce à ses relations privilégiées avec les plus grands sites médias, Teads couvre aujourd'hui plus de 70 sites labellisés Digital Ad Trust, représentant 45 millions de visiteurs uniques par mois, soit 98% de l'audience globale des sites labellisés.

En faisant le choix d'une diffusion unique sur des sites labellisés, Citroën, Teads et MediaCom réaffirment ainsi leur engagement envers une publicité visible, brand-safe et sans fraude. L'association de ce cadre de diffusion premium avec des formats respectueux de l'utilisateur et engageants - conçus via l'entité créative Teads Studio - a permis une visibilité des créations supérieure à 90% (contre 48% en moyenne sur le marché selon MOAT) et un temps moyen passé sur la création de 15 secondes en moyenne.

<https://vimeo.com/318215781/8d8a01da51>



## Un modèle à la performance, source de trafic qualifié

En adoptant l'offre display à la performance Teads True Visits, Citroën a pu générer des visites incrémentales sur son site pour promouvoir son modèle C3. L'exclusion des anciens visiteurs du site web a permis d'activer toutes les capacités de Teads en matière d'Intelligence Artificielle et de Machine Learning, pour cibler les utilisateurs les plus pertinents et affinitaires avec le produit, attirant ainsi plus de 90% de nouveaux visiteurs à découvrir l'univers de la marque et le modèle.

**Philippe Boutron, Head of Media France chez Citroën et DS Automobiles,** commente : « *Teads a parfaitement répondu à nos objectifs de performance, en appliquant nos exigences exprimées au travers de notre fort engagement dans la démarche du Digital Ad Trust. Nous sommes plus que jamais convaincus que le respect de l'internaute, la protection de la Marque, le contexte de diffusion, la visibilité choisie, sont des garanties de la qualité qui est due à l'annonceur, et gages de succès pour nos campagnes* »

**Muriel Porte-Chapuy, Automotive Director chez Teads**, précise : « *Citroën a joint la parole aux actes avec cette campagne à la performance sur un cadre Digital Ad Trust. Teads est ravi de partager ces résultats et de montrer l'efficacité du label et de l'offre True Visits couplées à une logique qualitative, puissante et transparente* »

**Anissa Vouloir, Head of Digital chez MediaCom**, complète : « *Chez MediaCom, la qualité du contenu auquel nous associons nos marques est à la fois primordiale pour respecter leurs ADN, et vertueuse avec des résultats probants sur les dispositifs que nous engageons. Nous savons que les inventaires labellisés sont aujourd'hui 4 fois plus performants sur des items de visibilité et nous nous associons avec Teads pour démontrer que ces exigences sont tout aussi vertueuses dans le cadre d'une offre à la performance respectant les mêmes exigences* »

**Nicolas Castellani, Directeur Commercial des équipes Citroën France chez MediaCom**, poursuit : « *Nous sommes ravis d'avoir mené ce premier test avec Citroën et avec les résultats enregistrés, plus que décisifs, nous pousseront à aller toujours un cran plus loin pour faire respecter nos valeurs et assurer la meilleure proposition média à seule fin d'accélérer la croissance business de nos clients* »

## À propos de Teads

Teads est La Plateforme Média Mondiale, rassemblant les plus grands éditeurs de la planète pour leur offrir une technologie propriétaire de pointe permettant de diffuser des publicités à plus de 1,4 milliard d'internautes chaque mois au sein de leurs contenus éditoriaux. La plateforme end-to-end de Teads offre une publicité full-funnel et tournée vers les résultats, grâce à une technologie créative avancée et l'optimisation permise par l'IA. Finies les expériences publicitaires obsolètes de notre marché, Teads a réinventé la publicité digitale et relevé les normes de qualité pour rassembler les utilisateurs et les plus grands annonceurs, agences et éditeurs grâce à une équipe de plus de 750 personnes réparties dans 26 pays. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.teads.com](http://www.teads.com)

Contact Presse : Antoine Ducrocq - Head of Marketing & Communication France - antoine.ducrocq@teads.tv - 06 50 87 33 26

## À propos de MediaCom

MediaCom met le media au service de la croissance business de ses clients. Les 33 milliards de dollars (source RECMA 2017) qu'elle optimise dans plus de 100 pays et plus de 150 bureaux font de l'agence une des plus importantes au monde. MediaCom accélère la croissance business de ses clients via ses outils propriétaires, nourris par l'accès exclusif à plus de 5,000 benchmarks économétriques, mais avant tout via ses talents et son approche « People First ». En France, l'agence est dirigée par Alexandra Chabanne et compte plus de 200 collaborateurs. Parmi ses principaux clients : le Groupe PSA, Richemont, Danone, Allianz, Sony, Bayer, Mars, Adidas ...

Pour plus d'informations, visitez [www.mediacomfrance.com](http://www.mediacomfrance.com)

Suivez-nous sur Twitter [@MediaComFR](https://twitter.com/MediaComFR)

Rejoignez-nous sur LinkedIn : [https://www.linkedin.com/company/mediacom\\_france](https://www.linkedin.com/company/mediacom_france)

## À propos de la marque Citroën

Au cœur du marché automobile, Citroën s'affirme depuis 1919 comme une marque populaire au sens noble, faisant des gens et de leurs modes de vie sa première source d'inspiration. Un esprit souligné par sa signature 'Inspired by You' et incarné par des voitures alliant design unique et confort de référence. Au sein des généralistes, Citroën se distingue aussi par l'expérience singulière offerte à ses clients (Citroën Advisor, 'La Maison Citroën', etc.). En 2018, la Marque a vendu 1,05 million de véhicules dans plus de 80 pays.

Site media Citroën : <https://fr-media.citroen.com> - [@CitroenFrance](https://twitter.com/CitroenFrance)