

Digiteka mobilise tout son écosystème pour lutter contre la pandémie COVID-19

Paris, le 31 mars 2020 - Face à la crise sanitaire sans précédent qui frappe actuellement le monde entier, Digiteka ne se voyait pas traverser cette période très difficile sans participer à sa façon à l'effort commun de lutte contre le COVID-19. En tant qu'AdTech engagée, elle s'est interrogée sur la façon dont elle pouvait apporter sa contribution, même modeste, pour endiguer la propagation du virus.

« Je crois beaucoup à la légende du colibri, qui consiste à dire que chacun a un rôle à jouer et peut prendre sa part » a expliqué Bruno Jauffret, CEO de Digiteka. « En échangeant entre nous, on a pensé que c'est en mobilisant notre écosystème que l'on serait le plus utile ».

Digiteka a contacté ses partenaires médias pour leur proposer de diffuser gracieusement la campagne de prévention orchestrée par le gouvernement dans les contextes liés au coronavirus. « Tous les éditeurs que nous avons contactés ont tout de suite répondu positivement à notre appel » souligne Axel Aidan, Directeur Média de Digiteka.

Pour permettre aux annonceurs d'encourager les personnes mobilisées contre la pandémie, et de soutenir financièrement leurs actions, Digiteka s'est engagé à reverser 15% de ses revenus publicitaires à la Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France, pour toute campagne ayant un message de solidarité. Pour Clémentine Vanderdonckt, Head of Advertising de Digiteka, « c'est une manière de communiquer de manière solidaire, positive et efficace »

Enfin, pour encourager la solidarité en interne, Digiteka vient d'ouvrir une cagnotte permettant à chacun de ses collaborateurs de faire un don au profit de la Fondation des Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France. L'entreprise est également fière de relayer les engagements à l'initiative de ses salariés. Par exemple, pendant tout le week-end, Clémentine Vanderdonckt – notre Head of Advertising - et son mari ont équipé les personnels soignants et commerçants de leur région de visières de protection grâce à leur imprimante 3D.

À propos de Digiteka :

Depuis 2007, Digiteka accompagne les plus grandes marques médias dans leur stratégie vidéo en France, au Royaume-Uni et en Espagne. Leader des Smart Players, la société a développé une suite vidéo complète adaptée à leurs enjeux d'audience et de monétisation. La régie publicitaire intégrée de Digiteka propose au marché une offre 100% in-stream, 100% brand-safe et 100% premium qui s'appuie sur une technologie exclusive de contextualisation et de ciblage sémantique. Plus de 250 médias ont choisi Digiteka comme partenaire technologique officiel. Plus de 3500 producteurs participent à son service de syndication de contenus. Avec 42.7 millions de visiteurs uniques* et 300 millions de vidéos vues par mois, les agences médias et les annonceurs les plus influents lui font confiance pour leurs campagnes publicitaires.

*Sources : Digiteka, Sources internes, octobre 2019 // *Médiamétrie NetRatings, Audience Internet Global, octobre 2019*