



Communiqué de presse | Paris, le 03 Février 2022

Maison Ruinart inaugure le programme de publicité solidaire Teads Care au profit de l'UNESCO

- La plateforme média lance son programme de publicité solidaire, Teads Care, permettant aux marques engagées de soutenir des associations par le biais de leurs investissements média digitaux
- La première campagne menée avec la Maison Ruinart permet à l'UNESCO de bénéficier d'une visibilité digitale paneuropéenne pour célébrer les 50 ans du programme Man and the Biosphere
- L'ONG bénéficie d'un total de 60 000€ : la moitié en provenance de la Maison Ruinart, et l'autre moitié étant abondée par Teads

(Paris, le 03 Février 2022) – Teads, la plateforme média mondiale, annonce le lancement de son programme de publicité solidaire Teads Care, avec une campagne financée par la Maison Ruinart au profit de l'UNESCO. Historiquement engagée en faveur des médias professionnels et de la publicité responsable, Teads souhaite ainsi accompagner les marques dans leur démarche RSE, avec un programme de publicité solidaire qui bénéficie directement aux associations, sous la forme de free media pour leurs propres campagnes publicitaires.

Ruinart, une Maison responsable et engagée

Face aux défis environnementaux actuels, Ruinart, plus ancienne Maison de champagne, a pris des engagements forts depuis de nombreuses années, visant à favoriser la biodiversité, une viticulture et une production durables, et l'éco-conception pour ses emballages. Elle traduit aujourd'hui son engagement dans ses achats media digitaux en co-finançant la première campagne Teads Care. Dans le cadre de sa campagne digitale paneuropéenne de fin d'année, la Maison a souhaité activer le dispositif. Elle fait ainsi bénéficier l'UNESCO d'une campagne digitale pour un budget de 60 000 € (abondé à 50 % par Teads) afin de développer la notoriété du programme « Man and the Biosphere » de l'institution qui fête cette année ses 50 ans. Ce programme scientifique intergouvernemental a pour objectif d'agir en faveur de la conservation de la biodiversité au niveau mondial. Un sujet particulièrement important pour la Maison Ruinart qui vient de lancer un projet pilote de vitiforesterie en faveur de la biodiversité dans son vignoble historique de Taissy, sur la Montagne de Reims.

Une activation conjointe avec l'UNESCO via Teads Care

À travers son interface d'achat propriétaire Teads Ad Manager et son entité créative intégrée Teads Studio, la plateforme média permet d'activer l'engagement responsable de la Maison Ruinart au profit de l'UNESCO, via une redistribution du budget média avec son nouveau programme de publicité solidaire Teads Care :

- La Maison Ruinart concrétise son engagement en s'engageant à reverser 10% du budget de sa campagne publicitaire au profit de l'UNESCO
- L'UNESCO bénéficie de ce pourcentage du budget sous la forme de free media afin de mener une campagne publicitaire avec Teads, qui abonde du même montant.
- Les 90% restants du budget de la campagne de la Maison Ruinart sont livrés dans un format publicitaire Teads Care en vidéo ou display, enrichi par l'entité créative Teads Studio pour mettre en avant l'engagement de la marque en faveur de l'association.

[Tester le format
\(version annonceur\)](#)



[Tester le format
\(version association\)](#)



« L'innovation et le développement durable font partie intégrante des valeurs de la Maison Ruinart. À ce titre, nous avons souhaité nous positionner aux avant-gardes de ce nouveau programme Teads Care, et poursuivre nos engagements responsables par le biais de nos investissements média digitaux. Nous sommes heureux d'inaugurer ce dispositif et de contribuer au rayonnement des actions de l'UNESCO. »

- Frédéric Dufour, Président de la Maison Ruinart

« Après des mois de travail, nous sommes fiers d'annoncer le lancement de Teads Care aux côtés de partenaires aussi prestigieux. Cette nouvelle solution clé en main vient compléter l'engagement historique de Teads en faveur de la publicité responsable et durable, et apporte de nouveaux leviers de financement pour les associations grâce à notre demande globale en provenance des plus grands annonceurs de la planète. »

- Thibault Leguillon, Directeur Général France de Teads

Intégrées au cœur des articles des médias partenaires de Teads, touchant 91% des internautes européens, les publicités Teads Care assurent une fonction pédagogique pour les internautes sur l'intérêt sociétal de la publicité. Elles assurent par ailleurs une simplicité d'activation pour les annonceurs, la création originale étant retravaillée par l'entité créative Teads Studio afin d'assurer une mise en avant de la dimension solidaire de la publicité, de la marque, et de l'association soutenue. Enfin, Teads s'engage à allouer à l'association, sous la forme de free media, un montant équivalent à celui offert par la marque via son budget média (entre 1% et 10% de ce dernier), dans la limite de 50 000 € par campagne.