

## ADUX LANCE QUAST, SA CELLULE ALLIANT L'EXPÉRIENCE DU NATIVE ET LA PUISSANCE DE LA VIDÉO

Communiqué de Presse – Levallois-Perret, le jeudi 21 mars 2019

# Quast

ADUX GROUP

Fort du constat de l'émergence et de la puissance du Native Advertising et de la vidéo, AdUX lance Quast : une offre de diffusion de publicités native vidéo au sein des contextes éditoriaux de plus de 350 partenaires média.

Deux typologies de formats sont disponibles en desktop et en web-mobile :  
"In-content vidéo", qui s'intègre au look & feel des sites et "Video-feed"  
qui se déploie au coeur des contenus.

La solution permet aux éditeurs de créer des espaces publicitaires respectueux de l'utilisateur, dont l'annonceur bénéficie pour maximiser l'efficacité de leurs campagnes

### Quast : l'alliance du format native et la puissance de la vidéo

Le Native Advertising, format non intrusif et respectueux de l'utilisateur, augmente de 27% en investissements publicitaires en 2018 par rapport à 2017. La vidéo, de son côté, bénéficie d'une croissance de +47 % des investissements en France en 2018 vs. 2017 (SRI observatoire de l'e-pub année 2018). En 2022, celle-ci représentera 80 % de la totalité du trafic internet (étude Cisco 2018).

Dans cette optique, AdUX lance Quast qui allie ces deux formats au service d'une expérience utilisateur toujours valorisée.

### Une solution qui s'intègre de manière optimale au cœur du contenu éditorial

Deux typologies de formats, disponibles au CPM et garantis à la vidéo vue, sont proposées en desktop et web mobile au sein des plus grands groupes média :

- // D'une part "In-content vidéo", un format qui s'intègre au look & feel des sites média afin de ne pas perturber l'expérience utilisateur.
- // D'autre part, "Video-feed" qui se déploie naturellement au cœur du contenu rédactionnel.
- // Enfin, les formats de Quast s'arrêtent automatiquement lorsqu'ils sortent de la zone visible de l'écran et le son est, par défaut, désactivé afin de ne pas perturber la lecture de l'utilisateur.



"In-content vidéo", un format qui s'intègre au look & feel des sites média



"Video-feed" qui se déploie naturellement au cœur du contenu rédactionnel

### Des stratégies et des partenaires pour maximiser l'efficacité publicitaire

Deux stratégies sont déployées pour répondre aux enjeux des annonceurs :

- // D'une part, une approche **media planning**, qui permet de diffuser les campagnes dans des contextes éditoriaux forts.
- // D'autre part, l'**audience planning**, qui permet de garantir la couverture sur cible grâce à Sirdata : l'expert français de la collecte et du traitement sémantique de la donnée navigationnelle et pionnier du respect de la Vie Privée. Un savoir-faire qui permet à Quast de créer des segments d'audience à la qualité universellement reconnue - intentions d'achats, centres d'intérêt, moments de vie, données sociodémographiques, buyer personas - selon les stratégies de ciblage ou les cas d'usages souhaités par les marques.

### À PROPOS ADUX

Pionnier du secteur, ADUX est un spécialiste européen de la publicité digitale et de l'expérience utilisateur. Présente dans 7 pays européens, la société AdUX a réalisé un chiffre d'affaires de 27,2 millions d'euros en 2018.

La société est cotée sur le compartiment C de Euronext Paris et détient le label « Entreprise Innovante ». Ce label offre, pour une durée de 3 ans, la possibilité pour les Fonds Communs de Placement pour l'Innovation (FCPI) d'investir dans le capital d'AdUX, et pour leurs souscripteurs de bénéficier des avantages fiscaux correspondants.

### À PROPOS DE SIRDATA

Sirdata, Jeune Entreprise Innovante française indépendante, collecte, agrège, et traite - sémantiquement et statistiquement - les données brutes de navigation des internautes, et ce dans le plus strict respect du cadre réglementaire. Un savoir-faire unique qui permet historiquement à la société de créer des segments d'audience - intentions d'achats et centres d'intérêt - et désormais aux éditeurs de catégoriser automatiquement leurs contenus pour proposer aussi bien un ciblage comportemental qu'un ciblage contextuel aux annonceurs..

Si la société est nativement intégrée aux principales plateformes sécurisées utilisées par les agences et les marques (DSP, CRM, DMP, CDP...), elle s'engage désormais aux côtés des éditeurs en leur permettant d'allier leur inventaire premium à la qualité de sa donnée et/ou de ses outils permettant directement dans leur Adserver ou leur SSP. Les solutions et services mis à disposition par l'entreprise permettent à ses clients et partenaires de faire levier sur une donnée de qualité, dans une gouvernance maîtrisée et respectueuse du désir exprimé par l'Utilisateur.

Sirdata est membre de l'ARPP | Board Member de l'IAB France |  
Coordonnateur de la Task Force Privacy de l'IAB France |  
Membre du TCF Steering Group de l'IAB Europe | Membre du Clubing Club.  
L'ensemble de ces implications ont pour objectif de favoriser un usage utile et raisonné de la data aux fins d'une expérience Utilisateur qualitative.

# Quast

ADUX GROUP