



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Trévise - 75009 Paris

Elodie Larcis

01.56.03.15.20

elodie.larcis@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe lève le voile sur Adobe Advertising Cloud

Cette nouvelle plateforme publicitaire simplifie les plans médias et l'achat d'espaces TV et numériques

Las Vegas, États-Unis — 21 mars 2017 — A l'occasion de l'Adobe Summit, Adobe (Nasdaq: ADBE) a dévoilé sa nouvelle plateforme Adobe Advertising Cloud, la première sur le marché à gérer de bout en bout la publicité sur les TV et les formats numériques. Associant des outils issus d'Adobe Media Optimizer (AMO) et de [TubeMogul](#), racheté récemment, Adobe Advertising Cloud simplifie la diffusion de publicités vidéo, display et search sur l'ensemble des canaux et écrans.

Les annonceurs se trouvent confrontés à un paysage toujours plus complexe et fragmenté dont la planification et l'achat sont historiquement cloisonnés avec la TV d'un côté et le numérique de l'autre. Ce phénomène, couplé à la prolifération des équipements et aux quantités massives de données, a rendu le processus publicitaire laborieux. D'après le tout dernier rapport Adobe Digital Insights Advertising, 47 % des spécialistes du marketing dans le monde estimaient être très gênés par l'absence d'une solution intégrée pour les données et l'achat d'espaces publicitaires. Pour aider les annonceurs à mieux gérer la situation et à s'adresser plus efficacement aux consommateurs, Adobe lance Advertising Cloud qui unifie et simplifie l'intégralité du processus de planification et d'achat.

Adobe Advertising Cloud, disponible à l'échelle mondiale, inclut trois offres :

- AMO Search : la première plateforme de gestion du référencement payant sur le marché ;
- AMO DSP (Demand Side Platform) : automatise les achats pour le display, les réseaux sociaux, la vidéo et la télévision programmatique ;
- AMO DCO (Dynamic Creative Optimization) : optimisation dynamique des messages publicitaires, intégrée à Creative Cloud.

Adobe Advertising Cloud gère d'ores et déjà un montant annualisé de près de 3,5 milliards de dollars en dépenses publicitaires pour le compte de plus d'un milliard d'entreprises internationales, dont Allstate, Ford, Johnson & Johnson, Kraft, Liberty Mutual, L'Oréal, MGM, Nickelodeon et Southwest Airlines.

« Avec Adobe Advertising Cloud, les marques peuvent centraliser la programmation publicitaire et les achats d'espaces au moyen d'une plateforme fiable, offrant une totale transparence sur l'emplacement exact de leurs annonces ainsi que sur leur capacité à générer des résultats », indique Brett Wilson, vice president & general manager du pôle Advertising chez Adobe. « Nous comblons plusieurs fossés de longue date dans le domaine des médias - non seulement entre la télévision et le digital, mais aussi entre le Branding et la Performance »

Advertising Cloud se caractérise comme suit :

- **Planification cross-canal** : Adobe Advertising Cloud est la plateforme la plus complète pour la programmation, l'achat et la mesure des publicités. Les annonceurs peuvent s'adresser à leur public en tout lieu, qu'il soit sur les réseaux sociaux, en train de regarder la télévision ou de consulter un moteur de recherche. La plateforme dédouble les audiences télévisées et digitales, ce qui permet aux spécialistes du marketing de gérer efficacement la couverture incrémentale de leurs cibles
- **Activation des médias sur l'ensemble des équipements** : Grâce à l'intégration étroite d'Adobe Advertising Cloud et d'Adobe Experience Cloud, (voir CP distinct) les marketeurs peuvent facilement s'adresser à un public ciblé sur l'ensemble des écrans. Lors des premiers tests de la nouvelle plateforme, les taux de rapprochement des personnes visualisant des publicités tous écrans confondus étaient supérieurs à 90 %, soit le double de la norme du secteur.

- **Performances sans compromis** : Grâce à toute une série d'outils et de garde-fous, Adobe Advertising Cloud permet aux annonceurs d'atteindre leurs objectifs sans porter atteinte à la sécurité de la marque, à la qualité des médias et à la transparence.
- **Indépendance** : Adobe Advertising Cloud est la plus grande plateforme publicitaire indépendante. Grâce à l'absence de marge arrière et à la transparence des frais, les mesures d'Adobe Advertising Cloud sont toujours en phase avec les annonceurs.
- **Optimisation de la création** : À partir du moment où vous avez défini vos audiences et savez comment les atteindre, quel sera le message le plus efficace ? Grâce à la solution d'optimisation dynamique des messages publicitaires d'Adobe Advertising Cloud, les annonceurs peuvent créer des annonces performantes et personnalisées, en fonction des centres d'intérêt des clients ou de leurs comportements passés.

Liens utiles :

- [Adobe Digital Insights : Advertising Report](#)
- [Article CMO.com](#)
- [Blog : Présentation d'Advertising Cloud](#)

###

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>.