



Communiqué de presse, Lundi 24 juin 2013

---

## **AdVentori lance Dynamic Display™, la seule solution DCO française du marché.**

### **Un modèle d'innovation disruptif à l'ère de la personnalisation publicitaire. Chronique d'un succès programmé.**

Depuis 2010, les annonceurs américains se sont lancés, d'abord timidement, puis de façon plus en plus offensive sur ce marché prometteur de la Dynamic Creative Optimization (DCO). En très peu de temps, la solution a séduit tout le marché : annonceurs, agences, consommateurs ... Un succès prévu et annoncé, puisque toutes les études en parlent depuis au moins de 2 ans. Mais qu'en est-il de la France ?

Retour sur une solution e-pub plus qu'incontournable, déterminante pour le marché du média online.

### **C'est quoi au juste le DCO ?**

C'est une publicité digitale contextuelle qui s'adapte en temps réel à son lecteur. Une solution est dite « DCO », lorsqu'elle intègre intelligemment et automatiquement des flux de données extérieurs. La publicité devient « intelligente » et s'adapte en fonction de l'internaute.

En d'autres termes, c'est le bon message, à la bonne personne, au bon moment. Habituellement un annonceur adressait à ses cibles des bannières affichant des messages prédéfinis (et donc une créa par produit). Désormais, le DCO permet un affichage dynamique contextualisé selon la personne à qui on expose la bannière.

### **Le DCO, une solution ADHOC**

La solution Dynamic Display™ répond notamment à un besoin initié par les investisseurs en RTB : plus besoin d'envoyer la même créa à tous les internautes ! A partir d'un concept unique, le Dynamic Display™ autorise des milliers de processus créatifs et la scénarisation des campagnes. La techno s'adapte sur tous les formats : display, vidéo, mobile.

Une performance au service de l'écosystème web : annonceurs, agences, agences média, régies. C'est de fait une véritable alternative au richmédia, à la multiplication des créas et à l'uniformité des messages. Elle valorise alors l'impact de la publicité : avec une communication plus contextualisée, plus à propos, les messages trouvent plus d'adhérence, ainsi, les effets de sur-sollicitation de l'internaute sont absorbés.

Selon différentes études, pour l'instant quasiment exclusivement américaines, le DCO permettrait d'augmenter le CTR de 40 à 200%<sup>1</sup>, selon le mode de personnalisation engagé.

---

<sup>1</sup> Q1'11 JiWire mobile audience insights study

## AdVentori, expert du DCO en France

Si des solutions américaines existent, sans pour autant être inscrites dans notre marché, le Dynamic Display™ se différencie par sa méthode agnostique :

**C'est une solution technologique indépendante et compatible avec tous les DSP, adexchanges et adserveurs du marché ! Une prouesse d'agilité !**

La Solution Dynamic Display™ d'AdVentori est compatible avec AppNexus, DoubleClick, Turn, InviteMedia, Smart, et Google AdWords (pour ne citer qu'eux).

**AdVentori offre désormais la possibilité de ne plus s'adresser à tout le monde, mais de parler à chacun.**

**Une techno expérimentée :** Depuis 3 ans, la société AdVentori (créateur de la solution Dynamic Display™) empile les briques de sa solution DCO.

Après avoir longtemps personnalisé les bannières, en temps réel, selon des critères de géo-localisation de l'internaute, puis des critères météorologiques, la start-up performe sa solution, **et intègre bien d'autres flux : produit, prix, photos, horaires... toutes datas.**

**Non seulement cette techno intègre la personnalisation de flux variés mais le Dynamic Display™ sait aussi intégrer la dernière navigation de l'internaute sur le site de l'annonceur.**



« Une publicité digitale ciblée et personnalisée devient une publicité tout simplement plus efficace, conclut Pierre-Antoine DURGEAT, CEO et co-fondateur d'AdVentori. Nous sommes entrés de plein pied dans l'ère de la personnalisation en offrant à nos clients le contexte d'exposition garant de la performance publicitaire digitale. Dynamic Display™ se veut non seulement une évolution majeure mais également un des prochains carburants économiques du marché de l'achat d'espace display en temps réel ».

### A propos d'AdVentori :

AdVentori confirme son leadership sur le DCO avec un produit fortement expérimenté : 3 ans d'expérience et 3 milliards de bannières personnalisées. Fidèle à son ADN Web-to-Store, AdVentori élargit ses solutions à d'autres contextes : web-to-web, content, culture ...

**Dynamic Display™ soutenue par le marché : les clients :** Renault, Air France, Michelin, Leroy Merlin, Bricomarché, Crédit Agricole, Point S, Thomas Cook, Auchan, ImmoNeuf, Petit Bateau...

## ***Exemple de réalisation***

***Lien de démo de nos campagnes :***

**Campagne ATLAS FOR MEN :**

<http://demo.adventori.com/atlasformen/>

300X250\_AtlasForMen.swf (fichier joint)

**Campagne NEXITY :**

<http://adventori.com/lp/demo-nexity/>



**Campagne de démo**

**DCO AdVentori :**

demoDCO\_AdVentori1.jpg (fichier joint)

demoDCO\_AdVentori2.jpg (fichier joint)

demoDCO\_AdVentori3.jpg (fichier joint)