

Weborama lance sa nouvelle offre Native Advertising Premium

Le Native Advertising Premium, overlay sur une vidéo éditoriale, est le fruit de l'alliance de l'expertise du sans-cookie de Weborama et de la technologie d'InVideo Advertising d'Adways, récemment acquise par l'Adtech.

Weborama propose une nouvelle offre, le Native Advertising Premium, un format publicitaire innovant issu de l'association des compétences de Weborama – la data et l'activation contextuelle sémantique – et de l'expertise d'InVideo Advertising d'Adways, dont Weborama a fait l'acquisition en février dernier.

Le Native Advertising Premium a été conçu comme un overlay sur une vidéo éditoriale s'affichant de manière non-intrusive et sans interruption du visionnage de cette vidéo. C'est une alternative ou un complément des campagnes Native standards, puisqu'il permet aux marques de diffuser un message publicitaire visible, simple et contextualisé, dans le respect de la vie privée des internautes.

Le nouveau format répond aux enjeux des agences et annonceurs d'activer leurs audiences sans cookies tiers, tout en continuant de booster les performances en termes de reach et d'engagement des campagnes publicitaires. L'ensemble du marché est en effet soumis depuis deux ans à des limitations plus fortes dans la collecte et l'usage des données personnelles, sur lesquelles repose encore très largement l'économie du secteur publicitaire numérique.

Les trois caractéristiques du Native Advertising Premium

- ▶ **Visibilité :** +80 % de visibilité garantie du format, avec un affichage uniquement dans les players vidéo répondant aux critères de qualité stricts de Weborama (visibilité et taille du player, durée du contenu, environnement brand safety...).
- ▶ **Premium :** un réseau de sites de diffusion Premium, certifiés Digital Ad Trust, soit plus de +350 millions de vidéos/mois. Parmi ces éditeurs : Marie Claire, Marie France, Vie Pratique Au Féminin, Oh My Mag, Gent Side, Cosmopolitan, Auto-Moto, Magicmaman...
- ▶ **Engagement :** la data contextuelle sémantique de Weborama permet d'afficher la publicité auprès d'internautes engagés



« En associant ce format publicitaire innovant avec le ciblage contextuel sémantique, les annonceurs contournent le problème du tracking par cookie, voué à disparaître. Ce ciblage est capable d'allier reach et précision, de réduire la pression publicitaire et de toucher de nouvelles audiences incrémentales, qu'on ne peut atteindre via les cookies. »

Florent BARDOUT, Directeur général adjoint France

À PROPOS DE WEBORAMA

Weborama propose une combinaison de technologies, de data et d'expertises performantes. Conçue à partir de l'IA Sémantique, Weborama offre des solutions avancées de connaissance du consommateur basées sur une technologie Cookieless, consentless, extrêmement précise et scalable pour permettre aux entreprises de générer de la croissance tout en rationalisant leurs coûts marketing. weborama.com

CONTACT PRESSE

Louise HENRY - LES ROIS MAGES
louise.henry@lesroismages.fr