

MADVERTISE ENTRE EN DISCUSSION EXCLUSIVE EN VUE D'UNE PRISE DE PARTICIPATION DANS VECTAURY

Madvertise (Euronext Growth - FR0010812230 - ALMNG), la société d'adtech française dédiée à la publicité sur mobile, est entrée en discussion exclusive avec [Vectaury](#), partenaire des retailers dans leur révolution digitale, en vue d'une prise de participation dans la société.

Créée en 2013, Vectaury exploite une plateforme d'adtech/martech et adresse le marché des campagnes marketing géolocalisées et compte les plus grands annonceurs français parmi ses clients. Vectaury maîtrise un ensemble de compétences en Intelligence Artificielle (IA) et en data analytics et s'appuie sur une infrastructure logicielle propriétaire très efficiente permettant le traitement de plusieurs dizaines de milliards de données chaque mois.

Son savoir-faire unique en matière d'agrégation de données, au service de la création d'audiences et de la distribution de messages ciblés vers les internautes les plus réceptifs, permet à Vectaury d'opérer la diffusion de campagnes digitales mobiles « *drive-to-store* », de campagnes "*Social Performance*" et "*Social to Store*" (sur les plateformes Facebook et Instagram).

Par ailleurs, Vectaury, grâce à ses algorithmes propriétaires, est maintenant capable de modéliser la distribution optimale des prospectus ainsi que leur possible substitution digitale.

La technologie propriétaire de Vectaury, doublement labellisée par le CESP en 2021, permet enfin une lecture directe et en haute résolution des dynamiques des zones de chalandise et de l'impact réel des campagnes sur le trafic en magasin.

Forts de leur culture partagée d'innovation, la prise de participation envisagée permettrait de déployer à l'international la solution de Vectaury, notamment en Allemagne où Madvertise est particulièrement bien implantée. Cette alliance permettra également de renforcer et de moderniser l'offre de solutions dédiée aux distributeurs et annonceurs en alliant la puissance de la data et du portefeuille d'éditeurs de Madvertise à la technologie de ciblage géographique et comportementale de Vectaury. Ce rapprochement permettrait ainsi de créer un acteur majeur de la solution *drive-to-store* et de la data analytics en Europe.

« Nous sommes très heureux de collaborer étroitement avec un leader européen. Cela va permettre une approche commune pour des services innovants avec une base technologique renforcée et ainsi offrir un meilleur service et une offre plus large à nos clients. » se félicite Jean-Claude Martinez, Chairman de Vectaury.

"Cette opportunité d'unir nos forces est une étape importante et s'inscrit parfaitement dans la stratégie de Madvertise pour la poursuite de l'excellence technologique et l'accélération des ventes premium. Nous sommes très enthousiastes à l'idée de travailler ensemble sur une

plateforme de données marketing beaucoup plus efficace avec une approche scientifique à la pointe du marché." déclare François Roloff, Directeur Général Délégué de Madvertise.

Cette opération envisagée est une première étape du recentrage stratégique fort opéré par Madvertise dans les secteurs de la vidéo et du *drive-to-store*.

La finalisation de cette prise de participation, soumise aux *due diligences* d'usage et sous réserve de la levée de l'ensemble des conditions suspensives, devrait avoir lieu d'ici la fin de l'année ou le début de 2022.

A propos de Madvertise (www.madvertise.com)

Madvertise est l'un des pionniers européens de l'AdTech fondé en 2011 au cœur de l'Europe. Positionné comme le plus grand réseau publicitaire mobile européen indépendant sur le segment premium en France, en Allemagne et en Italie, Madvertise a développé une technologie propriétaire pour maximiser la visibilité des annonceurs et les revenus des éditeurs. En développant ses technologies en interne, Madvertise propose une gamme de solutions publicitaires combinant le display mobile, le Digital Out of Home, le social Media pour fournir aux annonceurs les meilleurs résultats possibles. Avec une audience de 55 millions de visiteurs uniques par mois et plus de 250 éditeurs premium à son actif, Madvertise est le meilleur choix pour que les annonceurs en Europe soient vus, entendus et désirés. Avec son objectif de devenir neutre en CO₂ d'ici fin 2022, Madvertise est un acteur AdTech européen, respectueux de l'environnement et doté d'une solution SaaS inégalée. Madvertise est coté sur Euronext Growth Paris (FR0010812230 – ALMNG) et éligible au PEA-PME

A propos de Vectaury (www.vectaury.com)

Née de la volonté de fournir la puissance des algorithmes prédictifs aux distributeurs physiques, Vectaury s'appuie sur une technologie propriétaire conçue dès le premier jour pour être "data agnostic" et hautement versatile. Cela a permis à Vectaury d'adapter en permanence son offre aux évolutions très rapide d'un marché encore jeune [nouvelles normes de confidentialité, internationalisation, personnalisation client] et de devenir un acteur incontournable de l'Adtech. Au-delà de la consolidation de la position de Vectaury sur son activité historique de drive-to-store, la stratégie d'accélération de l'entreprise consiste à déployer son cœur d'Intelligence artificielle et de traitement des données vers de nouvelles verticalités marketing, communication et média pouvant bénéficier d'une analyse massive et d'une projection du comportement des consommateurs et de leur déplacement géographique.

Contacts médias

AELIUM FINANCE - Investisseurs

Valentine Boivin / Solène Kennis
+33 (0)1 75 77 54 65
madvertise@aelium.fr



DENTSU Consulting

Gildas de la Monneraye
+33 (0)6 58 18 78 25
gildas.delamonneraye@dentsuconsulting.fr

Ce communiqué contient des informations prospectives concernant la situation financière et les résultats de Madvertise. Bien que ces dernières reposent sur des hypothèses raisonnables, ces informations prospectives sont soumises à de nombreux risques et incertitudes, y compris des problématiques qui sont inconnues à la société ou ne sont pas considérées à présent comme substantielles et il ne peut être garanti que les événements attendus auront lieu ou que les objectifs énoncés seront effectivement atteints. En particulier, les conséquences de l'épidémie de Covid-19 sont incertaines et la crise sanitaire pourrait aggraver les risques auxquels le Groupe est confronté.