

Prise de participation stratégique dans la société SYNC

Madvertise (Euronext Growth - FR0010812230 - ALMNG), l'AdTech française dédiée à la publicité sur mobile, a pris une participation de 25% dans SYNC, une entreprise de haute technologie spécialisée dans la prise d'empreintes digitales ainsi que dans la synchronisation locale du contenu télévisuel et de la publicité. Après un 1^{er} semestre 2020 solide en dépit d'une période inédite, Madvertise confirme ses ambitions et le recentrage de ses activités en annonçant le rapprochement avec SYNC, s'offrant ainsi une solution technologique unique sur le marché et constituant ensemble le plus important réseau publicitaire en France (hors GAFA).

SYNC, fondé en France il y a 4 ans en région parisienne, a inventé et breveté une nouvelle solution de monétisation numérique : une plateforme en temps réel, flexible et scalable pour synchroniser publicités et contenus sur la plupart des appareils numériques (TV, mobile) et les plateformes (Google, Facebook, Instagram, YouTube, Amazon, Twitter ...). Aujourd'hui, la solution est utilisée par plus de 20 agences et 150 annonceurs, déployée dans 110 applications et sites Web, enregistre plus de 55 millions de téléchargements, et a réalisé en 2019, un chiffre d'affaires de 1,1 M€.

Cet accord qui offre de nombreuses synergies techniques et commerciales, permet aux deux sociétés de disposer du plus grand réseau publicitaire d'éditeurs en France et en Europe, avec plus de 200 sites et applications référencés.

Grâce à SYNC, « *Madvertise trouve un partenaire de 1^{er} plan qui propose une technologie hautement performante de synchronisation en temps réel de mobiles et autres appareils, afin de développer une solution publicitaire efficace, globale, créative, anonyme et respectueuse des utilisateurs. Ce rapprochement nous permet, en plus de l'accès à de nouveaux marchés, d'accroître nos savoir-faire en intégrant une équipe talentueuse de 12 spécialistes, et d'accompagner notre stratégie de développement sur de nouveaux territoires notamment outre Atlantique. Après la cession réussie de Bemobee, cette opération s'inscrit donc dans le cadre de la dynamique de croissance de Madvertise et confirme son recentrage stratégique.* », affirme François Roloff, PDG de Madvertise.

« *Les synergies sont évidentes et immédiates entre Madvertise et SYNC et l'ambition est partagée : devenir le réseau publicitaire le plus puissant en France et une vraie alternative pour nos clients et partenaires éditeurs. Nos technologies de pointe, adossées à l'expertise et le réseau international de Madvertise, vont accélérer le déploiement de notre offre unique de publicité « propre » sans utilisation de données personnelles, dans le respect de l'expérience utilisateurs. Les équipes de SYNC se réjouissent de ce rapprochement qui laisse augurer de grands projets ayant pour dénominateur commun l'innovation.* » précise le Management de SYNC.

Ce rapprochement, réalisé au travers d'une augmentation de capital, a reçu le soutien des actionnaires historiques de SYNC (IDInvest, Entrepreneur Invest et Art Pradier), qui y ont également participé. Madvertise aura la possibilité d'augmenter sa participation au sein de SYNC afin de la porter à 100 % en fonction de l'atteinte de conditions de performance. Cette nouvelle opération structurante, permet au Groupe de confirmer l'accélération de son plan de croissance.

A propos de Madvertise

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).

Plus d'informations sur www.madvertise.com



Contacts

AELIUM FINANCE - Investisseurs

Valentine Boivin / Solène Kennis

+33 (0)1 75 77 54 65

madvertise@aelium.fr

A propos de SYNC

SYNC est une deep tech française qui propose les formats publicitaires des nouveaux usages du mobile, innovants, synchronisés avec la télévision et la radio. La publicité est enrichie grâce à une solution ouverte de pré-chargement dynamique et synchronisée grâce à une technologie brevetée par SYNC.

Trois offres complémentaires ont été développées pour répondre à tous les besoins :

- SYNC DISPLAY affiche des formats publicitaires riches sur des appareils mobiles synchronisés avec le téléviseur. Il s'agit d'un nouvel inventaire publicitaire pour les annonceurs et les agences, avec des revenus supplémentaires pour les fournisseurs d'applications.
- SYNC ACTIVATE permet d'optimiser les campagnes avec mots clés grâce à la synchronisation télévisuelle en temps réel, non seulement avec Google, également avec Facebook et d'autres plateformes numériques.
- SYNC ENGAGE fournit aux groupes de médias la solution multi écrans d'accompagnement interactif en marque blanche la plus largement utilisée. Les clients conquis comprennent les plus grandes entreprises de médias du monde comme Disney, Endemol, NBC, NFL, Yahoo ou encore Sony.

www.sync.tv

<https://twitter.com/synctv>

<https://fr.linkedin.com/company/sync-sas>

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.