

District M et Sharethrough concluent un accord définitif de fusion devenant ainsi l'un des plus importants *ad exchanges* indépendant au monde.

SAN FRANCISCO, ÉTATS-UNIS et MONTRÉAL, CANADA, 9 février 2021 - Aujourd'hui marque un nouveau chapitre dans l'histoire de District M à Montréal et de Sharethrough de San Francisco, alors que les deux sociétés de publicité numérique concluent un accord définitif de fusion.

- La création d'un des plus grands *ad exchanges* omnicanal indépendant au monde, ancré dans une approche de la publicité numérique centrée sur l'utilisateur, respectueuse et privilégiant la qualité.
- L'entité combinée renforcera son offre omnicanale et omniformat de publicité native, *display* et vidéo, disponible sur ordinateur, mobile et télévision connectée en réponse aux récents changements dans la consommation des médias numériques sur tous les canaux.
- L'entité combinée sera en position unique pour atteindre les objectifs de performance et de *Supply Path Optimization* (SPO) des annonceurs, avec plus de 40 000 sites web et applications d'éditeurs connectés en direct.
- L'entité combinée se concentrera sur l'accélération de son plan de développement produit, ainsi que sur le déploiement du concept de publicités optimisées à l'ensemble des formats et appareils, y compris vidéo et télés connectées.
- Une équipe unifiée de plus de 140 employés, répartis dans 8 bureaux aux États-Unis et au Canada.
- JF Côté, PDG et cofondateur de District M, deviendra le PDG de la nouvelle société; Dan Greenberg, PDG et fondateur de Sharethrough, deviendra le chef des revenus de la nouvelle société.
- District M a réalisé une levée de fonds (série C) de 19M de dollars pour investir dans le plan de croissance de la société combinée.

JF Côté, PDG de la société fusionnée, déclare:

« Cet accord de fusion stratégique nous permettra d'avoir une offre encore plus innovante, en renforçant notre présence non seulement en Amérique du Nord, mais aussi dans le monde entier. Ensemble, nous devenons l'un des plus grands *ad exchanges* au monde.

C'est une opportunité pour nos deux entreprises d'augmenter de manière significative leurs revenus et de nous positionner parmi les chefs de file de l'industrie grâce à une forte stratégie omnicanale. Pour les éditeurs de sites Internet, les partenaires technologiques les plus stratégiques sont ceux qui génèrent des sources de revenus diversifiées et qualitatives. Pour les annonceurs, les partenaires les plus stratégiques sont ceux qui permettent de maximiser la portée et la performance des campagnes.

Ensemble, nous sommes ce partenaire, bâti pour évoluer dans un écosystème publicitaire moderne ».

Dan Greenberg, chef des revenus de la société fusionnée, déclare:

« Depuis la création de Sharethrough, il y a près de 12 ans, nous nous efforçons de faire évoluer le paradigme de la publicité en abandonnant les publicités les plus nocives au profit d'un écosystème fondé sur le respect et la bienveillance.

Nous savons que lorsque les publicités sont conçues pour être comprises et utiles, elles sont plus profitables pour tous les acteurs de la chaîne : annonceurs, éditeurs et utilisateurs.

Avec District M, nous pensons que l'adoption d'une approche de la publicité et de la monétisation centrée sur l'être humain est la clé d'un cheminement pérenne pour l'Internet indépendant et accessible.

Ces dernières années, cette mission, visant à construire une plateforme publicitaire centrée sur l'humain, est passée d'une vision optimiste à une réalité. L'annonce d'aujourd'hui alimente la conversation et renforce le fait que la publicité centrée sur l'humain est là pour rester ».

Un nouveau chapitre avec une vision unifiée

Témoins d'un changement dans la consommation des médias numériques à de nombreux niveaux, les entreprises visent à renforcer leur offre omnicanale et *omniformat* avec de la publicité native, *display* et vidéo, délivrée sur ordinateurs, mobiles et télévisions connectées.

District M & Sharethrough reconnaissent également la nécessité d'un changement dans l'écosystème de la publicité numérique : les annonceurs et les agences travaillent à optimiser l'accès à l'inventaire publicitaire en privilégiant des partenaires ayant des initiatives réelles de « *supply path optimization* » (SPO). Les éditeurs quant à eux priorisent les partenaires technologiques permettant d'augmenter leurs revenus de manière évolutive et diversifiée tout en respectant l'expérience utilisateur.

Grâce à ses intégrations directes et multiformats à chaque DSP (Demand-Side Platform) et à une portée combinée de plus de 40 000 sites web et applications connectés en direct, l'entité combinée est dans une position unique pour répondre aux objectifs des annonceurs et des éditeurs de sites Internet et d'applications mobiles.

Grâce à cette fusion, la société combinée investira davantage dans l'optimisation de chaque impression publicitaire et de chaque créatif afin d'obtenir de meilleures performances pour les annonceurs et les éditeurs, ainsi qu'une meilleure expérience publicitaire pour les utilisateurs du web. L'un des principaux objectifs de l'équipe sera d'apporter des concepts publicitaires améliorés sous de nouveaux formats et appareils, notamment *vidéo et CTV* (télé connectée).

Grâce à l'offre omnicanale de District M & Sharethrough, combinée aux forces d'une équipe Produit & Technologie unifiée, les clients bénéficieront de performances évolutives. La fusion permettra aux deux sociétés de mieux servir leurs clients et d'investir dans des initiatives de croissance continue centrées sur le client.

Une entreprise technologique avec une approche humaine de la publicité

En tant que société combinée, la priorité est la croissance continue et la création de valeur, et les sociétés sont bien capitalisées et bien alignées pour réussir et prospérer.

Ensemble, District M & Sharethrough deviennent l'un des plus gros ad exchanges modernes en termes de portée. La société combinée compte plus de 140 employés répartis dans 8 bureaux aux États-Unis et au Canada. L'équipe unifiée permettra à la société d'accélérer leur plan de développement produit et d'apporter immédiatement plus de valeur aux clients et partenaires.

Sur un marché de la publicité numérique qui reconnaît la valeur des entreprises technologiques indépendantes travaillant de concert avec l'écosystème Google/Facebook tout en offrant des alternatives, Sharethrough & District M sont bien positionnées pour une croissance rentable à long terme.

À propos de District M

District M a créé un écosystème programmatique transparent et flexible pour les annonceurs et les éditeurs, devenant ainsi l'un des plus gros *ad exchanges* au monde. Depuis sa création à Montréal en 2013, District M a connu une croissance exponentielle qui se manifeste par l'augmentation de ses revenus, de ses effectifs, ainsi que par l'ouverture de bureaux à Toronto et à New York. Avec un réseau de 43 000 annonceurs et 650 éditeurs répartis sur 30 000 sites web et applications, District M innove en permanence grâce à ses technologies propriétaires, tant du côté de l'offre (éditeurs) que de la demande (annonceurs). Depuis 2016, après trois rondes de financement, District M a recueilli un total de 39 millions de dollars auprès de trois investisseurs majeurs : le Fonds de solidarité FTQ (FSTQ), Investissement Québec (IQ) et Exportation et développement Canada (EDC). En plus de ses nombreux investissements pour la croissance de l'entreprise, District M a accumulé divers prix et reconnaissances et se classe favorablement dans des prix prestigieux tels que le Prix de l'Entrepreneur de l'Année EY, le classement Technology Fast 50 Canada et Fast 500 Amérique du Nord de Deloitte, le classement des Entreprises les mieux gérées (Best Managed) de Deloitte, le classement des 500 entreprises en croissance du Globe and Mail et le classement des 100 meilleurs employeurs du Canada de MediaCorp Canada.

À propos de Sharethrough

Sharethrough est l'un des plus grands *ad exchanges* au monde, avec des connexions directes aux principaux DSP, plus de 12 000 sites web d'éditeurs et plus de 350 milliards d'impressions publicitaires par mois. Fondée en 2008 avec pour mission d'apporter respect et attention à l'écosystème de la publicité en ligne, la technologie de Sharethrough améliore chaque impression en rendant une bannière, une vidéo ou une publicité native plus performante, et mieux intégrée aux espaces publicitaires de n'importe quel site. Cette technologie et cette approche permettent aux annonceurs de constater une amélioration substantielle des performances des campagnes, en plus d'économies de coûts. Sharethrough a été régulièrement classé comme le meilleur endroit où travailler à San Francisco par Quantum Workplace 2014-2016, à New York par Crain's en 2016 et dans le monde entier par Ad Age en 2017. La société est dirigée par son co-fondateur et PDG Dan Greenberg, qui a été nommé parmi les « Top 40 under 40 » par Ad Age, « Top 35 under 35 » par Inc. et parmi « Top 30 under 30 » par Forbes.

Pour en apprendre plus sur District M, visitez <https://www.districtm.net/fr/>

Pour en apprendre plus sur Sharethrough, visitez <https://www.sharethrough.com/>

Pour des informations plus détaillées, contactez:

Benoit Skinazi, SVP Marketing - District M

ben@districtm.net – +1 (514) 559-4464