

Paris, le 22 novembre 2016

L'innovation et l'invention au menu du concours de StartUp « *Ad Innovation Pitch* »

A l'occasion de son colloque annuel « Consumer First », l'IAB France, a organisé, en partenariat avec Digital Business News, la 1ère édition du concours des Startups « *Ad Innovation Pitch* ». Le colloque a rassemblé tous les grands acteurs du digital en France dont un grand nombre de startups qui jouent un rôle très important en France en faveur développement du digital. Mercedes Erra, présidente exécutive d'Havas Worldwide et fondatrice de BETC, est intervenue en ouverture en saluant tout le travail effectué autour de la filière communication et la reconnaissance du secteur.

Pour David Lacombed, président de l'IAB France, « *L'objectif est d'aller dénicher et aider les startups qui feront la publicité de demain. Ce concours a été organisé avec une réelle volonté de mettre en avant l'innovation et l'invention.* »

Ce concours, unique en France, vise ainsi à récompenser les 5 Startups de l'Ad Tech les plus innovantes et opérants dans les domaines suivants : Mobile, Vidéo, Content & Native Advertising, Social Media, Mesure & Data Analytics.

Le jury, composé de 12 personnes dont un incubateur et un fond d'investissement a ainsi sélectionné parmi toutes les startups en compétition :

- **Dans la catégorie Mobile Services :**

Databerries <http://www.databerries.com/>

DataBerries met à la disposition des annonceurs une solution de marketing mobile à la performance, génératrice de trafic en points de vente. En s'appuyant sur l'historique des lieux visités par les mobinautes, DataBerries offre une solution permettant d'identifier précisément les prospects d'une enseigne, les cible avec des publicités personnalisées sur leurs smartphones et mesure les visites générées en magasin.

- **Dans la catégorie Social media & Influence Marketing**

Graphystories <http://www.graphystories.com/fr/>

GraphyStories est un outil de veille de l'actualité qui analyse la Big Data issue du Web et des Réseaux Sociaux.

- **Dans la catégorie Measure & Data Analytics**

MindLytiX <http://www.mindlytix.com/>

La plateforme MindLytiX analyse à la volée des milliards de points de contacts quotidiens pour déterminer instantanément l'état d'esprit de chaque consommateur. Les marques peuvent ainsi sélectionner et cibler les « moments de vie » les plus pertinents de tous les individus. Ancrée à la fois dans le monde marketing et programmatique, cette solution est mise à disposition de l'ensemble de l'écosystème : marques, agences, trading desks, data providers et éditeurs.

- **Dans la catégorie Video Ads**

Swiper <http://swiper.fr/>

Swiper est une application rémunératrice qui permet de gagner de l'argent seulement en déverrouillant son téléphone. En effet, elle offre des points en échange de contenu ciblé que l'on reçoit sur son écran de déverrouillage de son mobile.

- **Dans la catégorie Content & Native Advertising**

YouCanHave <https://youcanhave.it/>

YouCanHave.it est le Shazam français de la télévision. Cette application mobile vient enrichir l'expérience télévisuelle des téléspectateurs en leur apportant un complément d'informations en lien avec le programme regardé. C'est aussi pour les artistes, sportifs et autres personnalités, comme pour les producteurs un nouveau moyen de se promouvoir et/ou de faire la promotion de leurs productions. C'est également une publicité nouvelle génération non intrusive et plus pertinente basée sur une esprit One2One vs. le One2Many de la publicité traditionnelle. Le tout, dans un univers premium : le smartphone du téléspectateur.

Contacts presse

Hugo Saussard, IAB France, hugo@iabfrance.com, 01 48 78 14 32

Shahina Akbaraly, O2P Conseil, s.akbaraly@o2p-conseil.com, 01 45 00 37 37

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple : structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 140 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.



L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.

Le Président de l'IAB France est David Lacomblet.

www.iabfrance.com