

ADTHINK

Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 28 octobre 2020

Pour diffusion immédiate

11 Nouvelles Signatures pour l'Agence

Suivez l'actualité de Adthink en direct, sur notre page LinkedIn :

<https://www.linkedin.com/company/adthink/>

Adthink confirme sa résilience face à la crise et signe 11 nouveaux budgets publicitaires. La stratégie de pivot mise en oeuvre par l'Agence pour diversifier sa clientèle est en marche avec la conquête de nouveaux clients dans les secteurs de l'alimentaire, de la santé, de la mode, de l'industrie, du sport, de l'éducation et dans l'accompagnement d'associations.

Ces organisations font confiance à Adthink pour la mise en place de campagnes d'acquisitions digitales en Display, SEA, Social et Content Marketing.

Alimentaire et boissons alcoolisées



MONOPRIX

Monoprix et La maison du Whisky ont confié à Adthink le pilotage de leurs campagnes Display dans le but de générer du trafic qualifié sur leurs sites internet. Leurs annonces

sont diffusées sur des sites spécialisés dans l'univers de la cuisine comme Chefsimon.com.

A l'approche d'Halloween, les bonbons Têtes Brulées se sont appuyés sur l'expertise de Adthink pour mener à bien une campagne de Branding vidéo sur des sites de jeux en ligne et de musique comme Paroles2Chansons.lemonde.fr.

Le marché en croissance de la vidéo Display est une opportunité vers laquelle l'Agence engage des moyens et des ressources au profit de ses clients.

Santé et bien-être



Nutravya, société spécialisée dans les solutions de santé naturelles accompagnant plus de 100 000 clients en France et en Europe, a misé sur Adthink pour la diffusion de ses publicités Display et Native à la performance. Cette promotion sera mise en avant auprès des 3 000 sites éditeurs de la régie publicitaire du groupe et diffusée par l'intermédiaire de AdAccess, l'adserver propriétaire de Adthink.

Mode

CASIO



Dans le secteur de la mode, Le Slip Français fait confiance à Adthink pour la diffusion d'un article sponsorisé dans trois médias de presse régionale : Ouest France, Le Télégramme et Le Progrès. Cette opération sera suppléée d'une prise de parole par l'influenceuse Candice Anzel qui dispose d'un accord de commercialisation avec Adthink pour une diffusion élargie de cette campagne sur ses réseaux sociaux.

La multinationale Casio a quant à elle confié à Adthink un premier budget Display pour sa marque de montre "Casio Vintage". Cette campagne optimisée à la performance a été diffusée sur des sites web ciblant les jeunes (Allociné), les femmes (Journal des Femmes) et la mode (Vinted).

Cette campagne a bénéficié d'un second investissement début septembre suite au succès du premier lancement faisant la promotion cette fois-ci de la gamme sportive "Casio G-SHOCK".

Sport



L'annonceur Sportdecouverte.com a décidé de collaborer avec Adthink pour la diffusion d'un article sponsorisé sur le site Lemagfemmes.com. Cet article met en avant un stage de pilotage en Ferrari sur le circuit d'Issoire dans le Puy de Dôme (63).

Les consommateurs en manque d'activité extérieure pendant le confinement semblent adhérer à ce dispositif publicitaire engageant, disposant de taux de clics supérieurs à la moyenne marché.

Industrie



Le groupe Haulotte, un des leaders mondiaux de matériel industriel d'élévation de personnes et de charges, a choisi de s'appuyer sur l'expertise de Adthink pour mener à bien une campagne B2B cross-canal avec notamment l'utilisation du réseau social LinkedIn. L'objectif de cette campagne est de générer de nouveaux prospects en France et à l'international.

Education



Le site web Superprof.fr propose des cours particuliers de soutien scolaire, langue, musique, sport et même sur les arts et loisirs. Adthink assurera pour lui la diffusion d'un article sponsorisé sur son site exclusif Chefsimon.com.

Le secteur du e-learning est depuis le confinement un des champions de la croissance. L'Agence a donc décidé de miser sur ce secteur en développement.

Associations



Pour terminer, Adthink est fière d'avoir reçue la confiance de deux associations pour deux campagnes Display optimisées à la performance.

La Fondation Arc pour la recherche sur le cancer dont l'objectif était de générer des dons lors de l'opération Octobre Rose, une campagne annuelle de sensibilisation pour le dépistage du cancer du sein.

Ainsi que pour la SNSM (Les Sauveteurs en Mer) qui souhaitait faire la promotion d'un dispositif permettant aux pratiquants d'activités nautiques d'alerter les secours et d'être

géolocalisés en cas d'urgences. Conçu par Philippe Starck, créateur passionné par la mer et l'univers nautique, le bracelet d'alerte et de géolocalisation se présente sous la forme d'une balise GPS étanche connectée aux réseaux mobiles GSM/GPRS.

Toutes ces campagnes sont optimisées par nos équipes traders qui accompagnent nos clients annonceurs au quotidien afin d'atteindre leurs objectifs d'acquisitions et de performances digitales.

Pour rester informé : <https://www.linkedin.com/company/adthink/>

A propos de Adthink

Expert du digital marketing, Adthink opère sur le marché B2C en développant une plateforme globale de distribution numérique et physique et sur le marché B2B en mettant au service des annonceurs son trading desk et sa plateforme d'affiliation pour développer leur acquisition client. Avec sa solution adtech propriétaire [AdAccess](#), les éditeurs media peuvent optimiser et multiplier leurs canaux de revenus.

Créé en 2001 pour mettre sur le marché la première offre publicitaire en streaming vidéo, le groupe Adthink est maintenant présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Porto et compte 35 employés à fin juin 2020. Son chiffre d'affaires 2019 s'élève à 10,1 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth de Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - TECH IN France, juillet 2018). Listing Sponsor : Genesta, Hervé Guyot, tél. : +33 (0)1 45 63 68 60, email : hguyot@genesta-finance.com

Plus d'informations sur : <https://adthink.com/fr/investors/>

Contact presse

Presse & Com Ecofi, Ségolène de Saint Martin, tél. : +33 (0)6 16 40 90 73, email : sdestmartin@p-c-e.fr

