

# NOUVELLE ETAPE DANS L'ALLIANCE PANGAEA : CNN INTERNATIONAL COMMERCIAL (CNNIC) PREND LE LEADERSHIP DE LA PLACE DE MARCHE PRIVEE

Monday, November 6, 2017

Pangaea, la plus grande alliance de publicité numérique à l'international, annonce le choix d'un nouveau partenaire principal : CNN International Commercial (CNNIC). Les annonceurs bénéficieront de technologies, d'innovations de ciblage et data pour toucher une audience haut de gamme de plus 200 millions d'utilisateurs par mois en programmation.

**Avec CNNIC à sa tête**, cette nouvelle phase s'inscrit dans la lignée du succès de l'alliance depuis son lancement. Créée au printemps 2015 à l'initiative du Guardian, l'Alliance Pangaea regroupe les éditeurs internationaux les plus prestigieux au monde autour d'une collaboration programmatique. Impliquée dans Pangaea depuis sa création, **CNN adoptera désormais un rôle plus actif** en mettant son **expertise dans la data et le programmatique** au service de la place de marché privée.

La directrice générale **Fiona McKinnon**, le directeur des ventes **Martin Bojtos** et l'équipe de Pangaea Alliance dirigeront les opérations depuis les bureaux de CNN à Londres, et collaboreront étroitement avec **Rob Bradley** (Vice-Président Digital Commercial Revenue and Strategy, CNNIC), la division digitale de CNNIC, ainsi qu'avec l'ensemble des partenaires Pangaea.

Pangaea a également fait appel à **AppNexus comme partenaire tech** pour fournir une solution programmatique centralisée et en libre-service. Chaque marque et agence pourra ainsi toucher l'audience CSP+ de Pangaea à travers un point d'achat unique. L'inventaire de Pangaea offrira ainsi aux clients des techniques de ciblage améliorées et de meilleurs insights sur le public visé, grâce à de nouvelles intégrations de systèmes - serveurs et solutions de header bidding - alimentées par tous les membres de l'Alliance.

Pangaea développe actuellement une nouvelle plateforme de trading en publicité digitale, dans le cadre du Projet Arete fondé par Dennis Publishing, qui a reçu en début d'année un fonds de financement de la Google Digital News Initiative.

Pangaea Alliance compte 200 millions d'utilisateurs uniques à travers CNN International, le Guardian, Reuters, Mansueto Ventures et les sites de Dennis Publishing qui comprennent The Week, Alpr et IT Pro. L'audience en question a un profil CSP+ - près de 40% d'entre eux gagnent plus de 280 000 € par an. Elle peut être ciblée à travers des sites premium dans des contextes appropriés pour l'annonceur. À ce jour, plus de 30 000 annonceurs dans le monde ont déjà effectué des campagnes sur Pangaea, avec 65% de viewability soit un taux supérieur à la moyenne du secteur.

« Nous sommes ravis du rôle prépondérant que nous allons jouer dans la prochaine phase du développement de l'Alliance Pangaea », déclare **Rani Raad, Président de CNNIC**. « Nous allons travailler avec nos partenaires pour développer des solutions numériques et data performantes, et permettre aux annonceurs d'atteindre une audience premium à grande échelle. Pangaea montre comment la collaboration entre éditeurs peut améliorer l'offre publicitaire digitale existante, et offrir

aux annonceurs de nouvelles manières efficaces d'atteindre leurs audiences. L'implication croissante de CNN auprès de Pangaea correspond à notre stratégie commerciale dans le numérique, qui cherche à combiner des solutions fondées sur les données avec un contenu de qualité. Nous sommes impatients de collaborer avec le Guardian et tous les autres partenaires pour permettre à l'Alliance de grandir ».

**Daniel Spears, directeur programmatique chez Guardian News & Media** ajoute : « The Guardian est fier d'être en première ligne de la collaboration entre médias et de partenariats innovants. Nous avons lancé l'alliance dans le but de faciliter l'accès à un inventaire de qualité de grande envergure. Aux côtés des membres de l'alliance, nous avons établi un modèle de travail qui est bénéfique à la fois pour les éditeurs et les annonceurs. Nous sommes impatients de commencer la phase suivante et de mener encore plus loin notre collaboration avec CNN et l'ensemble de nos partenaires Pangaea ».

« L'objectif d'AppNexus est d'aider les éditeurs à monétiser leur contenu en permettant aux annonceurs d'atteindre leurs audiences à travers des publicités pertinentes et engageantes », explique **Nigel Gilbert, Vice-Président du développement stratégique chez App Nexus**. « Nous sommes très excités à l'idée de collaborer avec Pangaea au cours de cette nouvelle phase et d'aider plusieurs des plus grands éditeurs du web à monétiser leur couverture éditoriale mondialement reconnue, tout en fournissant à nos partenaires annonceurs un accès à des environnements de qualité et correspondant à leur image marque ».

**CONTACT PRESSE :**

Julien Tan

[julien.tan@turner.com](mailto:julien.tan@turner.com)

+33 1 72 25 18 10