



ADCONION MEDIA GROUP CONTINUE SON DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL EN ACQUERANT FRONTLINE DIRECT POUR 13 MILLIONS €

Technologie propriétaire et réseaux permettent aux agences et annonceurs d'atteindre les consommateurs sur les différents médias.

Adconion Media Group, réseau publicitaire indépendant international, a annoncé aujourd'hui avoir acquis Frontline Direct, leader en solutions de marketing direct et CRM pour US\$20 million (€13 million) en cash et par échange d'actions. Frontline opère depuis longtemps pour des sociétés majeures telles qu'Experian ou Reunion.com ainsi qu'avec la plupart des grandes agences interactives.

Adconion a récemment levé US\$80 million (€54 million) auprès de fonds d'investissement, montant record dans les medias en Europe. L'acquisition de Frontline Direct en constitue la première utilisation stratégique.

“Depuis mes débuts parmi les premiers employés de Avenue A et depuis le lancement de d'Adconion, ma vision a toujours été de permettre aux annonceurs et aux agences d'atteindre le consommateur via des medias différents” déclare Tyler Moebius, fondateur et directeur général d'Adconion. “Intégrer la technologie de Frontline à la notre constitue une avancée significative dans cette direction.”

L'acquisition de Frontline, incluant sa technologie propriétaire de gestion de données et d'emailing ainsi que ses 25 employés, permet d'accélérer l'expansion globale d'Adconion, entre autres, l'ouverture de bureaux à San Diego. Globalement, Frontline permettra à Adconion d'élargir la gamme de ses solutions à destination des agences et annonceurs, en particulier le ciblage d'audience, la video et l'emailing.

“Le ciblage d'audience (connu également sous le terme de ciblage comportemental) est un aspect essentiel des campagnes initiées par les agences pour le compte des marques. L'acquisition de Frontline aide Adconion à fournir aux agences la technologie nécessaire leur permettant de rester compétitive dans un environnement



en perpétuelle évolution” souligne Matthias Quadflieg, directeur des opérations d’Adconion. “Dans le même temps, nous sommes extrêmement attentifs au respect des standards européens de respect de la vie privée.”

Kim Reed Perell, directeur général de Frontline Direct, ajoute: “Adconion est un partenaire technique et stratégique naturel pour Frontline. En tant que partie intégrante du réseau Adconion, nous pouvons immédiatement élargir nos offres en direction de nos annonceurs et leur permettre d’atteindre une bien plus large audience aux Etats Unis comme dans le monde entier ».

Frontline Direct fut représenté par KPMG Corporate Finance au cours de la transaction.

Contact:

Cédric Stucki
+33 (0) 1 55 33 17 55
cstucki@adconion.com

A propos d’Adconion:

Le Groupe Adconion Media Group est un réseau publicitaire international et indépendant. Depuis la création en 2005, l’entreprise s’est concentrée sur la réalisation de campagnes de branding orientées performance à haute valeur ajoutée. Rien qu’en Allemagne, Adconion couvre environ 30 pour cent de l’audience. Les clients du réseau publicitaire sont les annonceurs, des agences de publicité et de communication. Le concept d’Adconion est basé sur une technologie performante d’optimisation associée à une gestion personnalisée des campagnes interactives. Les outils publicitaires du réseau Adconion développent de façon efficace et comme partie intégrante le marketing à la performance ainsi que le branding des clients. Le groupe Adconion Media Group possède des filiales à Munich et à Hambourg, à Londres, Paris, New York, Santa Monica, Sydney, Melbourne et Toronto. Il est membre du Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), de l’International Advertising Bureau (IAB) ainsi que membre fondateur de l’IASH UK et IASH EU et du cercle de travail AdNetworks, un groupe spécialisé du BVDW.