



Ebuzzing & Teads cambia su marca a Teads, poniendo el foco en su tecnología de video publicitario a nivel global

- ***La empresa centrará su crecimiento global en su nuevo formato de video inRead™ y en su plataforma de venta programática.***
- ***La integración de su SSP (Supply Side Platform) de video por parte de medios líderes en el mundo, proporciona un acceso masivo a inventario de video de calidad, fuera del entorno instream (pre roll)***
- ***Todas las soluciones y servicios anteriormente ofrecidos por Ebuzzing se gestionan ahora desde la plataforma Teads.***
- ***Christophe Parcot, anterior vicepresidente de Yahoo! EMEA se une a Ebuzzing & Teads como Director Ejecutivo***

Lunes 6 de octubre 2014 – El grupo Ebuzzing & Teads anuncia hoy su cambio de nombre a Teads. Este cambio marca una **nueva etapa en el crecimiento de la compañía, focalizándose ahora en revolucionar la industria del video online con su SSP**, que ofrece innovadores formatos de publicidad en video fuera del entorno instream (pre roll) y cuyo mejor ejemplo es su exclusivo formato inRead™

La noticia se produce **tras la exitosa fusión** en Marzo de 2014 **entre Ebuzzing y Teads**. Teads es el **creador de los formatos de video “outstream”**. Dichos formatos de video no se insertan en los *streams* de video tradicional, sino en otro tipo de contenidos editoriales, por ejemplo, entre párrafos de un texto o artículo, entre imágenes de una galería o en el newsfeed de redes sociales.

Los formatos de video outstream desarrollados por Teads ofrecen total garantía de visualización, sin obligar al usuario a ver publicidad para acceder a los contenidos y además el usuario tiene pleno control sobre ellos. Teads permite a los usuarios interactuar con los anuncios solo si así lo eligen. Si no están interesados, pueden continuar leyendo su artículo, sin más. Según **Santiago Oliete**, Director General de Teads en España, *“creemos que un comportamiento respetuoso con el usuario genera una experiencia de marca mucho más positiva para los anunciantes y también para los medios. Al mismo tiempo que asegura el mayor nivel de engagement con aquellos usuarios realmente interesados en ver el video del anuncio”*

El **concepto view-to-play** con el que funciona el formato inRead™ (ver demo [aquí](#)), creado por Teads a principios de 2013, aporta una solución definitiva a las cuestiones sobre visibilidad que surgen de forma creciente en la industria publicitaria, ya que el video solo se activa cuando el espacio está visible en la pantalla del usuario.

El Presidente Ejecutivo de Teads, **Pierre Chappaz**, comenta *“queremos reinventar el video publicitario digital con nuestra tecnología para video oustream, que permite a los medios Premium situar nuestros formatos publicitarios en el corazón de su contenido editorial y ofrecer masivamente inventario publicitario de calidad, que hasta ahora simplemente no existía.”*

Impulsados por la demanda creciente de inventario de calidad para la publicidad en video, **la tecnología de Teads y su plataforma ha sido rápidamente integrada por los principales medios digitales del mundo** como Washington Post US, Reuters US, Forbes US, Slate US, Newsweek US, O Globo BR, Clarin AR, The Financial Times UK, The Telegraph UK, The Guardian UK, Le Monde FR, Le Figaro FR, Die Welt DE, TagesSpiegel DE, Il Sole 24 Ore IT, La Stampa IT, Corriere della Sera IT, Condenast globally, Telegraaf NL, Dagens Nyheter SE, Arab News UAE, Khaleej Times UAE, Vedomosti RU, The Moscow Times RU, China Daily CN, South China Morning Post HK, The Straits Times SG, Times of India IN, Nikkei JP, Asahi JP o Yomiuri Shimbun JP

Bertrand Quesada, CEO de Teads, dice, “habiendo cerrado acuerdos con medios líderes en el mundo, nuestra tecnología pone en el mercado una oferta sin precedentes de espacios de calidad. Como resultado, **Teads es el único en la industria capaz de distribuir campañas de video en entornos de la mayor calidad y a escala global**”.

Teads ha reforzado su equipo directivo con el reciente nombramiento del anterior Vicepresidente de Yahoo! Europa, **Christophe Parcot**, como **Director Ejecutivo**. Su incorporación impulsará la expansión global de la compañía. Parcot se une a un experimentado equipo ejecutivo, que incluye a Pierre Chappaz Executive Chairman, Bertrand Quesada CEO, Loic Soubeyrand CSO, Loic Jaures CTO, Caroline Barbery CFO, Rebecca Mahony CMO y Gilles Moncaubeig VP Technology, Managed Services.

El nuevo grupo Teads es **uno de los líderes globales en la industria del video online**, con más de 300 empleados, operando en 25 oficinas en el mundo y con un volumen de ingresos cercano a \$100m en 2014, lo que supone un incremento superior al 50% frente a 2013.

.....