

Basée à Montpellier, la startup Teads lève 43 millions d'euros et vise l'Asie

Le spécialiste de la publicité en ligne Teads vient de boucler une nouvelle levée de fonds, d'un montant de 43 millions d'euros. La startup montpelliéraine entend booster sa croissance externe et s'implanter sur le marché asiatique.

Fondé en 2011 par [Pierre Chappaz](#), [Bertrand Quesada](#) et [Loic Soubeyrand](#), Teads développe une technologie d'insertion de publicités vidéo dans les articles, qui s'activent lorsque les internautes les survolent. La société montpelliéraine, installée aux États-Unis depuis trois ans, permet ainsi aux éditeurs de contenus de plus de 40 pays (dont TF1, France télévisions, M6, Le Monde, The Guardian, Reuters, Axel Springer, Nikkei, etc.) de monétiser leurs audiences grâce un format publicitaire qui promet plus d'efficacité que les formats plus fréquemment utilisés par les éditeurs.

Après avoir levé 24 millions d'euros en janvier 2015, Teads annonce aujourd'hui avoir bouclé un nouveau tour de table de 43 millions d'euros auprès de BNPP, Bank of China, HSBC, Banque Palatine et de la Banque publique d'investissement. Des fonds qui lui permettront avant tout d'acquérir de nouvelles startups spécialisées dans la publicité, afin d'étendre sa portée mondiale. L'Asie du sud-est et la Chine seront les prochains marchés sur la liste de la jeune pousse, pour l'instant majoritairement présente aux États-Unis.

Teads, aujourd'hui présente dans 20 pays, revendique 130 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015. Selon [Les Échos](#), elle devrait cette année atteindre les 200 millions de chiffre d'affaires.

Teads en quelques chiffres

- Créé en 2011
- Fondateurs : Pierre Chappaz, Bertrand Quesada et Loic Soubeyrand
- Siège : Montpellier