

Avec Altice, Teads choisit de rester sous pavillon français pour 285 millions d'euros

Enfin, ce n'est pas News Corp mais Altice qui met la main sur la startup Teads, numéro 1 mondial sur le marché de la publicité vidéo en ligne. L'opération, bouclée mi-2017, devrait valoriser la startup jusqu'à 285 millions d'euros.

La rumeur courait depuis déjà quelques jours, elle est finalement officialisée ce matin. Le groupe de télécoms Altice vient d'annoncer dans un communiqué de presse être entré en négociations exclusives avec la pépite française Teads, spécialiste de la publicité en ligne. La jeune pousse, fondée par Pierre Chappaz, Bertrand Quesada et Loïc Soubeyrand, a finalement fait son choix, alors même qu'elle était en discussions avancées avec le géant américain News Corp, le groupe de presse de Rupert Murdoch.

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 à un format publicitaire qui promet plus d'efficacité que les formats plus fréquemment utilisés par les éditeurs.

La startup avait levé 24 millions d'euros en janvier 2015, puis 43 millions d'euros à l'été 2016 auprès de BNPP, Bank of China, HSBC, Banque Palatine et de la Banque publique d'investissement, afin d'acquérir de nouvelles startups spécialisées dans la publicité et d'étendre sa portée mondiale, notamment en Asie du sud-est et en Chine.

« Teads, grâce à sa puissance dans le secteur et sa présence mondiale, notamment aux États-Unis et en France, nous permettra d'offrir une proposition de valeur unique pour les marques et les agences d'une part, et pour l'industrie des médias, les programmeurs et les distributeurs d'autre part. C'est cette proposition de valeur - fondée sur les données - qui nous permettra de développer de façon significative notre activité de publicité », se réjouit Michel Combes, CEO d'Altice.

L'opération, qui devrait être conclue mi-2017, valoriserait ainsi Teads *« jusqu'à 285 millions d'euros »*, explique Altice, qui précise également que 75% du prix d'acquisition sera réglé lors de la signature finale. Bertrand Quesada et Pierre Chappaz, cofondateurs de la startup, conservent quant à eux leur place à la tête de Teads, qui revendique à ce jour 1,2 milliard de visiteurs uniques par mois, dont 720 millions sur mobile.