

Le 16 décembre 2021 - 07:00 CEST

### **Targetsport investit sans relâche afin d'accélérer la publicité audio dans le gaming**

Targetsport, filiale du Groupe AudioValley, vient d'annoncer la poursuite de ses investissements dans le secteur des jeux mobiles avec le lancement d'une division spécialisée en 2022. Cette nouvelle entité concentrera ses activités sur la collaboration avec les clients et les partenaires de l'ensemble de l'écosystème. Elle contribuera ainsi à accélérer l'entrée de Targetsport dans cette branche des médias numériques, un secteur en très forte croissance. Selon App Annie, il est même en passe de dépasser les 120 milliards de dollars en 2021.

Alex Ouhadi, CRO de Targetsport, déclare : « Chez Targetsport, nous nous concentrerons sur la publicité audio multidimensionnelle. Les plus grands annonceurs audio cherchent constamment à innover et toucher de nouveaux publics. Le déploiement dans l'environnement de jeu a donc été très bien accueilli. Ils sont impatients d'assister à l'évolution de cette catégorie. »

Tout en soulignant la nécessité de laisser le temps aux deux secteurs de s'adapter, M. Ouhadi se montre très enthousiaste quant à l'avenir de cette évolution. « Cela prendra du temps et notre objectif initial sera de stabiliser l'environnement et de convaincre nos annonceurs traditionnels. Mais nous considérons aussi le gaming et le marché in-app au sens large comme un moyen d'inspirer de nouveaux annonceurs, qui n'avaient pas encore envisagé l'audio comme un canal pour réaliser leurs objectifs. Le média est mûr pour l'innovation. »

La nouvelle division n'a pas encore de nom, mais elle devrait opérer comme une marque filiale au sein de Targetsport. Elle sera dirigée par Adam Pattison, directeur national pour le Royaume-Uni, qui prendra progressivement ses fonctions en 2022.

« Nous expérimentons le mobile gaming depuis 2020, souligne M. Pattison. Depuis, nous avons commencé à travailler avec AudioMob et Odeo et, plus récemment, avec l'équipe d'Aequus. Les résultats de l'année écoulée nous fournissent une base solide pour accélérer notre croissance en 2022. Nos annonceurs actuels sont habitués à une expérience haut de gamme lorsqu'ils travaillent avec nos partenaires éditeurs traditionnels. Notre objectif initial est d'égaler et de développer

cette expérience dans le domaine du gaming. »

La nouvelle division s'attachera dans un premier temps à aider les annonceurs à atteindre de nouveaux publics dans le secteur du gaming et, plus largement, dans le secteur in-app. À plus long terme, elle entend toutefois explorer les pistes dans l'ensemble de la catégorie des jeux et dans le métavers, en particulier la réalité virtuelle et les environnements immersifs. À cette fin, elle travaillera en partenariat avec Kiln, un spécialiste de l'innovation produit, afin d'élaborer et de déployer une stratégie pour l'entreprise.

Ben Williams, fondateur de Kiln : « Targetspot s'est forgé une réputation de pionnier de la publicité audio numérique qui ne craint pas de repousser les limites et d'innover dans de nouveaux domaines. La prochaine itération d'internet est à nos portes, et c'est pour les marques l'occasion rêvée d'expérimenter l'audio dans la formation du métavers. »

### PROCHAIN RENDEZ-VOUS

#### Chiffre d'affaires 2021

27 janvier 2022, avant bourse

### CONTACTS

#### Relations investisseurs

Francis Muyshondt, RI

[investorrelations@audiovalley.com](mailto:investorrelations@audiovalley.com)

#### Relations presse

Laure-Eve Monfort • [press@audiovalley.com](mailto:press@audiovalley.com)