



Communiqué de presse 15/12/14

Le Groupe Sud Ouest étend son partenariat publicitaire avec Google

Un an après avoir été le premier acteur d'information régionale à devenir Régie Locale Google Adwords, GSO étend son partenariat avec Google via la mise en place de l'adserver DoubleClick For Publishers (DFP).

Au total ce ne sont pas moins de 70 sites et applications qui bénéficieront fin janvier 2015 de la technologie DFP. GSO peut ainsi piloter les campagnes de ses annonceurs sur les terminaux mobiles et fixes constituant son offre à partir d'un point de planification unique.

De nouveaux formats sont lancés à cette occasion pour mettre en valeur les campagnes des annonceurs au sein des applications mobiles, tablettes et versions responsive des sites du groupe.

Ce choix va permettre aux régies du Groupe Sud Ouest d'améliorer encore la performance des campagnes de leurs annonceurs et de leur proposer des solutions de communication innovantes intégrant à la fois tous les enjeux de ciblage et de visibilité sur des supports puissants ayant fait la preuve de la richesse de leurs contenus.

Selon Olivier Gerolami, Président du Directoire de GSO : « Le choix de Google DFP est d'abord celui d'une technologie innovante et pérenne dans un environnement publicitaire en profonde mutation. C'est aussi pour GSO le levier d'une transformation majeure de notre offre publicitaire, au service de l'efficacité des campagnes de nos clients. »

Selon Béatrice de Clermont-Tonnerre, Directrice Google Partner Business Solution : « Le groupe GSO incarne le dynamisme stratégique et commercial de la Presse Quotidienne Régionale et sa volonté d'innovation au service de ses annonceurs. »

Le Groupe Sud Ouest a rassemblé au mois d'octobre 2014 : 44,5 M de visites, 210 M de pages vues, et en moyenne 800 000 visiteurs uniques par jour.

Contact Groupe Sud Ouest
Guillaume Vasse
guillaume.vasse@gsoi.fr