

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 18 avril 2019



## Digital Ad Ratings (DAR) s'enrichit d'une mesure de visibilité

**Digital Ad Ratings (DAR), la solution de mesure de l'audience des campagnes publicitaires en ligne de Nielsen commercialisée en France par Médiamétrie//NetRatings, intègre un nouvel indicateur de visibilité des campagnes display et vidéo.**

Cette nouvelle solution **Qualified Ad Audience**, intégrée dans DAR, apporte une compréhension globale des performances des campagnes publicitaires en ligne. Ainsi, les bilans de campagnes DAR peuvent désormais être réalisés en qualifiant l'audience ayant vu la campagne selon les normes IAB/MRC\* grâce à des indicateurs comme la couverture, la répétition sur cible ou encore le taux d'impressions visibles sur cible.

Déjà disponible pour les acteurs du marché publicitaire - annonceurs, agences, régies, plateformes programmatiques...- de l'ensemble des pays où la mesure DAR est déployée, **Qualified Ad Audience** propose notamment :

- Une mesure de la visibilité **sur tous les écrans Internet** : ordinateur et écrans mobiles (smartphone et tablette)
- Une mesure de la visibilité personnalisable avec la possibilité pour chaque souscripteur de déterminer **son propre seuil de visibilité** en complément des normes IAB/MRC\*
- Une mesure des **impressions vidéo visibles pondérées en fonction de la durée d'exposition** à la création publicitaire permettant d'évaluer **l'intensité des contacts**

**« Dans un marché publicitaire en quête de confiance, la visibilité d'une campagne en ligne est un enjeu essentiel car elle conditionne naturellement son efficacité »,** déclare Eglantine Dever, Directrice du Département Advertising Solutions de Médiamétrie//NetRatings.

\* Selon les normes de l'IAB (Interactive Advertising Bureau) et du MRC (Media Rating Council), une impression publicitaire en format display est considérée comme visible dès lors que la publicité servie est vue au moins à 50 % de la surface affichée, pendant au moins une seconde en continu dans la fenêtre du navigateur. Pour un format vidéo, la durée doit être au moins de deux secondes en continu lorsqu'au moins 50% de son contenu est visible.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Digital Ad Ratings (DAR), s'enrichit d'une mesure de visibilité.



## **A propos de Médiamétrie et de Médiamétrie//NetRatings**

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.*

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)*

*Twitter : @Mediametrie*

*Facebook : Médiamétrie*

### **Contact Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*[ilellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediametrie.fr)*