



De l'or pour Médiamétrie et Integral Ad Science aux trophées « Etudes et Innovations 2019 »



Médiamétrie et Integral Ad Science ont reçu conjointement le **Trophée Or** dans la catégorie efficacité de la communication, efficacité de la publicité pour leur étude intitulée « **Visibilité & Durée d'exposition : quelle efficacité publicitaire ?** » lors des **Trophées « Etudes et Innovations 2019 »** organisés par Offremedia et Syntec Conseil Etudes.

Cette étude démontre que la visibilité d'une campagne digitale et l'augmentation de la durée d'exposition amplifient l'efficacité publicitaire. Ainsi, plus un internaute est exposé longtemps à une création publicitaire en ligne, plus des indicateurs tels que la notoriété de la marque, son image, la recommandation ou encore les intentions d'achat vont augmenter.

Cette initiative alliant les savoir-faire de Médiamétrie et d'Integral Ad Science s'appuie sur un dispositif innovant mêlant mesures observées (Digital Ad Ratings et IAS) et déclaratives (post-tests administrés auprès d'individus réellement exposés, et ce selon la durée). L'hybridation de ces données permet pour la première fois de mesurer l'impact de la durée d'exposition des publicités sur l'efficacité des campagnes des annonceurs.

Bertrand Krug, Directeur du département Internet de Médiamétrie déclare : « *nous sommes fiers de remporter ce prix qui récompense les expertises combinées de Médiamétrie et d'IAS, partenaire de longue date. Cette étude particulièrement innovante démontre qu'au-delà de la mesure d'exposition, l'attention est un critère essentiel à l'efficacité des campagnes publicitaires sur internet.* »

Eglantine Dever, Directrice Advertising Solutions Médiamétrie //NetRatings complète : « *cette étude prouve que la visibilité et la durée d'exposition sont des leviers essentiels dans l'établissement des stratégies digitales. Ainsi, dans un marché publicitaire digital qui se complexifie avec l'automatisation des process et la prolifération des datas, il devient essentiel pour les annonceurs de s'assurer de la réelle exposition de leurs communications.* »

Clément Bascoulergue, Head of Strategic Alliances, Southern Europe chez Integral Ad Science, ajoute : « *nous sommes très heureux de remporter ce prix qui récompense une étude qui met en lumière à la fois l'impact de la visibilité mais aussi du temps d'exposition. Cette étude est le fruit d'un partenariat avec Médiamétrie, avec les agences Iprospect, Mediacom et Vizeum ainsi que les annonceurs Citroën, Conforama et Mercure. L'étude prouve pour la 1^{ère} fois l'impact d'une durée d'exposition longue en digital et donne ainsi une nouvelle direction pour optimiser les campagnes publicitaires.* »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



De l'or pour Médiamétrie et Integral Ad Science aux trophées
« Etudes et Innovations 2019 »

A propos de Médiamétrie

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€.

*www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie*

A propos d'Integral Ad Science

Integral Ad Science (IAS) est le leader mondial de l'ad-vérification et propose des technologies capables d'améliorer la qualité de l'environnement publicitaire digital. IAS fournit aux annonceurs et aux éditeurs de sites les données et les technologies leur permettant de protéger leurs investissements et leurs inventaires publicitaires des risques de fraude publicitaire et de brand safety. Avec les solutions IAS, les annonceurs et éditeurs peuvent également optimiser la visibilité et la durée d'exposition de leurs campagnes et inventaires afin de capter l'attention des consommateurs côté annonceurs, et maximiser leurs revenus côté éditeurs. Créé en 2009 avec un siège social à New York, IAS est présent dans 13 pays au travers de 22 bureaux, et en France depuis janvier 2015. IAS fait partie du portefeuille d'investissements de Vista Equity Partners.

Pour en savoir plus, consultez notre site : integralads.com/fr ou Twitter : @integraladsFR

Contacts Presse :

Médiamétrie

*Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
llellouche-filliau@mediametrie.fr*

Integral Ad Science

Agence Yucatan - *Elisa Lesieur*
Tél : 06 63 58 23 02
elesieur@yucatan.fr