

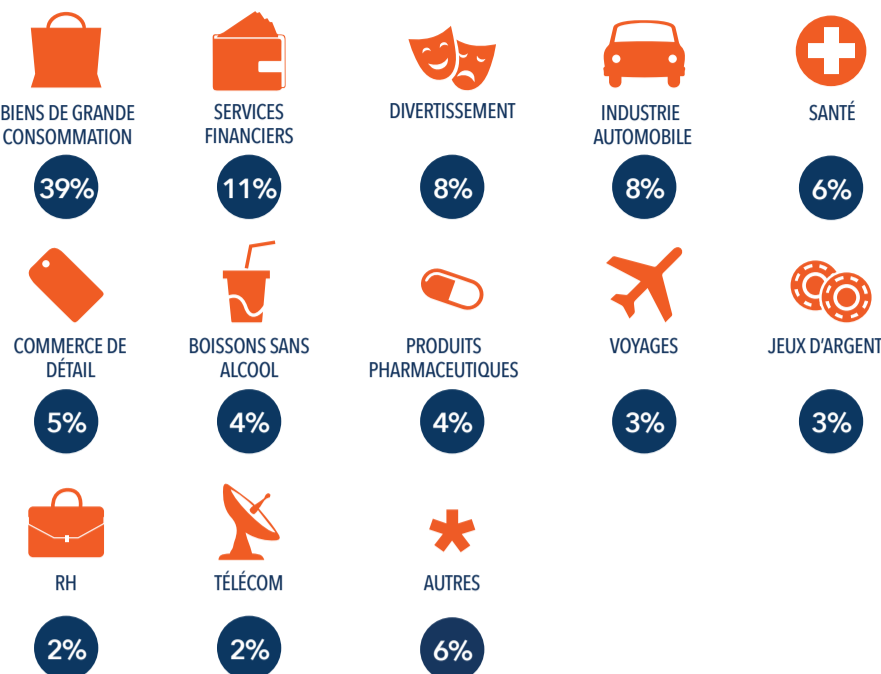
LE MARCHÉ EUROPÉEN DE LA VIDÉO

1ER TRIMESTRE 2014

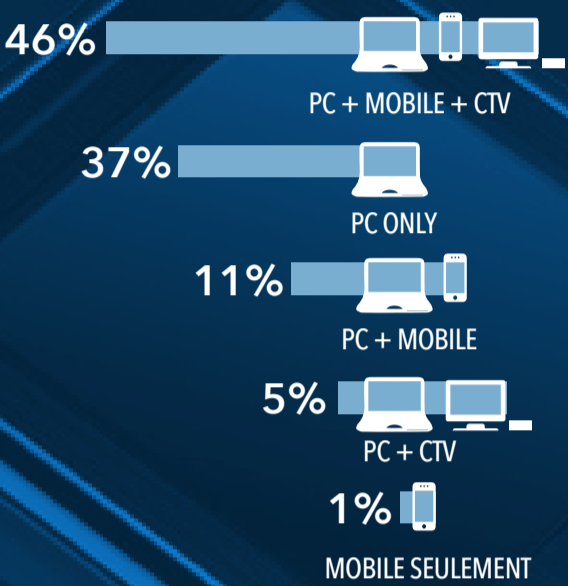
QUI INVESTIT DANS LA PUBLICITÉ VIDÉO?

Les annonceurs FMCG (Biens de Grande Consommation) sont ceux qui ont le plus investi sur la plate-forme Videology au 1er trimestre. Leur part de marché a augmenté de 34% sur la plate-forme en un an. Les services financiers ont aussi augmenté leurs impressions et ont accru leur part de marché de 57% sur un an.

ANNONCEURS PAR CATÉGORIE



ECRANS*

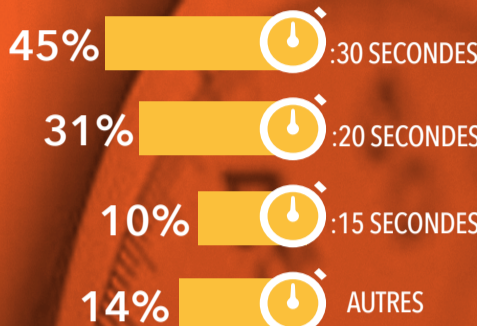


62% des campagnes vidéo ont été multi-supports sur Q1

* Terminaux utilisés par campagnes

DURÉE

TYPE DE FORMATS



Les formats 15 et 25 secondes ont augmenté de **85%** en un an

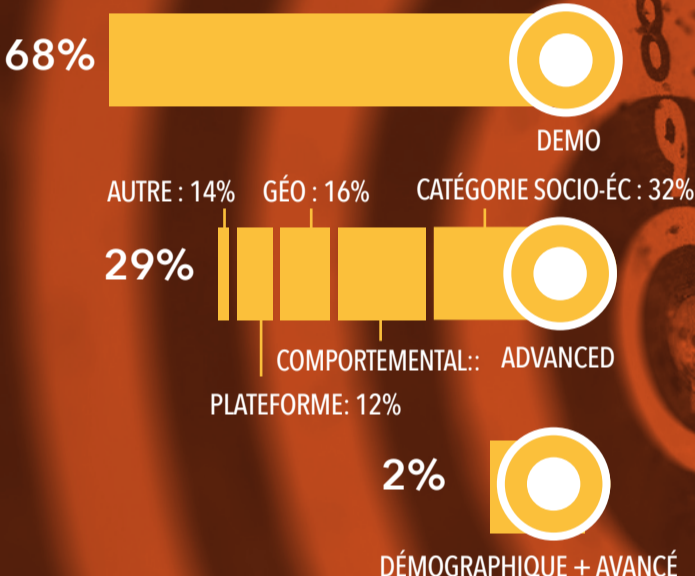
TYPES DE PUBLICITÉS**



La proportion de pubs in-banner video a augmenté de **16%** sur un an

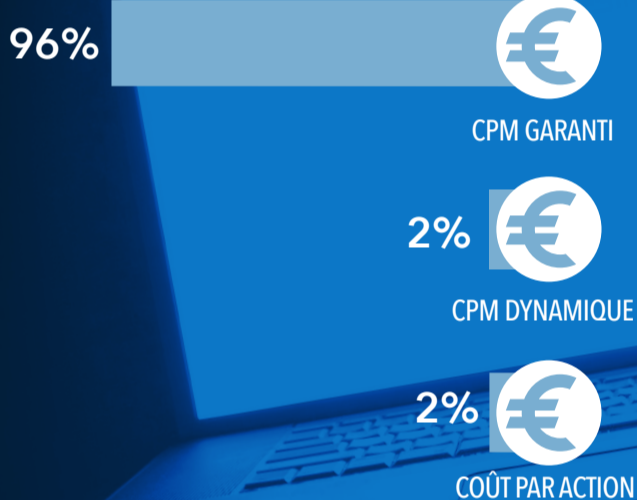
** PC Seulement

TYPE DE CIBLAGE



3X plus de publicités basées sur le ciblage comportemental en un an

MODE D'ACHAT**

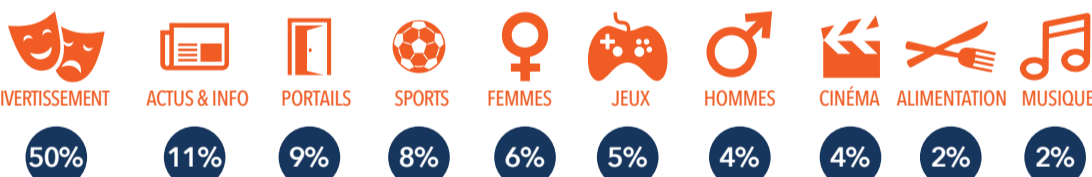


Marché français: La part des modes d'achat dynamiques (RTB et Passback) est passée à 65%

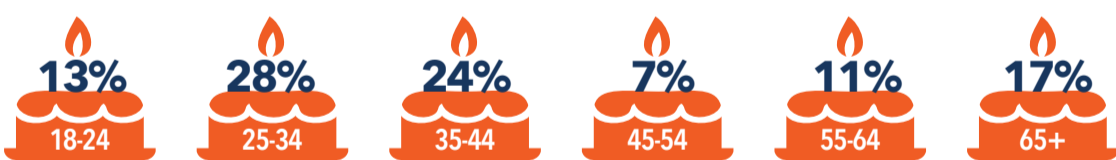
*Mode d'achat par campagne

OÙ LA PUB VIDÉO EST-ELLE INVESTIE?

Les sites "entertainment" ont représenté presque la moitié des investissements publicitaires sur la plate-forme publicitaire Videology sur Q1. La part des sites d'information et d'actualités a quadruplé et c'est la plus forte augmentation.



RÉPARTITION PAR ÂGE

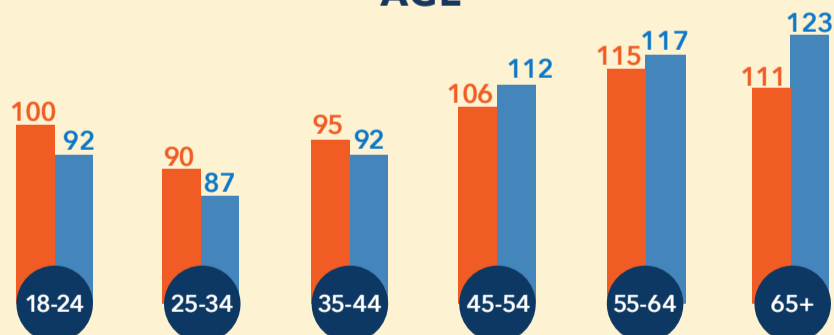


PERFORMANCES EN UN SEUL COUP D'ŒIL

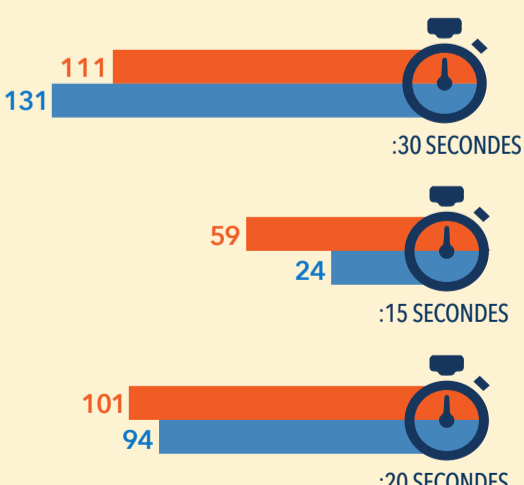
■ VCR (VIDEO COMPLETION RATE)
■ CTR (CLICK THROUGH RATE)

Les graphiques suivants montrent un indice de Taux de Clics et de Video Completion sur trois catégories: âge, durée de l'annonce et Ecran. (Par rapport à la moyenne du VCR et du CTR pour toutes les impressions délivrées)

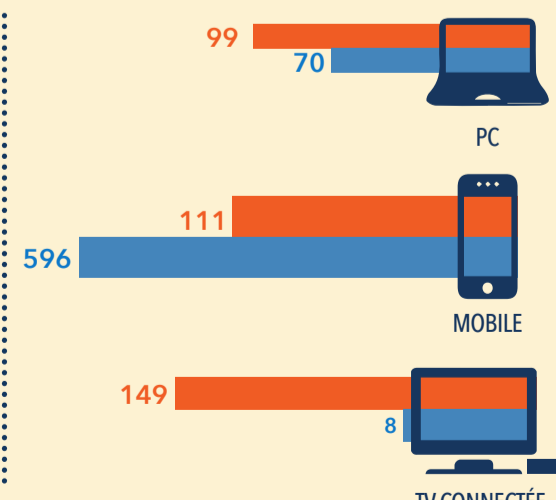
AGE



DURÉE DE LA PUBLICITÉ



ECRAN



Source: 989,583,323 impressions servies sur la plate-forme Videology en Espagne, France, Irlande, Italie, Pays-Bas, UK (Janvier-Mars 2014)

A PROPOS DE VIDEOLOGY

Videology (videologygroup.com) propose sa plateforme technologique aux marques, aux agences medias et aux éditeurs. Sa plateforme vidéo leur permet de planifier, gérer et optimiser des campagnes publicitaires vidéo en s'appuyant sur les caractéristiques et les spécifications propres à la télévision, tout en tirant parti du ciblage avancé, de l'optimisation et de l'efficacité des plateformes digitales.

Videology, Inc., est une société privée, financée par capital-risque, qui compte parmi ses investisseurs Catalyst Investors, Comcast Ventures, NEA, Pinnacle Ventures et Valhalla Partners. Videology, dont le siège se trouve à New York, possède des bureaux à Austin, Baltimore Toronto, Londres, Paris, Madrid, aux Pays-Bas, à Singapour, à Tokyo et à Sydney.