



UN LIVRE BLANC DE L'IAB EUROPE FAIT LE POINT SUR LE SUJET DE LA VISIBILITÉ DES IMPRESSIONS À TRAVERS LES DIVERS MARCHÉS EUROPÉENS

Un livre blanc faisant partie du « Brand Advertising Framework » de l'IAB Europe

Bruxelles, le 11 février 2015 – L'Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe) publie aujourd'hui un livre blanc sur la visibilité des impressions, une étape importante dans sa mission d'accompagnement des annonceurs dans la digitalisation de leurs investissements publicitaires. Ce livre blanc a un objectif pédagogique et pose les bases de futures réflexions à mener avec les IAB locaux, les organismes de mesure et les fournisseurs.

La visibilité est une des métriques qui a évolué le plus rapidement. Cette évolution s'est manifestée différemment en fonction des caractéristiques et des niveaux de développement sur le digital des différents marchés européens.

Un sondage récent sur les métriques et les KPI conduit par l'IAB Europe **(1)** a révélé que 84% des annonceurs affirmaient qu'ils souhaitaient que le marché privilégie les impressions visibles plutôt que servies **(2)**.

Le livre blanc de l'IAB Europe sur la visibilité des impressions rassemble les appréciations des principaux experts **(3)** du sujet pour fournir :

- Une vue d'ensemble du sujet de la visibilité des impressions en Europe
- La position de la visibilité au sein du panel des métriques disponibles
- Les perspectives pour les différentes parties-prenantes au sein de l'écosystème de la publicité digitale
- Les définitions et les termes clés
- Une liste des implications techniques et commerciales pour le trading
- ...

« Alors que les dépenses des annonceurs sur la publicité digitale ont quadruplé depuis que l'IAB Europe a lancé son AdEx Benchmark Report en 2006, nous identifions encore des challenges à relever. La mesure est l'un d'entre eux. » déclare **Karim Attia, Chairman du Brand Advertising Committee de l'IAB Europe et CEO de nugg.ad.** « Ce livre blanc a pour but d'aborder le domaine spécifique de la mesure de la visibilité des impressions et sera suivie de consultations du marché. Au cours de l'année, d'autres initiatives telles que l'IAB Europe Measurement Blueprint et autres sujets plus larges autour de la qualité - dont la livraison et l'environnement - seront développés. »

« Le livre blanc de l'IAB Europe est une étape importante pour améliorer la compréhension de ce qu'est le concept de visibilité des impressions et comment cela intègre l'ensemble du panel de métriques disponibles, » ajoute **Bjorn Kaspring, membre du BVDW (IAB Germany) et Head of Premium Display de Interactive Media** « clarifier les termes et définitions est primordial pour soutenir les investissements des annonceurs sur la publicité digitale ».

Le livre blanc a été lancé officiellement par un webinar présenté par les personnes suivantes : Anant Joshi, Director of International Business, Meetrics ; Tim Jones, Europe Research Manager, Microsoft ; Jon Chase, Chairman Media Agencies Council, EACA ; Steve Chester, Director of Data and industry Programmes, IAB UK ; Endre Somogyi, General Manager, IAB Hungary and Stuart Wilkinson, Head of Industry Relations EMEA, comScore.

Pour donner suite aux enseignements de ce livre blanc, l'IAB Europe est en cours de discussion avec les IAB locaux, les organismes de mesure et les fournisseurs. En 2015, l'IAB Europe étendra également le sujet à la qualité (à la fois sur la livraison et l'environnement).

Contact presse : Alison Fennah – fennah@iabeurope.eu

About IAB Europe

IAB Europe is the voice of digital business and the leading European-level industry association for the digital advertising ecosystem. Its mission is to promote the development of this highly innovative sector by shaping the regulatory environment, investing in research and education, and developing and facilitating the uptake of business standards. Together with its members – companies and national trade associations – IAB Europe represents over 5,500 organisations.

www.iabeurope.eu  @IABEurope  IAB Europe

¹ About the IAB Europe's Metrics and KPIs Survey

The IAB Europe Metrics and KPIs survey is a Europe-wide online survey of over 700 major stakeholders undertaken throughout March and April 2014. The survey was conducted to understand the measurement priorities of the European digital business community of Publishers, Agencies, Brand Advertisers, Ad Networks and Measurement/ Data Suppliers

The online survey gathered the opinion on a range of measurements including Contact Quality, Audience metrics, Metrics by platform, Cross media evaluation, Qualitative measures, User engagement and Effectiveness measures/ROI. The key results of this can be found online here:

<http://www.iabeurope.eu/research-and-papers/iab-europe-reports-priorities-digital-measurement-and-need-c>

² The IAB Europe Brand Advertising Framework

IAB Europe's Brand Advertising Committee aims to provide Brand Advertisers with a reliable and trusted Brand Advertising Framework for the converging digital and traditional media environment. The Framework is composed of a set of initiatives designed to be compatible with global programmes and there are three areas of focus – ad formats, Metrics and KPIs and audience segments and quality.

³ White Paper Contributors

AppNexus, BVDW / IAB Germany, comScore, Danske Medier/ IAB Denmark, EACA, GroupM, IAB Europe, IAB Finland, IAB France, IAB Hungary, IAB Italy, IAB Netherlands, IAB Poland, IAB Spain, IAB Sweden, IAB UK, Infectious Media, Integral Ad Science, Meetrics, Microsoft Advertising, Xaxis

⁴ The annual AdEx Benchmark study is one of the most significant outputs from IAB Europe. The report is a comprehensive perspective of online advertising spend across Europe which is growing ever important in light of the development of digital business, policy formulation, the increasingly pan-regional nature of digital advertising investments and the contextualisation of European markets within a wider global framework. - <http://www.iabeurope.eu/news/adex-benchmark-2013-full-report-published>