

Novembre 2014

HIMEDIA DEVOILE LES RESULTATS DE SON ETUDE SUR L'ACHAT PROGRAMMATIQUE, REALISEE EN PARTENARIAT AVEC APPNEXUS, WARC, ET IAB EUROPE

Paris, le 18 Novembre 2014, 17h40 – HiMedia, leader européen des régies publicitaires digitales, et AppNexus, la première entreprise indépendante de l'ad tech au monde, sont heureux de présenter les résultats de leur étude menée en collaboration avec WARC et IAB Europe :

“Le « Programmatique » : la clé du succès du marketing en temps réel?”

Réalisée entre Avril et Mai 2014 auprès de plus de 660 professionnels à travers l'Europe, cette étude explore pourquoi et comment l'achat programmatique est désormais un levier essentiel au succès des stratégies de marketing des annonceurs.

« *Beaucoup de choses ont été écrites sur ce qu'est l'achat programmatique et sur sa croissance mais jusqu'à aujourd'hui, étonnamment, très peu d'études se sont portées sur les raisons de ce succès et les transformations auxquelles l'industrie fait face actuellement* », annonce Graham Wylie, Senior Director, EMEA & APAC Marketing, AppNexus. « *Cette étude explore pour la première fois l'achat programmatique au sein de l'environnement plus vaste qu'est le real-time marketing et la convergence entre owned, earned et paid-media* ».

Un pari gagnant

Dès 2011, HiMedia signait un partenariat avec Appnexus et pariait sur l'achat programmatique en rendant disponible 100% de son inventaire sur sa place de marché Adexchange.com. Cette position, reçue à l'époque avec scepticisme par certains acteurs du marché, s'avère aujourd'hui plus que payante, puisque **près de neuf sur dix des acteurs en France et au Benelux pensent que l'achat programmatique est l'avenir de la publicité digitale.**

Une avance d'ailleurs marquée dans ces pays puisque **55% des acteurs ont déjà adopté l'achat programmatique, contre seulement 47% en Europe.**

Pour Cyril Zimmermann, Président Directeur Général d'HiMedia, « *Le programmatique n'est plus réservé au marché américain. Force est de constater qu'après avoir appris à*



digital advertising experts



Communiqué de presse

utiliser l'interactivité des annonces display il y a quinze ans, les annonceurs français ont massivement adopté le Search Marketing, le Retargeting Produit, le Social Marketing, et dernièrement les achats en temps réel (RTB). La rapidité avec laquelle les marques ont converti une part significative de leurs budgets vers le RTB montre que les acronymes et les néologismes n'ont freiné personne car le gain d'efficacité pour l'annonceur est une réalité. L'accélération de l'innovation n'est donc pas une illusion produite par nos discours hypnotiques de professionnels des services marketing, c'est une donnée industrielle ! »

Et pour cause, comme déclare David Baranes, responsable pays France et Europe du Sud, AppNexus « *Parce que les consommateurs migrent vers un monde en temps réel, multi-écrans, mobile et toujours connecté, les publicitaires doivent suivre ou risquer de devenir obsolètes. Le marketing programmatique se révèle être le moteur majeur de l'engagement numérique en temps réel ; les analystes prédisent d'ailleurs qu'il représentera jusqu'à 60% de toutes les publicités numériques d'ici 2017.* »

A propos d'AppNexus

AppNexus est une entreprise technologique qui propose des solutions de trading et fait fonctionner les places de marché publicitaires sur Internet. Notre plate-forme programmatique ouverte, unifiée et puissante permet à nos clients d'acheter et de vendre du média plus efficacement pour mieux innover, différencier et transformer leurs activités. Première entreprise indépendante au monde dans le secteur de l'ad tech, AppNexus est dirigée par les pionniers des premiers ad exchanges sur Internet. Basée à New York, AppNexus dispose de dix bureaux dans le monde et emploie des centaines de personnes parmi les plus brillantes du secteur de la publicité et des technologies, convaincues que la publicité est ce qui fait vivre Internet. Pour en savoir plus, suivez-nous sur Twitter (@AppNexus) ou consultez notre site Internet www.AppNexus.com.

À propos de HiMedia

Pionnier du secteur, HiMedia est le leader européen des régies publicitaires digitales. Elle propose à ses clients tous les leviers d'une stratégie on line performante et affinitaire via des dispositifs complets. Elle s'appuie sur ses experts dans quatre domaines de compétences :

- La place de marché display en temps réel, Adexchange.com
- La régie mobile, Mobvious
- La régie vidéo en ligne, Fullscreen
- L'équipe opérations spéciales et brand content, Magic.

HiMedia est une société de HiMedia Group, lequel accompagne ses clients dans l'optimisation de leurs stratégies digitales, en opérant dans deux secteurs d'activités, la publicité digitale – HiMedia – et le paiement en ligne – HiPay. Le Groupe compte aujourd'hui 420 personnes dans le monde, et a réalisé un chiffre d'affaires de 185 millions d'euros en 2013.

HiMedia Group est coté sur le compartiment C de Euronext Paris et fait partie des indices CAC Small, CAC All-Tradable et CAC PME.

Code ISIN: FR 0000075988 / Mnémo: HIM.

Plus d'informations sur : <http://www.himedialogroup.com/himedia>

Facebook : www.facebook.com/HiMediaGroupFrance



digital advertising experts



Communiqué de presse

Suivez-nous sur Twitter : @himedia

LinkedIn : www.linkedin.com/company/himediagroup

Prochaine communication financière : Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2014, le 29 janvier 2015 après bourse.

Contacts Presse :

HiMedia

Vanessa TOUBOUL

01 73 03 89 12 / vtouboul@hi-media.com

AppNexus

Havas Worldwide Paris

Marion GAUCI

01 58 47 80 18 / marion.gauci@havasww.com

Ce communiqué ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat de titres Hi-Media.

Si vous souhaitez obtenir des informations plus complètes sur HiMedia Group, nous vous invitons à vous reporter à notre site Internet www.himediagroup.com, rubrique Investisseurs.

Ce communiqué peut contenir certaines déclarations de nature prévisionnelle. Bien que HiMedia Group estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables à la date de publication du présent communiqué, elles sont par nature soumises à des risques et incertitudes pouvant donner lieu à un écart entre les chiffres réels et ceux indiqués ou induits dans ces déclarations. HiMedia Group opère dans un secteur des plus évolutifs au sein duquel de nouveaux facteurs de risques peuvent émerger. HiMedia Group ne prend en aucune manière l'obligation d'actualiser ces déclarations de nature prévisionnelle en fonction de nouvelles informations, évènements ou autres circonstances.