

#3 | JUILLET - AOÛT - SEPTEMBRE - 2016

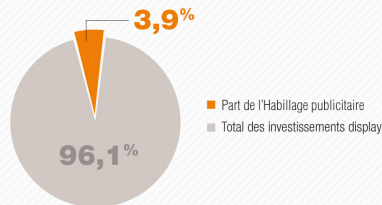
# BAROMETRE DE L'HABILLAGE PUBLICITAIRE DIGITAL

01

## INVESTISSEMENTS

AU TROISIÈME TRIMESTRE, L'HABILLAGE REPRÉSENTE **3.9%** DES INVESTISSEMENTS DISPLAY ET **1%** DU VOLUME D'IMPRESSIONS

De plus en plus utilisé dans les plans médias, l'habillage est donc également un format qui permet aux éditeurs de valoriser efficacement leurs **inventaires**.



02

## ZOOM ANNONCEURS

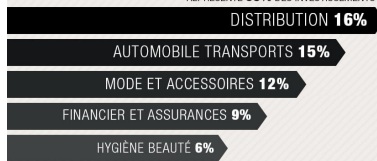
**8.9%** D'ANNONCEURS SUPPLÉMENTAIRES ONT INVESTI DANS DES CAMPAGNES HABILLAGES PAR RAPPORT À 2015



L'habillage, format premium et très impactant reste très concentré sur le top Annonceurs



TOP **5** DES SECTEURS  
REPRÉSENTE **58%** DES INVESTISSEMENTS



Les secteurs de la Distribution, de la Mode et de la Beauté profitent d'un important effet saisonnier avec la période des soldes estivales et la rentrée des classes.

À noter que malgré cette période estivale, le secteur Voyage-Tourisme est pour la 1<sup>re</sup> fois absent du Top 5.

03

## ZOOM CREATIF AVEC AdScope

NOMBRE DE CRÉATIONS UTILISÉES POUR DIFFUSER DES CAMPAGNES D'HABILLAGES

Cette évolution peut être expliquée par une plus grande durée des campagnes d'habillage, notamment celles accompagnant toute la durée des grands événements sportifs de l'été (Jeux Olympiques et Euro 2016).

