

## Une étude de Lumen UK révèle que les formats in-feed d'Invibes captent mieux l'attention des utilisateurs que les formats standards

- « Invibes attire l'attention des consommateurs en leur offrant des expériences publicitaires qui les intéressent réellement, tout en valorisant un journalisme fiable et sérieux » - Caroline Lidington, Managing Director Royaume-Uni, Invibes Advertising

**Paris, 25 Mai 2022 - Invibes Advertising, société technologique internationale spécialisée dans la publicité in-feed, s'est associée à l'entreprise Lumen, leader de l'attention, pour tester l'efficacité des formats proposés par Invibes sur le marché britannique.**

Ces dernières années, l'évolution des médias numériques a servi de catalyseur à un regain d'innovation dans le secteur de la publicité. Mais cette évolution ne s'est pas faite sans obstacles et a même entraîné de nombreuses spéculations autour de la manière la plus optimale de mesurer et d'évaluer l'efficacité réelle du marketing sur les consommateurs. Au cœur de ce débat se situe la question de l'importance et des bénéfices possibles de l'attention comme indicateur privilégié d'efficacité.

En tant qu'acteur pionnier de l'écosystème publicitaire, Invibes innove et transforme continuellement la manière dont les consommateurs interagissent avec les marques grâce à des formats in-feed créatifs. Aux côtés de Lumen, leader en matière d'attention, Invibes a cherché à mettre en évidence les raisons pour lesquelles ses formats in-feed offraient aux marques une solution plus intéressante et attractive que les formats classiques.

Pour évaluer les performances de ses formats in-feed en termes d'attention par rapport à l'affichage traditionnel, Invibes a chargé Lumen de réaliser une étude auprès d'un échantillon national représentatif de 600 adultes vivant au Royaume-Uni. Les personnes interrogées ont été exposées à un environnement numérique en situation réelle qui leur permettait de faire défiler des pages, de visualiser des publicités et de cliquer directement sur celles-ci. Grâce à un détecteur oculaire placé sur l'ordinateur ou le téléphone portable consulté, leurs comportements et leur attention ont ainsi pu être observés.

Les résultats de l'étude ont confirmé un taux de visualisation de 100 % pour tous les formats publicitaires Invibes (soit 19 % de mieux que la norme comparative Lumen). Une performance qui révèle que les formats Invibes ont davantage capté l'attention des personnes interrogées que les autres publicités. Ce résultat a été particulièrement probant avec les formats in-feed interactifs d'Invibes, qui étaient deux fois plus

susceptibles de convertir une attention en visionnage par rapport à l’affichage classique, tant sur mobile que sur ordinateur.

Le format le plus performant a été le format *Invibes Reveal* qui a doublé le nombre de secondes d’attention par rapport aux formats publicitaires classiques et dont les performances ont aussi dépassé le format équivalent statique de Facebook.

Les résultats de l’étude mettent en évidence le poids de l’attention sur la capacité des utilisateurs à se remémorer la marque. Invibes encourage l’interaction avec la publicité in-feed ce qui favorise un temps d’attention plus long que les formats publicitaires standards. Encore une fois, le format *Invibes Reveal* s’est avéré être le plus efficace pour imprégner dans l’esprit des utilisateurs la marque qu’ils venaient de voir en publicité.

Cette enquête reflète l’efficacité et le dynamisme des formats Invibes par rapport aux formats habituels. Ces résultats sont particulièrement pertinents dans le contexte actuel où les préoccupations se concentrent sur le degré de visionnement attentif. Afin de poursuivre les recherches autour de cet indicateur important, Invibes a collaboré avec Lumen pour créer une balise sur-mesure (LAMP) qui évaluera efficacement le degré d’attention des formats in-feed, fournissant ainsi aux marques une analyse de leurs performances de campagne qualitative et inégalée jusqu’alors. Cette balise ne fera que renforcer la place de choix d’Invibes en tant que partenaire publicitaire pour accroître l’engagement et l’attention des utilisateurs visés par les annonceurs.

« L’étude Lumen confirme la capacité des formats Invibes à capter fortement l’attention des utilisateurs. Ces résultats sont la preuve que notre offre basée sur des produits innovants, une technologie de ciblage propriétaire et une data qualifiée permet d’obtenir des résultats d’engagement qui dépassent les standards de la publicité digitale »

- **Sami Battikh, Country Director France & Benelux, Invibes Advertising.**

Vous souhaitez en savoir plus sur *Invibes Reveal* ou explorer la vaste bibliothèque d’Invibes composée de plus de 60 formats publicitaires interactifs ? [Contactez-nous !](#)

## **A propos d’Invibes Advertising**

Invibes Advertising est une société de technologie avancée, spécialisée dans la publicité digitale. Ses solutions innovantes s’appuient sur un format in-feed, intégré dans les contenus médiatiques.

Invibes s’inspire de la publicité sur les réseaux sociaux, et développe sa propre technologie pour aider les marques à mieux communiquer avec les consommateurs. Sa technologie est optimisée pour une diffusion sur un réseau fermé de groupes médias, incluant : Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer, et beaucoup d’autres. Les clients incluent de grandes marques telles que Mercedes, Samsung, Levis, et IBM.

Fondée en 2011, Invibes Advertising est une société cotée sur Euronext Stock Exchange (Ticker : ALINV – ISIN : BE0974299316). Visitez [www.invibes.com](http://www.invibes.com) pour plus d’informations.

**Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :**

<https://www.invibes.com/fr/fr/investors.html>

**Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :**

**LinkedIn** @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes\_adv

**Contacts Relations Publiques :**

**Invibes Advertising**

Sami Battikh

Country Director France & Benelux

sami.battikh@invibes.com

+33 6 09 17 46 98

**Group Investor Relations**

Audrey Mela

VP Investor Relations

audrey.mela@invibes.com