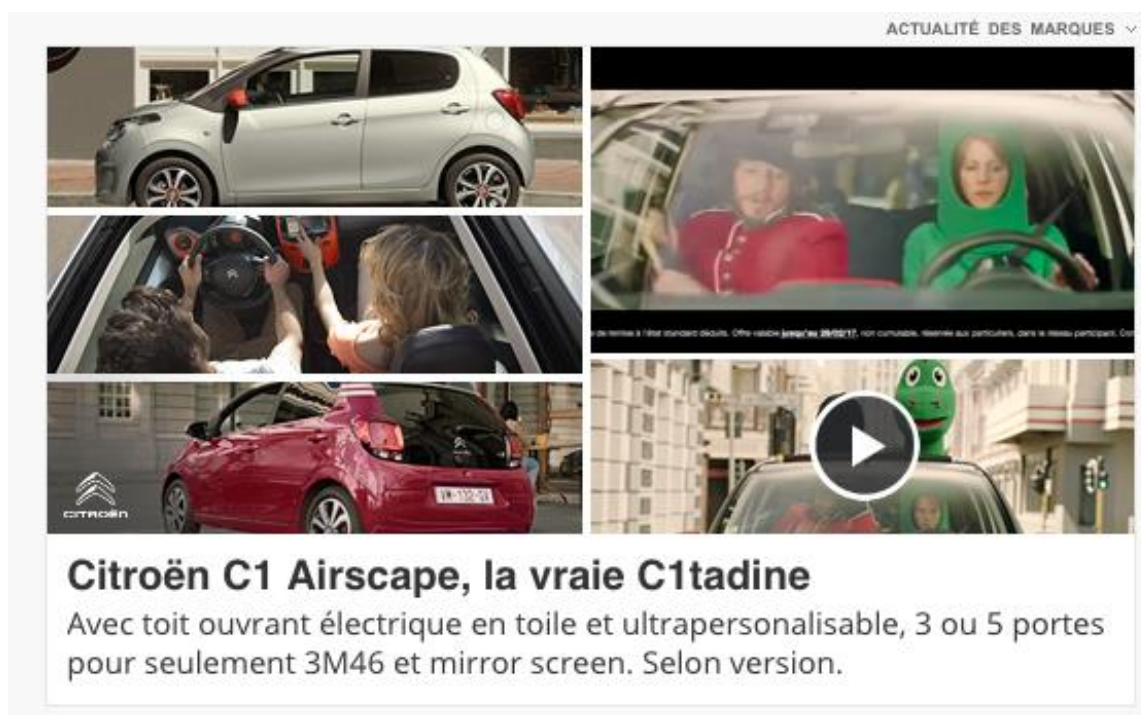


INVIBES REVOLUTIONNE LE MARCHÉ DE LA VIDEO AVEC SON PRODUIT INVIBES PLAY

Paris, le 28 mars 2017 - **INVIBES ADVERTISING**, AdTech spécialisée dans la publicité digitale intégrée dans les contenus éditoriaux (*In-feed*), annonce le lancement de son nouveau format vidéo *Invibes Play*. Ce format novateur a été conçu pour apporter une expérience plus qualitative aux internautes et une meilleure mise en avant des messages des annonceurs. Les premières campagnes ont démarré dès janvier, avec de premiers retours très positifs, tant en termes qualitatifs que financiers. Havas Media a proposé d'inaugurer ce format innovant à son client Citroën pour créer de l'attractivité autour du modèle C1.



ACTUALITÉ DES MARQUES ▾

Citroën C1 Airscape, la vraie C1tadine
Avec toit ouvrant électrique en toile et ultrapersonnalisable, 3 ou 5 portes pour seulement 3M46 et mirror screen. Selon version.

Pour Havas Media et son client Citroën, le choix de tester cette nouvelle solution découle de ses atouts évidents en termes de visibilité.

Séduit par ce nouveau format, Philippe Boutron, Head of Media de CITROËN & DS France affirme : « Nous avons lancé une campagne vidéo avec *Invibes Play* car ce dispositif met en avant notre marque et notre offre dès l'affichage initial de la publicité. Je suis très satisfait quant à la capacité de ce format à capter l'attention des internautes tout en étant moins intrusif que les solutions existantes. »

En effet, le principal avantage d'*Invibes Play* consiste à pouvoir montrer le packshot dès la première seconde, et donc d'identifier la marque et son offre sans attendre le milieu ou la fin du film publicitaire. Cet avantage est une véritable révolution quand on sait qu'une très faible minorité des internautes

regarde les vidéos publicitaires jusqu'au bout (en général, les internautes cliquent sur la croix ou scrollent simplement pour ne plus avoir la vidéo à l'écran).

Autres avantages, *Invibes Play* permet d'intégrer tous les types de vidéos et quel que soit le format : vertical, carré ou horizontal. Le message publicitaire est éditorialisé, avec un titre et une description, un atout majeur notamment pour les vidéos en auto-play puisque celles-ci démarrent toutes par défaut avec le son en mode OFF.

Nicolas POLLET, CEO et co-fondateur d'Invibes Advertising, déclare : « *Sur un marché de la vidéo en ligne, estimé à plusieurs centaines de millions d'euros en France, Invibes Play devrait connaître un succès majeur car il s'agit d'un format vidéo qui apporte une expérience positive pour l'internaute, et valorise ainsi l'image de l'annonceur et celle du site média.* »

Prochain rendez-vous : Publication des résultats annuels, la semaine du 12 avril 2017

A propos d'INVIBES ADVERTISING

Créé en 2011, INVIBES ADVERTISING est une *adtech* spécialisée dans la publicité digitale. Elle a développé une solution publicitaire qui s'appuie sur un format In-feed (intégrée dans les contenus média) inspiré des réseaux sociaux et optimisé pour une diffusion sur un réseau fermé de sites média (CCM Benchmark, Lagardère, Le Monde, Team Media et Prisma). Ses clients sont de grandes marques (Carrefour, Danone, Groupe Mulliez, PSA, SBB, SNCF, Swissquote et Volkswagen). INVIBES ADVERTISING dispose du Pass French Tech 2016 et a pour ambition de maintenir une croissance forte.

INVIBES ADVERTISING est coté sur le Marché Libre d'Euronext Paris (Mnémonique : MLINV – ISIN : BE0974299316)

Plus d'informations sur www.invibes.com - www.invibes.ch

Suivez en direct les dernières actualités d'INVIBES ADVERTISING sur Twitter : [@Invibes_Ads_FR](https://twitter.com/Invibes_Ads_FR)

Contacts

INVIBES ADVERTISING

Nicolas POLLET
CEO
nicolas.pollet@invibes.com
+33 1 84 17 62 82

ACTUS finance & communication

Natacha MORANDI
Relations Investisseurs
nmorandi@actus.fr
+33 1 53 67 36 94

Vivien FERRAN
Relations Presse
vferran@actus.fr
+33 1 53 67 36 34