



## 366, MEDIA FIGARO et Prisma Media Solutions créent « Video Impact for Brands », une alliance sur le marché de la vidéo online

**Les 3 régies se sont associées pour proposer une offre commune  
qui valorise les performances des vidéos.**

**Q**uel est l'impact du contexte de diffusion des vidéos publicitaires ? Telle est la question à laquelle 366, MEDIA FIGARO et Prisma Media Solutions, les 3 acteurs majeurs de la vidéo en ligne (16 millions de visiteurs uniques dédupliés chaque jour, selon Médiamétrie//NetRatings Internet Global) ont souhaité apporter des réponses.

L'étude « Video Impact by Publishers », menée avec l'institut iligo, a mesuré en conditions réelles les différences d'expérience et d'efficacité publicitaire entre vidéos diffusées sur les plateformes UGC (Users Generated Content) et celles diffusées sur les sites publishers.

Parmi les principaux enseignements : la confirmation que le contexte renforce la confiance et la perception d'une pression publicitaire mieux maîtrisée. Un environnement favorable qui se traduit par un supplément d'efficacité publicitaire : les publicités vidéo diffusées sur les sites publishers recueillent des taux de mémorisation et d'incitation nettement supérieurs aux mêmes publicités diffusées sur les plateformes UGC :

- +16 points** de souvenir assisté ;
- +9 points** de reconnaissance après réexposition ;
- +6 points** sur l'incitation.

### Découvrez les résultats de l'étude et l'offre vidéo

366, MEDIA FIGARO et Prisma Media Solutions ont organisé mardi 30 novembre un webinar dédié à leur initiative commune

[Cliquez ici pour revoir le webinar](#)

# VIDEO IMPACT FOR BRANDS

**Pour capitaliser sur ces atouts**, les 3 régies lancent l'offre « Video Impact for Brands ».

Cette offre conjointe répond à tous les objectifs de campagne des annonceurs en leur apportant à la fois des garanties et un servicing.

### GARANTIES

- **Puissance** : 1 milliard d'impressions par mois disponibles dans les 3 inventaires ;
- **Qualité du contexte** : un cadre de diffusion de 80 sites premium dans des environnements maîtrisés ;
- **Attention** : plus de 80 % de complétion et plus de 80 % de visibilité, avec un format unique, le pré-roll de 15 secondes.

### SERVICING

- **Preuve d'efficacité** : avec un bilan Kantar qui mesure la notoriété, le souvenir, l'opinion générale, les indicateurs de marque et de considération ;
- **simplicité** : activation en gré à gré ou en programmatique via curated deal (via Xandr), **un seul interlocuteur et un seul tarif.**

<https://www.videoimpactforbrands.fr>

# VIDEO IMPACT

## FOR BRANDS



**Stéphane DELAPORTE**,  
Directeur général de 366 :  
« **Cette alliance inédite en Europe entre les principaux publishers sur la vidéo va permettre au marché d'identifier et d'utiliser une offre puissante, mais aussi responsable, puisqu'elle contribue à valoriser et monétiser des entreprises qui financent le journalisme.** »



**Aurore DOMONT**,  
Présidente de MEDIA FIGARO :  
« **L'étude menée par iligo a démontré la force des contextes publishers et sa traduction en termes d'efficacité publicitaire. Au-delà de cette étude conjointe, il était de notre responsabilité de permettre au marché d'accéder à ces contextes de qualité, de confiance et de puissance via une offre unique et simplifiée.** »



**Philipp SCHMIDT**,  
Directeur exécutif  
de Prisma Media Solutions :  
« **Face aux plateformes internationales sans brand safety, nous sommes fiers de pouvoir apporter une réponse française très compétitive, tant en terme de puissance que de pertinence, avec des environnements maîtrisés et sur-mesure.** »

**366**  
#COMMUNITIES

**À propos de 366** / 366 est la régie publicitaire de la Presse Quotidienne Régionale depuis 2015. L'ensemble des éditeurs de PQR en sont actionnaires. La régie propose une offre médias, pour le compte du marché publicitaire national, permettant de toucher chaque jour 20 millions de personnes et chaque mois 43 millions de personnes issues du Print, (55 quotidiens) et du Digital (48 sites et apps), mais aussi des télévisions locales (18 chaînes) soit 81 % de la population française de +15 ans. 366 diffuse via ses marques des contenus de proximité exclusifs générés chaque jour par 5 800 journalistes et JRI et plus de 25 000 correspondants locaux.

[366.fr](http://366.fr)

**MED/A  
F/GARO**

**À propos de MEDIA FIGARO** / Régie publicitaire du Groupe Figaro, MEDIA FIGARO assure la commercialisation de l'ensemble des marques du Groupe : Le Figaro, Le Figaro Magazine, Madame Figaro, TV Magazine, Le Particulier, L'Internaute, Le Journal des Femmes, le JDN, CCM, La Chaîne Météo.... Ces contenus sont lus, vus ou écoutés par plus de 41,7 millions de lecteurs chaque mois, soit 8 Français sur 10.

[media.figaro.fr](http://media.figaro.fr)

**PM** PRISMA MEDIA SOLUTIONS

**À propos de PRISMA MEDIA SOLUTIONS** / Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, c'est 25 marques leaders présentes sur plus de 100 supports (presse, web, mobile, audio, event...). N°1 des groupes de presse magazine, nos marques média (Femme Actuelle, Gala, Capital, GEO, Voici, Télé-loisirs...) sont référentes sur de nombreux centres d'intérêts (mode, beauté, entertainment, environnement, voyage, cuisine, économie...) et touchent 41 millions de lecteurs/internautes (ACPM One Next Global 2021 V4 chaque mois).

[prismamediasolutions.com](http://prismamediasolutions.com)