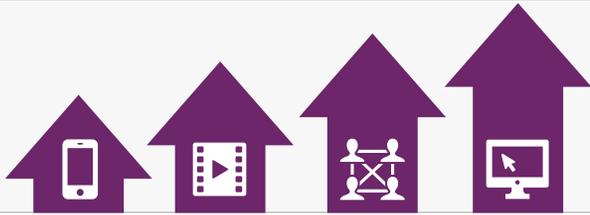


Indice d'intelligence publicitaire de Turn | Février 2014

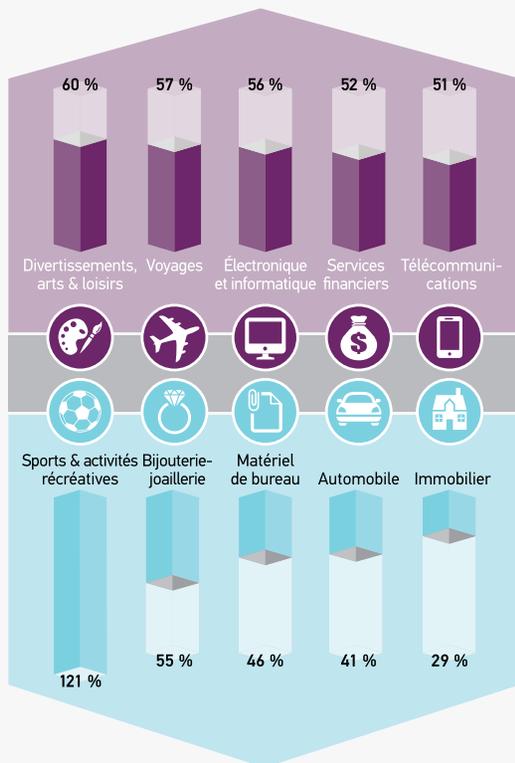
La course programmatique mondiale devient une réalité



Positionnement concurrentiel des canaux mondiaux

Tous les canaux sont devenus plus concurrentiels au cours de l'année. Leur classement par ordre décroissant de concurrentialité est le suivant : affichages, réseaux sociaux, vidéos et appareils mobiles.

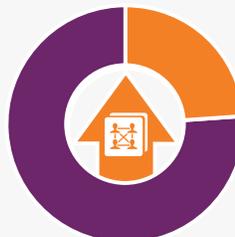
Les 10 principaux secteurs industriels ayant montré la plus forte augmentation ou diminution de concurrentialité sur la période janvier 2013-janvier 2014*



Impact économique sur les eCPM

Pour tous les canaux, sauf les appareils mobiles, cette concurrence accrue a entraîné un renchérissement des eCPM entre janvier 2013 et janvier 2014. Dans le cas des appareils mobiles, bien que la pression concurrentielle se soit accentuée au cours de l'année, l'accroissement de l'offre semble avoir contré la hausse des prix.

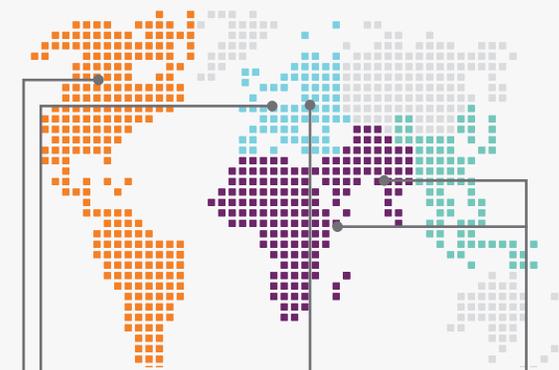
Réseaux sociaux +24 % **Affichage +19 %**



Vidéo +4 % **Appareils mobiles -40 %**



Focus par région



Les marchés programmatiques matures (Amérique, Europe) sont plus concurrentiels que les marchés émergents (Asie, Afrique et Moyen-Orient).

Contrairement à la tendance mondiale, le marché mobile en Europe est plus concurrentiel que le marché vidéo.

Contrairement à la tendance mondiale, où l'affichage est plus concurrentiel que les réseaux sociaux, les valeurs de l'Indice d'intelligence indiquent le contraire pour l'Afrique et le Moyen-Orient, bien que les valeurs soient très proches.

Mise en application de modèles économiques sur les marchés en temps réel

*L'indice d'intelligence publicitaire de Turn (TAII, pour Turn Advertising Intelligence Index) est basé sur l'indice de Herfindahl (http://en.wikipedia.org/wiki/Herfindahl_index) qui est communément utilisé à travers le monde pour mesurer la concurrentialité d'un marché. Le TAII remplace les parts de marché par les parts de voix des annonceurs : TAII = somme (part de voix² pour l'annonceur i). Les valeurs de l'Indice s'échelonnent de 0 à 10 000, une valeur faible indiquant une concurrence élevée.

© 2014 Turn Inc. Tous droits réservés. Turn et le logo Turn sont des marques commerciales déposées de Turn Inc. Toutes les autres marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Tous les services sont susceptibles de modification ou d'interruption sans préavis. Ce document revêt un caractère général et ne prétend pas fournir un rapport exhaustif. Turn ne donne aucune garantie concernant l'exactitude ou l'exhaustivité du contenu de ce document et Turn décline expressément toute responsabilité pour les éventuelles erreurs, omissions ou inexactitudes susceptibles de figurer dans ce document. Février 2014.

TURN