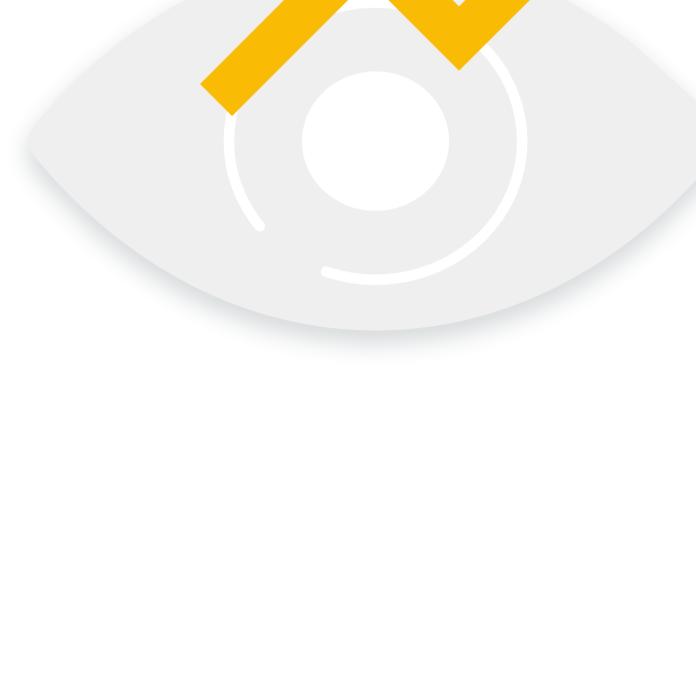


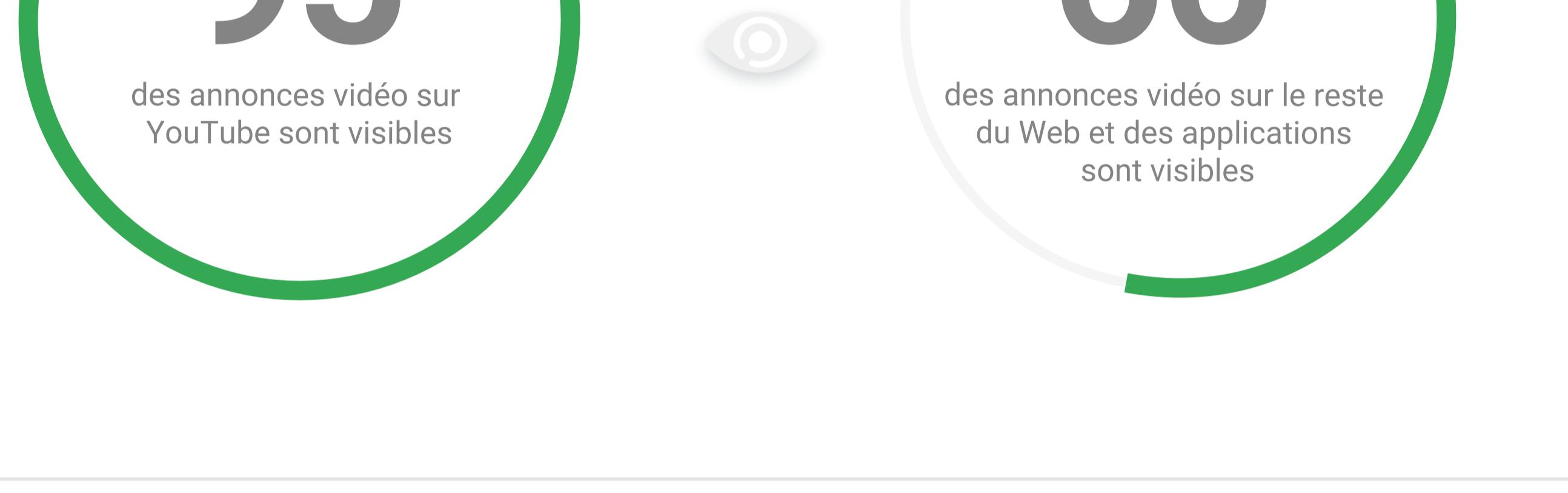
# Visibilité des annonces vidéo : état des lieux en 2017



Pour qu'une annonce vidéo ait un impact, il faut qu'elle soit diffusée, mais aussi qu'elle soit vue.

## Visibilité des annonces vidéo

En matière de visibilité des annonces, YouTube demeure le leader du secteur. Dans notre analyse de 2017, nous avons constaté que la visibilité moyenne des annonces YouTube avait globalement augmenté, mais qu'elle restait stable pour le reste du Web et des applications.



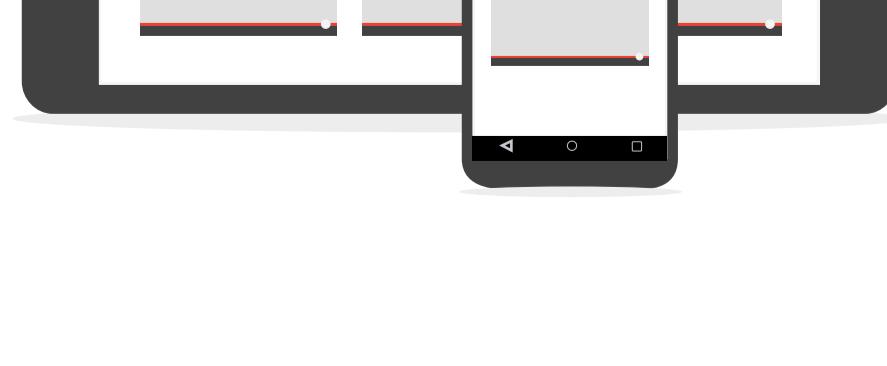
## Taux de visibilité 2017 dans la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique)



En 2017, les taux de visibilité sur YouTube sont restés à un niveau élevé dans la région EMEA, mais ils ont fortement varié selon les pays pour le reste du Web et des applications.

Europe, Moyen-Orient et Afrique	Reste du Web et des applications	YouTube
	2017	2017
Danemark	71 %	95 %
France	59 %	94 %
Allemagne	64 %	95 %
Grande-Bretagne	61 %	95 %
Israël	71 %	95 %
Italie	72 %	94 %
Pays-Bas	76 %	94 %
Pologne	61 %	94 %
Russie	60 %	95 %
Arabie saoudite	82 %	95 %
Afrique du Sud	59 %	94 %
Espagne	70 %	94 %
Turquie	77 %	95 %
Ukraine	64 %	95 %
Émirats arabes unis	69 %	95 %

## YouTube offre toujours la meilleure visibilité sur les mobiles et les tablettes



Mobiles	Reste du Web et des applications	YouTube
	72 %	96 %
Ordinateurs	63 %	90 %
Tablettes	77 %	95 %

Source : données issues des plates-formes publicitaires Google et DoubleClick (mai 2017)