



Impact du format **Short Story** sur l'efficacité Pub



Edito

Dans un univers qui lui est peu favorable car trop souvent associée à une dégradation de l'UX, la publicité online se réinvente et se veut plus **visible** et plus **qualitative**, tant en termes de contenu que de format.

Le format **short-story** de FranceTV publicité est la fusion du format vidéo **short-roll** (pub vidéo de 6 scds en dernière position pré-roll) combiné à une **publicité en format long** (20 scds en moyenne) en 1^{ère} position mid-roll.

Ainsi, France Télévisions a souhaité mesurer l'efficacité du format **Short Story** sur les différents KPI publicitaires afin d'identifier ses forces et faiblesses, en plus de comprendre si ce format peut offrir une expérience de visionnage plus agréable aux **utilisateurs** de sa plateforme.

Fiche méthodologique

Objectif

Identifier les atouts et impacts du format short-roll lorsque celui-ci est suivi d'un mid-roll de répétition en 1^{ère} position d'écran mid-roll.

Méthodologie

Questionnaire CAWI : 1200 répondants représentatifs de la population internautes française et âgés de 18 à 49 ans
50% Desktop 50% Mobile

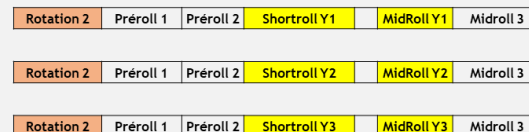
Questionnaire QUALI : sur IPTV, 12 entretiens d1h30

Cadre de l'étude

Short roll seul en pré-roll



Short-story Short roll en pré-roll + mid-roll long



Résultats du Short-Story :



RECONNAISSANCE
(émergence)

82%



+11% vs short-roll
seul



ATTRIBUTION

(% des exposés se souvenant avoir vu la pub et qui l'attribuent correctement)

60%



+30% vs short-roll
seul

La short-story best format sur l'émergence

La short-story est le meilleur format sur l'émergence et l'attribution à la marque, dû notamment à la répétition publicitaire.

Perception du Short-story :

8

répondants sur 10 jugent la short-story comme étant une bonne idée.



PUB INNOVANTE

68%



QUI ATTIRE
L'ATTENTION

76%



Impact des formats :

- La short-story est considérée comme format le plus innovant et suscite un fort intérêt des vidéonautes.
- Sur IPTV, l'existence d'un lien entre les pubs peut améliorer considérablement l'expérience de visionnage.
- Dispositifs imaginés par les répondants :
 - « Feuilletton/série pub répartis le long d'un programme ».
 - « Enchaînement de mini-épisodes dans une logique narrative ».