



**GAMNED!**  
ADVERTISING IS PROGRAMMATIC

Communiqué de presse

## **Gamned! publie le bilan de son Quiz CULTURE G! visant à tester les connaissances en publicité digitale de son écosystème**

**Résultat : une moyenne globale de 11,7/20 qui illustre le besoin prégnant d'évangélisation du marché sur les questions liées au programmatique**

**À Paris, le 23 novembre 2021** – Spécialiste de la publicité digitale programmatique, Gamned! entend – depuis sa création en 2009 – participer activement à l'évangélisation de son savoir-faire. Pour cela, l'entreprise – outre la création de la toute première formation certifiante du secteur : la « Programmatic Academy by Gamned! » – propose régulièrement des contenus ludiques et apprenants à sa communauté. Dans ce cadre, Gamned! publie ce jour les résultats de la 3<sup>ème</sup> édition de son Quiz CULTURE G!<sup>1</sup> visant à rendre compte du niveau de maturité du marché en matière de publicité digitale. De quoi offrir une cartographie globale de la compréhension actuelle du sujet programmatique.



Objet de toutes les attentions, la publicité digitale programmatique reste pourtant un sujet de grandes approximations et d'interrogations pour de nombreux acteurs de l'univers adtech et digital. Fort de ce constat, Gamned! souhaitait ainsi, via son Quiz CULTURE G!, vérifier les acquis et le niveau de connaissance de ses clients, prospects et partenaires, mais aussi des autres annonceurs, agences, éditeurs, qu'ils soient débutants ou confirmés. Plus de 600 professionnels de la publicité ont ainsi été interrogés, ce à travers 20 questions touchant à l'ensemble des thématiques phares ayant fait bouger le marché ces derniers mois : évolutions des formats, RGPD, cookies, retail media, publicité responsable... En voici les principaux enseignements :

- #1.** Près de **40%** des répondants sous-estiment le poids financier et la croissance réelle du programmatique sur le marché de la publicité digitale. Preuve que le levier n'est pas encore considéré à sa juste valeur.
- #2.** Plus de **50%** des répondants oublie de citer à minima un environnement audio accessible en programmatique ; un environnement DOOH (Digital Out-Of-Home) accessible en programmatique ; et un média activable en programmatique. Preuve que l'écosystème n'a pas encore conscience de l'ensemble des possibles permis par le levier programmatique.
- #3.** Fraude, fenêtre d'attribution, nouvelles versions d'iOS, impacts du RGPD, échéance de disparition des cookies tiers, promesses de l'identifiant universel... seuls **35%** des répondants sont en mesure de donner des réponses correctes aux questions sur ces thématiques. Preuve d'un manque de compréhension et d'information de l'écosystème sur les nouveaux outils et les évolutions réglementaires, passées et à venir.
- #4.** **60%** des répondants pensent que le Retail media représente une part plus importante dans le display que la réalité. Preuve de l'engouement récent pour ce nouveau terrain de jeu offert aux marques.
- #5.** **70%** des répondants minimisent encore l'impact environnemental de la publicité digitale, ce alors même qu'elle émet plusieurs dizaines de tonnes de CO<sub>2</sub> chaque année dans le monde. Preuve d'un manque de sensibilisation de l'écosystème sur l'importance de la publicité responsable et les initiatives émergentes.

<sup>1</sup> Méthodologie : questionnaire adressé à une base de 624 répondants, prospects et partenaires de Gamned! entre le 01/09 et le 01/10/2021.

## Une moyenne générale en baisse pour l'écosystème publicitaire français...

Si les résultats des précédentes éditions de ce quiz s'étaient avérés encourageants bien que perfectibles (**13,1/20** en 2018 et **14,4/20** en 2019), la moyenne de cette promotion 2021 (située à **11,7/20**) montre le besoin prégnant d'accompagnement de l'écosystème quant aux différents sujets liés à la publicité digitale, y compris sur les fondamentaux. Un phénomène qui s'explique notamment par le fait que les nouveaux sujets adressés par le programmatique (TV segmentée, évolutions de la vidéo, retail media, évolution du social...) sont mouvants et se complexifient au fil du temps et des évolutions technologiques et réglementaires.

## ... qui reste cependant un bon élève sur l'échiquier mondial du programmatique

Gammed! a également proposé ce quiz aux acteurs des marchés sur lesquels il est implanté à l'étranger. Ainsi, malgré sa moyenne générale en baisse, l'écosystème publicitaire français – parce que doté d'une véritable culture digitale et marketing – tire son épingle du jeu, avec en moyenne **+1,5 points** comparativement aux autres régions testées (Suisse, Brésil, Belgique, MEA, Malaise). Dans le détail, l'écosystème français est globalement mieux noté sur tous les sujets, à l'exception du Social media. Des lacunes qui s'expliquent notamment par le fait que les environnements réseaux sociaux, gérés par les GAFAs, disposent tous de leurs spécificités.

« Depuis notre dernier Quiz Culture G! il y a deux ans, le marché a considérablement évolué. Les résultats obtenus par la promotion 2021 nous prouvent une fois de plus que nous avons fait le bon choix chez Gammed! : celui du conseil et de l'évangélisation de notre savoir-faire. Il nous convient donc, en tant qu'expert programmatique, de poursuivre cette dynamique pour faire encore monter en compétences sur le sujet agences et annonceurs. Nous retenons par ailleurs les enseignements révélés par ce quiz et lancerons dès janvier prochain – outre de réguliers webinaires sur les évolutions réglementaires – un module de formation dédié au Social media au sein de notre Programmatic Academy (PABG!). » explique **Chloé Six-Latapie, Directrice Générale France de Gammed!**.

Découvrez [ici](#) l'infographie reprenant les principaux résultats du Quiz Culture G! ainsi que l'ensemble des [réponses](#) et [enseignements](#) aux liens attachés

### Pour tout complément ou demande d'ITV merci de contacter :

Agence LEON

Océane Fieu | Fiona Thomas

[oceane@agence-leon.fr](mailto:oceane@agence-leon.fr) | [fiona@agence-leon.fr](mailto:fiona@agence-leon.fr)

06.79.58.01.81 | 06.61.73.98.18

### À propos de Gammed! :

Fondé en 2009 par Anthony Spinasse et Olivier Goulon, Gammed! est un pionnier et leader du programmatique. L'entreprise de publicité digitale emploie aujourd'hui plus de 140 collaborateurs, basés en France, mais également au sein de ses 5 bureaux internationaux (Belgique, Suisse, Émirats Arabes Unis, Brésil et Malaisie). Alliant expertise humaine et technologie de pointe, Gammed! aide les annonceurs et agences à engager durablement leur audience via des activations digitales sur l'ensemble des médias et formats (display, vidéo, social, audio...). L'entreprise fait également le choix du conseil et de l'évangélisation de son savoir-faire, étant ainsi à l'origine de la toute première formation certifiante du secteur. Fort de plus de 250 clients (tels que Caudalie, Macif, Magimix, Tediber, Homair, Tape à l'Œil, Se Loger, Compagnie des Alpes, Sushi Shop ...), Gammed! a rejoint le Groupe Unify (TF1) en novembre 2018, aux côtés d'entreprises telles que Aufeminin, Marmiton, ou encore Doctissimo.

[@Gammed www.gammed.com/fr/](https://www.gammed.com/fr/)

[Plus d'informations sur Gammed !](#)