

COMMUNIQUE DE PRESSE

Médiamétrie expérimente une mesure d'impact et d'audience des télévisions dans les points de vente et lieux d'attente

Forte de son expertise dans la mesure d'audience des médias audiovisuels et interactifs, Médiamétrie propose une expérience de mesure d'impact et d'exposition des nouveaux supports de communication audiovisuelle dynamique (CAD), tels que les postes de télévision diffusant des programmes dans les points de vente ou lieux d'attente.

Cette nouvelle mesure s'inscrit dans le contexte de la forte croissance de ces supports de communication, liée aux nouvelles technologies numériques et à l'intérêt des annonceurs pour les médias dits « in store » ou de « wait marketing ».

Les écrans TV ou d'affichage dynamique diffusent des programmes relatifs à l'activité du magasin ou du lieu d'attente et plus largement des programmes de services (météo, flash d'information...) et des messages publicitaires.

Médiamétrie travaille sur une solution globale de mesure pour l'analyse éditoriale et la valorisation des espaces publicitaires, qui s'adresse aux professionnels de ce marché : enseignes, intégrateurs (sociétés spécialisées dans le paramétrage de réseaux d'écrans), médias, agences médias, annonceurs...

Cette solution s'appuie sur un dispositif complet qui associe deux systèmes de mesure :

1) « **Screen Contact** » :

Un système *quantitatif* de recueil en continu de l'exposition du public aux écrans dans les points de vente et lieux d'attente. Screen Contact s'appuie sur une technologie innovante développée par la société **Quividi** avec laquelle Médiamétrie expérimente cette mesure. Cette solution mesure l'attention portée par les individus à un média visuel (écran de télévision, affichage dynamique, PLV...). Associé à un petit capteur d'images fixé sur le support de réception, le logiciel de **Quividi** compte le nombre de personnes qui regardent effectivement l'écran, les qualifie (homme/femme) et identifie leur temps d'attention. Aucune image n'est enregistrée et les statistiques sont entièrement anonymes. Cette technologie a été retenue par les équipes scientifiques et d'ingénierie de la mesure de Médiamétrie, parmi d'autres solutions techniques de détection passive de l'exposition devant des écrans.

2) « **Screen Impact** » :

Une approche *qualitative*, consistant à recueillir par des entretiens en face-à-face, la notoriété, l'image et l'impact générés par ces nouveaux écrans auprès de la clientèle.

Ces expériences offrent de nouvelles perspectives pour mettre en place - en coopération avec les acteurs du marché et les organisations professionnelles - un système de mesure de l'audience de ces nouveaux moyens de communication.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet et les Nouveaux Médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 43 millions d'euros avec un effectif de 350 personnes.

www.mediametrie.fr

A propos de Quividi

Quividi est une jeune entreprise innovante dédiée à la valorisation de l'attention humaine, dont la mission est d'aider les divers acteurs du « marketing at retail » à mesurer et optimiser leur communication. Elle propose des solutions logicielles permettant, avec du matériel standard, d'analyser l'audience de réseaux d'écrans, de personnaliser les messages diffusés selon le profil des spectateurs et d'établir une interactivité intuitive ; ses solutions s'adaptent également à la communication traditionnelle (têtes de gondoles, rayonnages, PLV, etc.). Fondée en 2006 par quatre spécialistes du traitement de l'image temps réel, lauréate du concours 2006 du Ministère de la Recherche, Quividi distribue ses solutions dans plusieurs pays européens.

www.quividi.com

Pour toute information presse :

Nelly DUBNER

Tél : + 33 1 47 58 97 26

Fax : + 33 1 47 58 09 26

E-mail : ndubner@mediametrie.fr

Laure OSMANIAN MOLINERO

Tél : 01 47 58 97 55

Fax : 01 47 58 09 26

E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Pour toute information commerciale :

Ronan BOURGEOIS

Responsable d'étude et de clientèle - Département Télévision

Tel : + 33 1 47 58 94 32

Mail : rbourgeois@mediametrie.fr

Christophe LOISEL

Directeur Adjoint - Département Télévision

Tel : + 33 1 47 58 97 07

Mail : cloisel@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr