

Le 30 juin 2009

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **MEDIAMETRIE, AUDIPRESSE, AFFIMETRIE ET LE CESP ANNONCENT LA REALISATION DU PREMIER AUDIT DE L'ETUDE CROSS MEDIAS**

Médiamétrie, qui produit les mesures d'audience de référence des médias audiovisuels et interactifs, Audipresse, qui gère les mesures d'audience de référence de la presse magazine et de la presse quotidienne et Affimétrie, en charge de la publicité extérieure, et le CESP - Centre d'Etude des Supports de Publicité - annoncent la signature d'un accord pour conduire le premier audit de l'étude Cross Medias.

Médiamétrie, Audipresse et Affimétrie ont engagé en 2008 une réflexion commune – associant les acteurs du marché - pour mettre en place une mesure cross-médias intégrant la télévision, la radio, l'internet, la presse quotidienne et magazine, la publicité extérieure.

Ces mêmes acteurs, convaincus de la complexité de la démarche transversale et des enjeux pour le marché, ont demandé au CESP d'auditer le Cross Medias.

L'étude vise à rapprocher - autour d'une enquête « Hub » - les grandes études d'audience médias de référence actuellement réalisées en France. Cette étude Cross Médias dont les premiers résultats sont disponibles depuis décembre dernier fera l'objet d'une réactualisation courant 2009.

L'audit du CESP va porter sur les trois composantes de l'étude Cross Médias :

- L'enquête Hub, dont l'objet est la mesure des habitudes de consommation médias de la télévision, la radio, l'internet, la presse quotidienne et magazine et la publicité extérieure.
- La fusion des études d'audience de référence et de l'enquête hub, réalisée par la société SOCIO Logiciels sous le contrôle de Médiamétrie et de ses partenaires
- Les résultats publiés en 2008 et 2009

Au travers de cet audit, Médiamétrie, Audipresse et Affimétrie souhaitent partager avec le marché les choix méthodologiques dans une logique d'évolution du dispositif pour en faire l'étude de référence du cross-médias.

Pour Michel Grandjean, « *Le CESP, organisme d'audit des études d'audience dans le domaine des médias, s'implique aux côtés des 3 organisations pour apporter son expertise scientifique sur l'étude.* »

Les résultats de l'audit doivent être présentés à l'automne aux clients de l'étude à la Commission Cross Médias, et aux Collèges du CESP.

L'étude Cross Médias doit permettre aux annonceurs et à leurs agences conseils médias d'optimiser leurs stratégies pluri-médias et aux médias de mieux connaître leurs performances quel que soit leur vecteur : les sites Internet, les chaînes de télévision, les stations de radio, les magazines, les journaux, et les réseaux de publicité extérieure.

Rappelons que toutes les études de référence qui alimentent l'étude Cross Médias sont elles-mêmes d'ores et déjà auditées par le CESP.

### **A propos du Cesp**

*Le Cesp est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité. Il a pour mission d'auditer les études sur les médias, d'être un laboratoire d'échanges et d'idées sur l'audience de ces médias et de mener toute activité en rapport avec cette mission. Il a aussi l'expertise des fusions et du rapprochement des études d'audience (la BUP, par exemple). [www.cesp.org](http://www.cesp.org).*

### **A propos de Médiamétrie**

*Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross Médias. En 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€. [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)*

### **A propos d'Audipresse**

*Audipresse est la nouvelle société d'études interprofessionnelle de la presse. Sa vocation est d'assurer et d'optimiser la mesure de l'audience du média presse. Elle gère l'étude AEPM qui mesure l'audience de la presse magazine (payante, gratuite et publications de marques) et l'étude EPIQ qui mesure celle de la presse quotidienne nationale, régionale, payante ou gratuite ainsi que la celle de la presse hebdomadaire régionale. AudiPresse a mis à disposition du marché la BUP (Bande Unique Presse) qui permet l'évaluation de plans mixtes presse quotidienne et Presse magazine. Le capital d'AudiPresse appartient à toutes les familles de presse et aux utilisateurs (agences et annonceurs).*

### **A propos d'Affimétrie**

*Affimétrie est l'institut de mesure d'audience de référence de la communication extérieure. Son capital est réparti entre CBS Outdoor, Clear Channel, JCDecaux/Avenir et le CRTM (Club de recherche tous medias), GIE qui réunit l'Union des annonceurs et les principales agences médias.*

*Chaque trimestre, Affimétrie délivre les performances de 6 200 réseaux sur l'ensemble du territoire français. Sa méthodologie exclusive lui permet de mesurer, pour chaque support publicitaire, le nombre de contacts délivrés sur les individus lors de leurs déplacements quotidiens. Affimétrie dispose désormais de la base de mobilité la plus importante de France.*

### **Contacts :**

#### **CESP**

Michel Grandjean  
Tél : 01 42 89 12 26  
E-mail : [mgrandjean@cesp.org](mailto:mgrandjean@cesp.org)  
[www.cesp.org](http://www.cesp.org)

#### **Médiamétrie**

Isabelle Maurice  
Tél : 01 47 58 97 55  
E-mail : [imaurice@mediametrie.fr](mailto:imaurice@mediametrie.fr)  
[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

#### **Audipresse**

Xavier Dordor  
Tel : 01 42 89 32 60  
xd@audipresse.fr  
[www.audipresse.fr](http://www.audipresse.fr)

#### **Affimétrie**

Francis Moureaux  
Tel : 01 45 63 13 13  
[francis.moureaux@affimetrie.fr](mailto:francis.moureaux@affimetrie.fr)  
[www.affimetrie.fr](http://www.affimetrie.fr)