

Paris, le 21 avril 2015

Le SRI confie au CESP une mission sur les outils de visibilité

Le CESP, mandaté par le SRI (Syndicat des Régies Internet), démarre une mission sur la visibilité des publicités digitales. La question de la visibilité suscite de nombreux débats, tout d'abord sur la définition même de la notion de visibilité ou d'impression visible, mais aussi sur l'interprétation des écarts constatés entre les différentes mesures. Dans un contexte où cet indicateur peut potentiellement avoir valeur financière, il devient capital d'en assurer la fiabilité, la consistance et la transparence.

Pour Arthur Millet, Président du SRI « ce projet s'inscrit totalement dans notre mission de structuration et de normalisation du marché de la publicité digitale ; il est indispensable de proposer aux annonceurs des outils certifiés selon des principes validés par l'ensemble du marché ».

Cette mission se donne pour objectifs de promouvoir la transparence dans la mesure de la visibilité de la publicité sur internet et d'en donner des clés de lecture simples et claires pour tout l'écosystème publicitaire, annonceurs, agences et régies qui utilisent les outils disponibles sur le marché français. En attendant les conclusions de cette mission, le CESP suggère aux acteurs de la publicité digitale de garder un regard critique sur ces mesures et les standards généralement proposés.

« Nous constatons une méconnaissance, voire parfois une opacité, dans les méthodologies des solutions de mesure avec des résultats produits très variables, sans que l'on sache toujours dire si les différences de résultats sont liées aux techniques utilisées ou à de vraies différences de visibilité », souligne Valérie Morrisson, Directrice Générale du CESP.

La mission comporte trois grandes phases. La première consiste à faire un état des lieux des travaux existants, en s'appuyant notamment sur les correspondants du CESP dans plusieurs instances internationales. La seconde phase comprendra des tests techniques en situation de laboratoire mais aussi en conditions réelles. Enfin les résultats et les solutions seront benchmarkés, afin de formuler des recommandations et de définir avec le marché des standards fondés sur des faits et une évaluation neutre et indépendante. Pour cette dernière phase, le CESP souhaite associer l'interprofession pour arriver à des standards consensuels.

Le CESP a réuni un premier groupe de travail jeudi 16 avril et appelle tous les mesureurs à s'inscrire dans cette démarche de transparence. Le CESP et le SRI communiqueront régulièrement sur les avancées de cette mission au cours de l'année 2015.

A propos du CESP

Le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité) est l'association interprofessionnelle qui regroupe, en France, l'ensemble des acteurs du marché publicitaire concernés par la mesure d'audience des médias. Il comprend trois pôles d'études : un pôle internet, dirigé par Dany Péria, un pôle audiovisuel/presse/affichage dirigé par Françoise Dupont et un pôle international, dirigé par Olivier Daufresne.

www.cesp.org

A propos du SRI

Le SRI a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France. La démarche du SRI : soutenir les investissements et le développement du média Internet, valoriser les spécificités et la compétitivité du média, faciliter l'accès au média Internet par une professionnalisation et une simplification des offres, exploiter la créativité du média, et assurer la représentativité du Syndicat auprès de l'ensemble des acteurs de la publicité interactive.

366, 3W Régie, Amaury Médias, AuFéminin, Caradisiac Publicité, CCM Benchmark Advertising, Dailymotion Advertising,, Express Roularta Services, FigaroMedias, France Télévisions Publicité, GMC Connect, Horyzon Média, Lagardère Active Publicité, Leboncoin, LesEchosmédias, Mondadori, M Publicité, M6 Publicité Digital, Microsoft Advertising France, Newweb, Next Régie, Orange Advertising, Overviews, Prisma Media Solutions, SFR Régie, Teads, TF1 Publicité Digital, Yahoo! sont membres du SRI.

www.sri-france.org