



leRéférentiel

NOUVEL OUTIL DANS LE REFERENTIEL ET OUVERTURE DES CANDIDATURES AU VISA EFFICACITE JUSQU'AU 24 FEVRIER

L'outil TV 2 Store obtient le Visa Efficacité et intègre le Référentiel

Après avoir obtenu le Visa Efficacité pour une première étude, l'outil « TV 2 Store » de RelevanC obtient le Visa Efficacité et intègre le Référentiel de la mesure de l'efficacité de la communication, mis à la disposition du marché par l'Union des marques depuis février 2020.

Le Référentiel et le Visa Efficacité : un partenariat entre l'Union des Marques et le CESP

Le Visa Efficacité encourage la transparence et vérifie le respect de prérequis méthodologiques des dispositifs d'efficacité publicitaire. Les solutions ayant obtenu le Visa sont ensuite intégrées au Référentiel de la mesure de l'efficacité de la communication de l'Union des marques.

16 dispositifs, conduits par 10 acteurs (366, RelevanC, Clear Channel, France Télévisions Publicité, JCDecaux, Médiaperformances, Médiatransports, Phenix, Prisma Media solutions et TF1 PUB) ont déjà obtenu le Visa et sont intégrés au Référentiel.

Pour RelevanC, le Référentiel et le Visa Efficacité sont clés

Elma Ohanians, Lead of Media Measurement Solutions chez RelevanC, explique en quoi le Référentiel améliore la visibilité de ce dispositif auprès des marques : « La confiance et la satisfaction client étant au cœur de nos valeurs, il nous a semblé primordial d'exposer notre solution TV 2 Store¹ au CESP. L'obtention du Visa Efficacité récompense la transparence de notre solution, la robustesse de la méthodologie, et la qualité de la restitution à nos clients, marques et agences ».

Candidature pour la prochaine vague

Régies, agences et instituts d'études sont invités à postuler au Visa Efficacité avant le 24 février. La publication dans le Référentiel des études et outils visés aura lieu en juin 2021.

Dépôt des candidatures : lereferentiel@uniondesmarques.fr

A PROPOS DE L'UNION DES MARQUES

L'Union des marques est l'organisation représentative des marques. Elle compte 6600 membres au sein de ses 230 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts, tous secteurs et représente plus de 1500 marques. Elle a pour mission de promouvoir la liberté de communiquer en développant une communication responsable et de renforcer l'efficacité des actions marketing et communication. L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation.

Pour en savoir plus : www.uniondesmarques.fr

Contact presse : nabella@uniondesmarques.fr

A PROPOS DU CESP

Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences et régies publicitaires des médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études sur les médias et l'efficacité publicitaire, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias. Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise

¹ Mesure d'efficacité des campagnes TV sur les ventes en magasins

Communiqué de presse

sur de nombreux travaux liés aux médias et aux problématiques digitales et data, en France comme à l'international.

Espace presse : www.cesp.org/presse

Contact presse : jbendikha@cesp.org

RENDEZ-VOUS SUR NOS RÉSEAUX ET SUR WWW.CESP.ORG

