



## OUVERTURE DE LA PREMIERE PLATEFORME POUR LA MESURE DE L'EFFICACITE DE LA COMMUNICATION LE 20.02.2020

&

## PUBLICATION DES 9 PREMIERS OUTILS ET ETUDES AYANT OBTENU LE VISA EFFICACITE DU CESP

La plateforme de consultation du Référentiel de la mesure de l'efficacité de la communication, bâti par et pour les marques adhérentes de l'Union des marques, s'ouvre à tous à partir du 20 février. Plus de 100 KPIs sont d'ores et déjà disponibles. Cette ouverture s'accompagne de la publication des 9 premiers outils et études ayant obtenu le Visa efficacité du CESP. Ils sont désormais consultables sur <http://lereferentiel.uniondesmarques.fr>

### Un véritable outil au service de la performance de la communication

Avec l'aide de ses adhérents et accompagnée de Bearing Point et MMZ Conseil, l'Union des marques a créé le Référentiel. L'accès à la plateforme qui s'ouvre ce 20 février est gratuit pour les marques adhérentes de l'Union des marques et sur abonnement pour tous ceux qui le souhaitent. Le Référentiel est aujourd'hui constitué d'un corpus d'une centaine d'indicateurs de mesure de l'efficacité de la communication qui s'enrichit au fil du temps. Grâce à cette plateforme, chaque utilisateur peut sélectionner rapidement les indicateurs les plus adaptés à sa problématique et en obtenir une définition précise. Pour une sélection optimale, le Référentiel organise les indicateurs autour de trois niveaux :

- les indicateurs de mise en œuvre média (les pré-requis de l'efficacité)
- les indicateurs publicitaires qui mesurent la compréhension et la mémorisation des messages publicitaires
- les indicateurs d'efficacité globale liés aux objectifs de marques, pré-business et business, pour évaluer la performance en regard des budgets investis.

Confrontées à une surabondance d'indicateurs dont la qualité et la pertinence peuvent varier, les marques peuvent non seulement choisir facilement les KPIs les plus adaptés à leurs objectifs, mais aussi les plus fiables. Les partenaires des marques qu'ils soient agences, régies ou instituts qui le souhaitent peuvent également désormais s'abonner au Référentiel.

### Des études et outils à la qualité certifiée par le CESP

En complément du corpus d'indicateurs les plus couramment utilisés par les marques, l'Union des marques offre aux régies, agences et instituts d'études la possibilité d'y intégrer leurs études et outils de mesure de l'efficacité. Pour bénéficier de cette intégration, il est cependant nécessaire d'obtenir le Visa Efficacité délivré par le CESP qui valorise la transparence des dispositifs et vérifie le respect de prérequis méthodologiques.

A l'issue de la première vague de certification, 9 études et outils ont obtenu le Visa Efficacité :

- L'outil *366#PANEL* de 366
- L'outil *DigiScore & AdScore, la mesure de l'efficacité sur l'image* de Clear Channel France
- L'outil *Tri-Ad Hoc, la mesure de l'efficacité ventes grande consommation* de Clear Channel France
- L'outil *Efficacité QRP Parrainage* de FranceTV Publicité
- L'étude *Impact d'un ciblage comportemental vs socio-démo* de FranceTV Publicité
- L'outil *Campagne Insights DOOH Monoprix* de JCDecaux
- L'étude *Drive to Store* de JCDecaux
- L'outil *Smart Premium* de Médiaperformances
- L'étude *Engagement aux programmes et efficacité publicitaire* de TF1 Pub

Ces études et outils font désormais partie intégrante du Référentiel, et leurs fiches signalétiques sont consultables sur la plateforme en accès direct ou via les indicateurs qu'elles permettent de calculer. Ils peuvent également se prévaloir dans leur communication du Visa Efficacité du CESP et du Référentiel de l'Union des marques.

Pour mémoire, les principaux critères du Visa portent sur : la méthodologie d'enquête, la représentativité de l'échantillon, la définition des indicateurs d'efficacité, la précision des résultats partagés, et la pertinence de l'utilisation de données externes et exogènes.

Régies, agences et instituts d'études sont invités à soumettre au Visa Efficacité avant le 4 mars 2020 (deuxième vague de certification) les études et outils qu'ils souhaitent voir intégrés au Référentiel fin juin 2020. Dépôt des candidatures : [lereferentiel@uniondesmarques.fr](mailto:lereferentiel@uniondesmarques.fr)

**A propos :** 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 et 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](http://www.uniondesmarques.fr)

Le **CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité)** est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la communication concernés par l'étude de l'audience des médias et la mesure de leur efficacité : annonceurs, agences et médias. Le CESP audite toutes les mesures d'audience de référence pour le compte de ses adhérents, quel que soit le média : Internet, TV, presse, communication extérieure, radio, cinéma.

Véritable laboratoire d'idées, le CESP constitue un lieu d'échanges neutre et indépendant pour débattre des innovations et conventions que les différents acteurs du marché sont amenés à définir ensemble.

Tiers de confiance reconnu, le CESP assure également des missions de certification et de conseil en France et à l'international.

#### **CONTACTS PRESSE :**

##### **Union des marques**

Valérie Hackenheimer : [vhackenheimer@oconnection.fr](mailto:vhackenheimer@oconnection.fr) / 06 12 80 35 20

Floriane Monnier : [fmonnier@oconnection.fr](mailto:fmonnier@oconnection.fr) / 06 32 37 57 28

##### **CESP**

Samuel Le Frious : [slefrious@cesp.org](mailto:slefrious@cesp.org)