

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris – Mumbai - New York - Tokyo - Toronto
Le 15 mai 2019



Quatre instituts de mesure d'audience des médias créent GAMMA, the Global Alliance for the Measurement of Media Audiences, une alliance internationale pour travailler ensemble sur l'avenir de la mesure de l'audience vidéo

BARC (Inde), Médiamétrie (France), Numeris (Canada) et Video Research (Japon) collaborent pour harmoniser les process et technologies de mesure d'audience de la vidéo à travers le monde.

GAMMA



BROADCAST
AUDIENCE
RESEARCH
COUNCIL
INDIA



Les systèmes de mesure d'audience ont progressivement évolué pour répondre aux nouveaux besoins de leurs marchés respectifs. Les avancées technologiques rapides modifient à la fois la distribution et la consommation de contenus. Ces changements sont propres à chaque pays mais ont aussi un impact à l'échelle mondiale, eu égard à la nature profonde des médias numériques.

Dans le cadre de cette nouvelle association, BARC (Inde), Médiamétrie (France), Numeris (Canada) et Video Research (Japon) vont travailler ensemble sur le développement de normes techniques et de processus opérationnels communs de mesure d'audience, afin d'optimiser les mesures de référence de chacun des membres sur son marché, à travers son organisation et avec ses partenaires de mesure actuels. À eux quatre, les pays fondateurs de l'alliance représentent une population totale de plus d'1,5 milliard de personnes et des dépenses publicitaires combinées de 78 milliards de dollars (soit 15 % du total mondial).

Brad Bedford, expert reconnu dans le domaine de la mesure d'audience, a été nommé Délégué général international de cette association.

GAMMA a pour ambition de s'appuyer sur les connaissances collectives et l'expertise de chaque membre pour contribuer à l'évolution des mesures d'audience à travers le monde. Grâce à cette coopération, les participants souhaitent identifier des stratégies et mettre en place des solutions partagées et standardisées. Cela assurera dès lors davantage d'efficacité, de cohérence et de possibilités pour les instituts de mesure d'audience et leurs partenaires.

« Partout dans le monde, la mesure d'audience requiert une innovation constante pour rester en phase avec les nouvelles tendances des marchés. Chez BARC India, nous avons toujours été ouverts à l'échange avec nos confrères étrangers et cette alliance internationale offre une formidable plateforme pour apprendre de nos pairs, mais aussi pour apporter notre expertise », explique Partho Dasgupta, PDG de BARC India.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Quatre instituts de mesure d'audience des médias créent GAMMA, the Global Alliance for the Measurement of Media Audiences, une alliance internationale pour travailler ensemble sur l'avenir de la mesure de l'audience vidéo



« Comme dans tout autre domaine, la mesure d'audience doit s'adapter à l'évolution des comportements médias du public. Depuis des décennies, nos relations avec les professionnels de la télévision, de la radio et d'Internet nous ont permis de développer un savoir-faire technologique et méthodologique en matière de mesure d'audience. Nous sommes ravis, à travers cette association, de partager cette expertise avec nos confrères pour favoriser encore l'innovation dans le domaine de la mesure d'audience », ajoute Bruno Chetaille, PDG de Médiamétrie.

« Cette alliance mondiale nous aidera à mieux tirer parti de nos connaissances, de nos innovations et de notre expertise en mesure d'audience au travers de discussions plus efficaces avec des acteurs internationaux majeurs. Nous sommes convaincus que cette alliance sera un vecteur clé de renforcement de la coopération en vue d'une mesure d'audience plus cohérente, transparente, standardisée et interopérable », confie Neil McEneaney, PDG de Numeris.

« Bien que chaque marché se comporte différemment et présente des défis uniques, tous les instituts de mesure d'audience ont aujourd'hui une problématique commune : être capable de dresser un panorama complet du public, quel que soit l'écran. Innovation et collaboration sont des facteurs essentiels et cette association mondiale permet de faire un pas décisif en ce sens », affirme Yuzuru Kato, PDG de Video Research Ltd.

Et Brad Bedford de conclure : « Il existe une demande croissante de mesure multi-écrans au niveau international et le partenariat entre ces sociétés de mesure d'audience vise à faciliter la poursuite constante de cet objectif. Je suis sincèrement honoré de représenter cette initiative à l'échelle mondiale. Cette alliance sera sans nul doute une grande source de partage de connaissances et d'apprentissage permanent pour notre activité. »

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7M€.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Brad Bedford
Tél : +1-310-749-5000
bradbedford1@gmail.com