

Paris, le 6 septembre 2017

## **L'ACPM innove pour mieux valoriser le Media Presse et confie à KANTAR, en partenariat technologique et scientifique avec Médiamétrie, la réalisation de la nouvelle étude de mesure d'audience des marques de presse.**

La nouvelle étude d'audience des marques de presse associera les différentes expertises du groupe **Kantar** en France (**Kantar TNS** pour le pilotage, **Kantar Media**, **Kantar Worldpanel**) et les savoir-faire technologiques et scientifiques de **Médiamétrie** sur la partie numérique.

La combinaison de ces expertises permettra une mesure unifiée du print et du digital et enrichira les possibilités de media planning au service de tous les acteurs du marché.

L'appel d'offres ouvert a été lancé en juillet 2016 avec un groupe de travail mené par l'ACPM en collaboration avec son Comité Audience pour l'élaboration du cahier des charges, puis dans le cadre d'un processus de sélection transparent et rigoureux (propositions écrites, présentations orales, grilles d'évaluation). **Le CESP** (Centre d'études des supports de publicité) a également participé à l'ensemble du processus de consultation et de sélection dans le cadre de la démarche « CESP Inside » initiée par l'ACPM.

**Nicolas Cour**, Directeur Général Audience de l'ACPM, déclare : « *La mise en place de cette étude est une parfaite application de la démarche d'innovation permanente que nous cultivons au sein de l'ACPM. L'unification de la mesure print et digitale était une attente forte pour l'ensemble des marques de presse. Ce dispositif innovant va permettre de franchir une nouvelle étape dans la mesure d'audience pour une meilleure valorisation dans un paysage média en pleine mutation. L'ACPM tient à remercier l'ensemble du Comité Audience, et en particulier son Président Bruno Ricard, DGA Marketing, Etudes et Communication de 366, pour leur investissement et engagement sur ce projet stratégique.* »

**Laurent Guillaume**, Directeur Général du groupe Kantar France ajoute : « *Le caractère innovant de cette étude réside dans le partenariat technologique entre Kantar TNS, qui bénéficie d'une longue expérience de la mesure d'audience des marques presse, et l'expertise de Médiamétrie sur la partie numérique et scientifique, afin de mettre à disposition des marques presse une mesure unifiée. C'est inédit ! Dans ce protocole multi-source, Kantar Media apportera également un éclairage précieux en matière de ciblage média marché grâce à TGI (target group index).* »

Pour **Laurent Battais**, Directeur Exécutif de Médiamétrie : « *La nouvelle mesure d'audience des marques de presse constitue une innovation majeure pour le Média, rendue possible par le partenariat entre Kantar et Médiamétrie.* »

### **Les différentes étapes :**

- L'étude ONE actuelle se poursuivra jusqu'à la fin 2017, ses derniers résultats seront publiés en avril 2018 pour le print et en juillet 2018 pour les résultats ONE Global (print et digital).
- La mise en place du terrain de la nouvelle étude est prévue pour 2018 après une phase de tests démarrant dès septembre 2017.
- Les premiers résultats devraient être livrés en 2019.



L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a pour mission la mesure de l'audience de la presse et la certification du dénombrement des médias.

La vocation de la direction Audience de l'ACPM est la réalisation d'études d'audience des marques de presse à destination de ses membres, des agences et des annonceurs. Les deux principales études publiées par l'ACPM sont ONE, qui mesure l'audience nationale de toute la presse sur la cible ensemble (15 ans et plus), et ONE PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et aux foyers à hauts revenus. Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne nationale pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour l'UPREG, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, de la presse d'information spécialisée pour la FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier. Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site [www.acpm.fr](http://www.acpm.fr).

Contacts : **Nicolas COUR**, Directeur Général Audience ACPM  
+33 1 43 12 85 29  
[nicolas.cour@acpm.fr](mailto:nicolas.cour@acpm.fr)  
**Gilbert SAINT JOANIS**, Directeur des Etudes ACPM  
+33 1 43 12 85 27  
[gilbert.saintjoanis@acpm.fr](mailto:gilbert.saintjoanis@acpm.fr)

## KANTAR

KANTAR est l'acteur majeur des études et conseil marketing & médias dans le monde. Leader en France, le groupe KANTAR opère au travers des différentes filiales spécialisées dans leur domaine d'expertise :

<b>Kantar TNS</b>	La compréhension des marchés et des consommateurs au service des annonceurs
<b>Kantar Media</b>	Toutes les données et analyses médias pour éclairer les décisions stratégiques des marques
<b>Kantar Worldpanel</b>	Mesure les comportements d'achats, conseille pour identifier les pistes de croissance
<b>Kantar Health</b>	Les études et le consulting dédiés au secteur de la santé
<b>Kantar Millward Brown</b>	Les stratégies de marque et de communication, la mesure de leur performance
<b>Kantar Public</b>	Sondages d'opinion et études satisfaction pour l'amélioration de l'action publique (données Kantar Sofres)
<b>Lightspeed</b>	La vision à 360° des opinions et des comportements du consommateur connecté
<b>Kantar Consulting :</b>	
<b>Kantar Added Value</b>	Conseil en marketing, stratégie de marque et innovation
<b>Kantar Retail</b>	Conseil en stratégie et planification commerciale
<b>Kantar Futures</b>	Conseil en tendances et prospective
<b>Kantar Veermer</b>	Conseil en organisation marketing

Web : <http://www.kantar.com/> <http://fr.kantar.com/>

Twitter : <https://twitter.com/kantarFR>

Facebook : <https://www.facebook.com/kantarFR/>

Contacts : **François BARADAT**, Directeur Marketing Kantar TNS  
+33 1 40 92 47 00  
[Francois.Baradat@kantartns.com](mailto:Francois.Baradat@kantartns.com)  
**François NICOLON**, Directeur Marketing Kantar Media,  
+33 1 47 67 15 24  
[Francois.Nicolon@KantarMedia.com](mailto:Francois.Nicolon@KantarMedia.com)



**Mediametrie**

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances 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, la Tablette et le Cross-Médias.

*Web : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)*

*Twitter : [www.twitter.com/Mediametrie](http://www.twitter.com/Mediametrie)*

*Facebook : [www.facebook.com/Mediametrie](http://www.facebook.com/Mediametrie)*

Contacts : Charles JUSTER, Directeur de la Communication, Directeur des Grands Comptes  
MEDIAMETRIE  
+33 1 47 58 94 39  
[cjuster@mediametrie.fr](mailto:cjuster@mediametrie.fr)