

■ Choisir un support digital

Alors cette fois, ce n'est pas volontairement compliqué pour donner un style, c'est comme ça aujourd'hui, les régies multiplient les offres incomparables les unes avec les autres et la tâche du média-planneur ne s'en trouve que plus ardue. La simple lecture des tarifs pose des problèmes de compréhension sérieux. Nous vous proposons de travailler à partir de données réelles extraites des offres de régies majeures. Nous avons gardé une toute petite partie des offres proposées par les supports sélectionnés pour simplifier l'exercice. Comme indiqué précédemment, à ce stade, nous considérons les indicateurs d'audience et de puissance des médiaplanning comme acquis.

☒ **Vous souhaitez comparer plusieurs offres digitales et choisir un support display (affichage en français) pour une campagne orientée CSP+. Vous avez retenu "l'entreprise", "fip" et "Télérama"**

☒ **Puis pour l'exercice vous valoriserez une campagne de 10 000 affichages sur tous les supports aux formats soulignés.**

☒ **Que pensez-vous du coût de cette campagne si l'on exclue toute duplication d'audience, donnez le coût du GRP pour illustrer votre pensée ? (plus difficile)**

(NOTRE CIBLE REPRESENTE UNE BASE 13 275 000 DE PERSONNES EN FRANCE)

Rappelons le sens des termes que vous rencontrerez dans l'exercice. Pour faire simple que l'interstitiel mobile occupe tout l'écran, les bannières une partie seulement, les InFeed et instream etc sont des catégories de "Native Advertising mobile" qui sont directement intégrées dans les flux d'actualités ou d'informations d'un site. Le pré roll désigne une publicité qui apparaît avant la visualisation d'une vidéo et enfin le Splash (éclaboussure) est l'écran qui apparaît à l'ouverture ou entre deux contenus ou entre deux pages, en fait quand vous voulez, par-dessus le contenu que regarde l'internaute. L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association d'acteurs du digital (140 entreprises) destinée à "structurer le marché de la communication sur Internet, favoriser son usage et optimiser son efficacité." V.U signifie Visite Unique et désigne un internaute visitant un site et qui sera considéré comme une seule visite dans les données d'audience pendant une période donnée même s'il vient à plusieurs reprises. Si un même internaute visite 10 fois un site web sur la période de référence, les données d'audience comptabilisent 10 visites et 1 visiteur unique sur la période.

VOICI LES OFFRES RETENUES POUR CET EXERCICE PARMIS LES INNOMBRABLES PROPOSITIONS

"L'entreprise", annonce 681 000 visiteurs uniques (web+mobile) avec **55% de CSP+** et 46% de 25-49 ans, supposons que c'est l'audience mensuelle, ce n'est pas précisé et en mobile 544 000 visiteurs uniques **26% de CSP+** et 39% de 25-49 ans. (Sources : Panel Médiamétrie NetRatings Internet Global Mai 2017*).⁴³

Avec en détails : performances Internet Fixe : 472 000, V.U | Mobile : 155 000, V.U Internet Global* : 613 000 de V.U

Tarifs, coût pour mille impressions (€)

WEB Formats IAB Standard 728*90 / 300*250 / 1000*90 : 60 € / 84 € / 91 €

Vidéo pré roll Pré roll 160 € / 000, Display à la performance Coût par clic (€) - WEB Formats au clic* 728*90 / 100*90 / 300*250 / 300*600 : 2 € | Formats au clic* Interstitiel 5

Display Coût Pour Mille impressions (€) - MOBILE ET TABLETTE

Formats IAB Standard Interstitiel 50 €

InFeed content Native Ad Page Article 113 €

⁴³ Pour info, extrait de la plaquette de Médiamétrie : "La mesure de l'Internet Global fournit aux régies, éditeurs, agences médias et annonceurs, les résultats et le profil de l'audience dédoublée Internet Ordinateur + Mobile + Tablette des groupes et des marques"

"FIP" : 148 000 visiteurs uniques, **37% de CSP+**

Tarifs, coût pour mille impressions (€)

WEB Formats IAB Standard 728*90 / 300*250 / 1000*90 : 60€ / 84€ / 91€

Mobile et Tablette inApp Display Coût Pour Mille impressions (€)

WEB Formats IAB Standard Splash (à l'ouverture ou entre deux contenus de page) 65 €

Formats IAB Standard Interstitiel 50 €

"Télérama"

1 671 000 visiteurs /mois internet fixe. Le News le plus féminin, CSP+, urbain et hauts revenus 51,5% de femmes, **46% de CSP+**, 65% d'urbains (indice 145) 39% de revenus 45K€. N'ayant pas trouvé sur le site de la régie de données spécifique digitales pour le titre, nous admettons pour l'exercice que ce profil d'audience est le même en digital.

Tarifs, coût pour mille impressions (€)

Pavé classique 300 x 250 : 40 €

Bannière 728 x 90 : 35 €

PACK VIDÉO DURÉE / L X H CPM BRUT Pré-roll 20 secondes 80 €

Pré-roll 30 secondes (« skipable » après 5 sec.) 80 €

In-read Article 593 x 330 : 100 €

Nous vous conseillons de comparer les offres retenues ci-dessous sur les critères de puissance, pénétration maximale, CPM utile (celles que nous avons choisies dans le corrigé). On considère dans cet exercice qu'il y a un contact par visiteur unique (sans quoi il aurait fallu faire le rapport entre visite unique et visite totale pour obtenir un probable taux de répétition si la cible était touchée à chacune de ses visites).

Offres retenues

L'entreprise WEB Format IAB Standard 728*90

L'entreprise MOBILE ET TABLETTE Formats IAB Standard Interstitiel

FIP WEB Formats IAB Standard 728*90

Télérama Bannière 728 x 90
