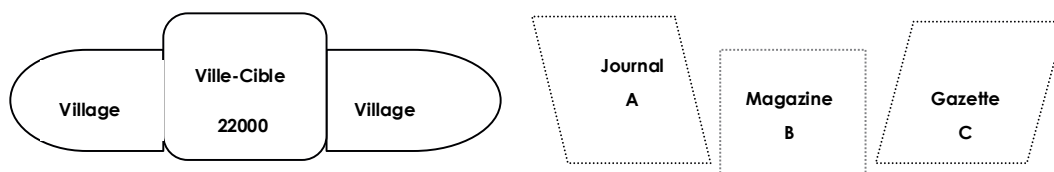


Prenons une ville de 22 000 habitants que nous appellerons **Ville-cible**. 3 supports locaux : le journal A, le magazine B, la gazette C, vendus sur **Village Voisin, Ville-Cible, Village d'à côté** qui sont 3 communes mitoyennes. L'objectif : choisir les meilleurs supports en les classant sur une échelle d'économie, puissance et affinité lorsque la cible est constituée des habitants de la **Ville-Cible**.



Diffusion par ville ►

Comment lire le tableau ?

Le journal A se vend à 2200 exemplaires en tout, 400 dans la commune Ville-Cible, 600 dans le Village Voisin et 1200 dans le Village d'à côté. Le tarif d'une pleine page quadri format utile est de 2100 euros. Pour un acheteur, le taux de circulation indique 3 lecteurs.

	DIFFUSION	TX circulation	Ville- cible	Village Voisin	Village d'à côté	Tarif PPQFU
Journal A	2200	3	400	600	1200	2100
Magazine B	1300	3	350	800	150	1200
Gazette C	850	4	300	200	350	800

Support	Puissance	Affinité (audience utile/ audience totale)	Economie/CPMu
Journal A	1200 (3x400)	$1200/6600=18\%$	$2100 \times 1000 / 1200 = 1750$
Magazine B	1050	26.9%	1142 € pour 1000
Gazette C	1200	35%	666 € pour 1000

La puissance correspond ici aux nombres de lecteurs dans la ville-cible soit 400 exemplaires diffusés fois 3 le taux de circulation soit, 1200 lecteurs. L'affinité correspond à ces 1200 rapportés aux 6600 lecteurs du Journal A (2200 exemplaires diffusés en tout x taux de circulation de 3). Le meilleur support si l'on considère que les trois échelles sont dans notre exemple aussi importantes les unes et les autres pour la cible **Ville-cible**, est le support **Gazette C** celui qui arrive le mieux classé.

Remarque : si maintenant la cible est : « les habitants de **Village d'à côté** » la puissance du **journal A** est : $3 \times 1200 = 3600$ individus soit un CPMU de $2100 \times 1000 / 3600 = 583$ euros.

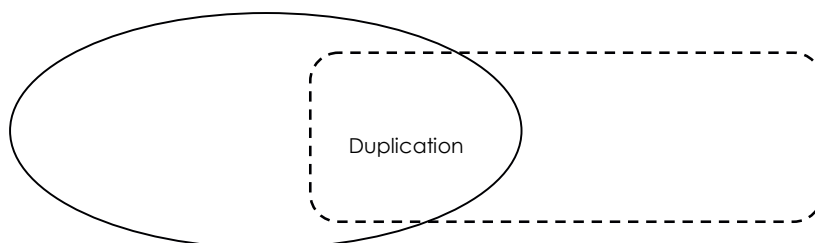
Art. L. 122-1 du Code de la propriété intellectuelle « Le droit d'exploitation appartenant à l'auteur comprend le droit de représentation et le droit de reproduction », toute photocopie non autorisée en dehors de celle destinée à l'usage privée est un délit de contrefaçon.

► Dans cette ville **cible**, le support **Journal A** permet de toucher 1200 personnes sur les 22000 qui sont notre cible. On parlera de **taux de pénétration** sur la cible de $1200/22000=5,5\%$

► Imaginons maintenant que l'on investisse simultanément dans Journal **A** et dans Magazine B. Nous aurons une audience utile *totale* de Journal **A+ Magazine B**= $1200+1050=2250$ personnes. Nous parlerons alors d'une **Couverture utile du plan A+B** de 2250 personnes.

Le **Taux de pénétration** du plan sera alors $2250/22000=10\%$.

Il est cependant possible que certains lecteurs consultent à la fois le support Journal A et le Magazine B. On parlera alors de duplication d'audience.



Si la **duplication** est de 500 lecteurs, la **couverture nette utile sera alors de** $= 1200+1050-500=1750$ individus. Le **taux de pénétration** devient $1750/22000= 8\%$ des habitants de la Ville **cible** (notre cible). A l'inverse, si nous optons pour plusieurs parutions dans le même support et que nous touchons de nouveaux lecteurs d'une fois sur l'autre, nous parlerons d'accumulation d'audience.

Enfin, pour comparer deux plans média ou deux supports, on utilisera le GRP (Gross Rating Point) produit de la couverture nette utile par la répétition moyenne et le coût du GRP : budget / GRP en fait coût pour 1 point de GRP.

Cet indicateur permet de neutraliser la différence entre un plan visant un grand nombre de contact et un plan visant une couverture plus large de la cible avec moins de contacts au même budget.