



**La
juste
mesure**

NOTRE MISSION NOS ENGAGEMENTS



MESURER, ANALYSER, C'EST NOTRE MÉTIER

Nous nous engageons pour l'objectivité et la juste mesure, c'est notre mission.

Médiamétrie existe pour vous guider, vous éclairer, vous, professionnels de l'écosystème média et publicitaire qui désirez connaître les comportements et les évolutions de vos publics.

En tant que Tiers de Confiance, nous orchestrons le dialogue pour construire le consensus.

Nos datas et nos savoir-faire contribuent à produire des mesures précises, fiables et souveraines, pour vous permettre de décider sereinement et d'agir efficacement.

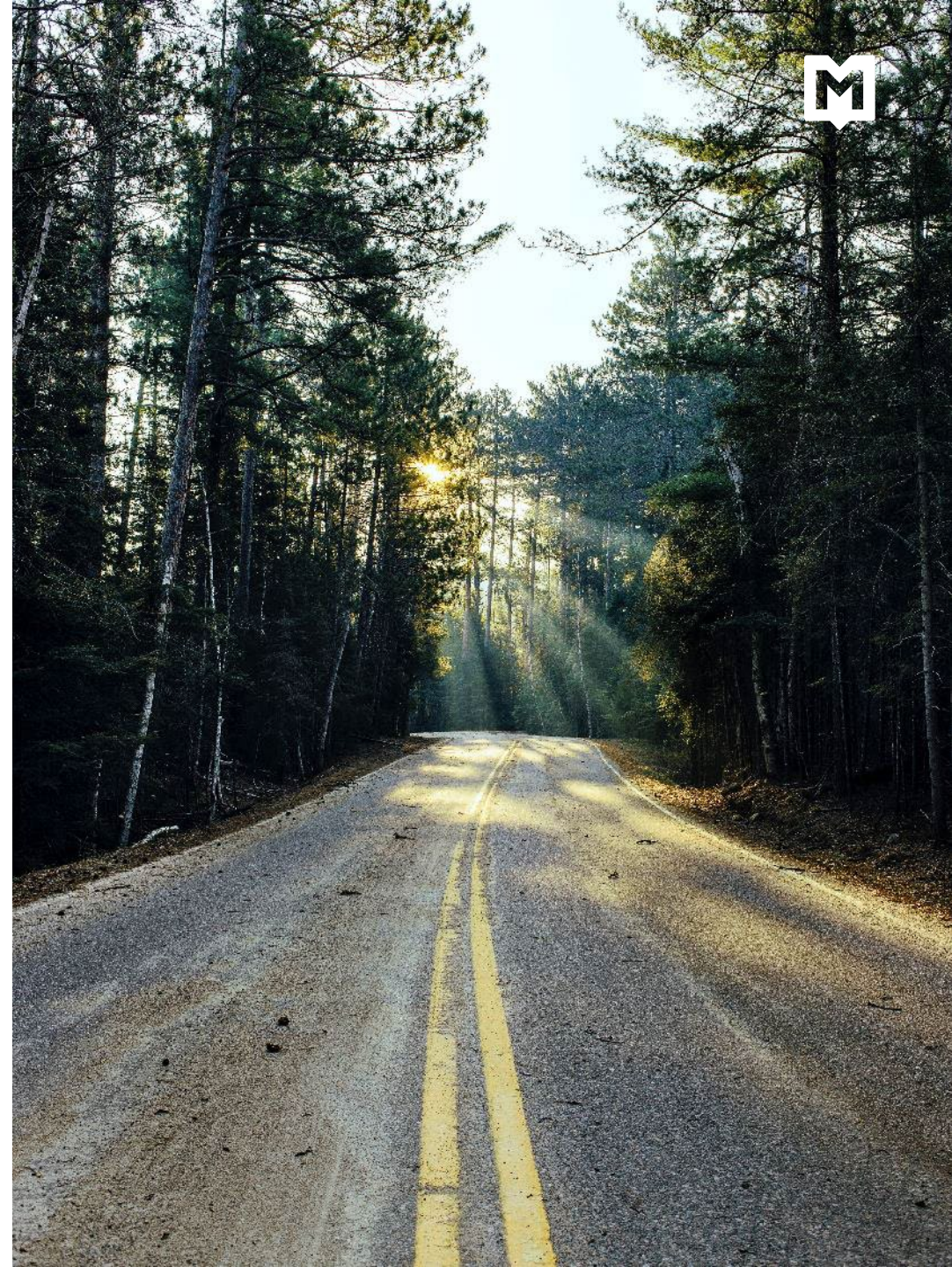
Ce sont nos engagements. Ils ne seraient pas complets sans une attitude citoyenne forte : nous réduirons de moitié notre empreinte carbone d'ici 2030, c'est notre responsabilité.*

Oui, nous en sommes convaincus, c'est ensemble que nous avancerons et fabriquerons sereinement demain.



Yannick Carriou, Président-Directeur général de Médiamétrie

* versus 2020



Dans le cadre du déploiement de sa stratégie RSE, Médiamétrie, qui s'est engagée à réduire ses émissions de GES d'ici 2030 (versus 2020), noue un partenariat avec



Une initiative climatique française lancée en 2015 qui vise à sensibiliser aux impacts du changement climatique pour en limiter les effets, et à transmettre les clés de l'adaptation.

Notre bilan carbone complet 2022

↘ -8% versus 2020

Les 3 PILIERS RSE de Médiamétrie

Climat

Réduire de moitié notre
empreinte carbone d'ici à
2030*

* vs 2020



Achat de produits et services + responsables, conception écoresponsable de nos produits et services, sobriété numérique et énergétique, mobilité verte

Social

Promouvoir plus
d'égalité et
de diversité



Egalité hommes-femmes, santé et sécurité de nos collaborateurs, inclusion et solidarité

Ethique

Assurer une pratique
transparente en ligne
avec nos valeurs



Pratiques éthiques et transparence



NOS VALEURS

La force de la connexion

Avec nous, le pluriel devient Un. Nous faisons converger les data, les idées, les énergies, les technologies et les sciences.

L'obligation de la transparence

Dire ce qu'on fait et faire ce qu'on dit, voilà ce que nous impose notre rôle de Tiers de Confiance.

La chaleur de la confiance

Depuis près de 40 ans, notre métier nous pousse à toujours plus d'exigence, de précision et d'exactitude.

L'énergie de l'audace

Voir plus loin, oser dépasser les conventions pour en réinventer de plus modernes, de plus solides et encore plus fiables. Nous avons assez de pugnacité pour avancer et défendre une vision dont nous sommes certains.



3 axes stratégiques pour des mesures souveraines et pérennes

Moderniser les mesures TV/Vidéo, Radio/Audio, Digital, **orientées contenus, publicité et data**



Etablir une mesure publicitaire cross média TV - Vidéo - Digital **convergente**



Valoriser nos mesures avec l'écosystème data pour **aller de l'audience à la performance**



Pour nos clients,
cadrer, mesurer
et comprendre
un univers média
en pleine
transformation



CADRER

Photographies de la population,
ses équipements, ses abonnements,
ses comportements



MESURER

Les **audiences** et les **usages des médias**

COMPRENDRE

Analyser et approfondir
Eclairer les **tendances**
Expliquer les évolutions de **comportement**



Des solutions pour nos clients

Cadrer l'équipement et les comportements médias des Français

M Devices (Equiperment, réception, offres et abonnements multimédias), **Global Média** (vidéo et audio), **Web Observatoire**, **Baromètre des TV connectées...**

Mesurer

l'audience des contenus

Médiamat : l'audience TV (chaînes nationales et thématiques)	Mesures TV locales & régionales
Audience Internet Global	Audience Internet Vidéo
eStat Podcast	eStat'Streaming : la consommation audio et vidéo
EAR : Etude d'Audience Radio (National, IDF, Local)	EAR Insights : les comportements et habitudes d'écoute de la radio
Métridom : l'audience TV/Radio/Internet Outre Mer	

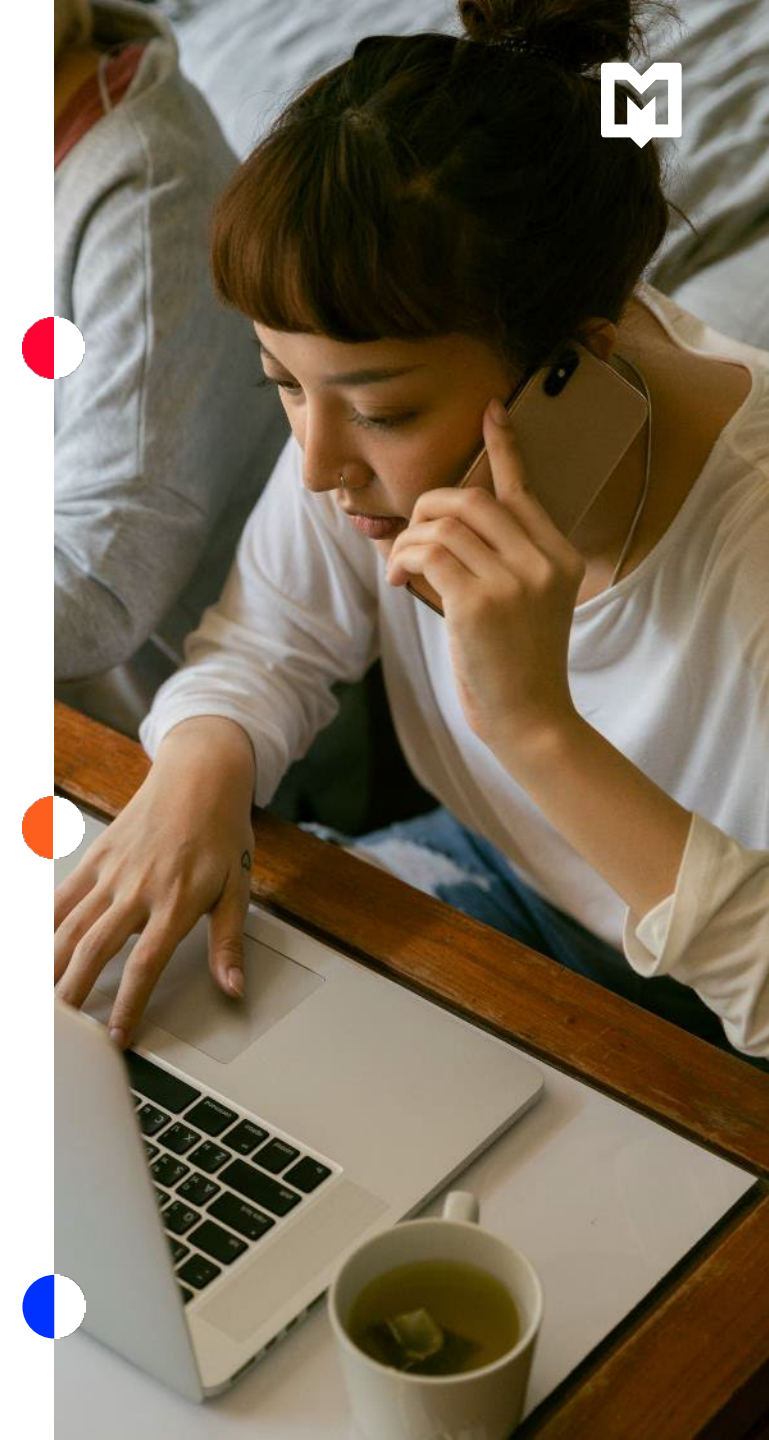
les performances publicitaires

Bilans de campagne Total TV (linéaire et délinéaire) Digital : DAR (Nielsen Digital Ad Ratings) TV+Digital : XCR (Cross Campaign Ratings)
MarketingScan : Aide à la décision fondée sur les données de consommation et de vente
Solutions de Médiaplanning TV (cibles personnalisées), Internet (Cibles Data, Data Enriching), Radio (cibles Cadres & Premium)
Etude Cross-média (TV/Radio/Internet/Presse/Publicité Extérieure) avec l'ACPM et Affimétrie

Comprendre pour approfondir et aller plus loin

Etudes Insights : Cinéma, Piratage, Gaming, Evénements
Etudes Ad Hocs : Choix de la soirée audiovisuelle, Matinales Infos, Zooms thématiques, Post-tests, Tests de programmes...

Baromètre SVOD
Observatoire des comportements de la SVOD





Des méthodes et des technologies **innovantes**

Innovations méthodologiques

Mesure de l'audience hors domicile et en mobilité

Modes de **recueil** multi-supports

Fusions statistiques

Hybridation des mesures (data + panels)

Innovations technologiques

Watermarking

Meter Internet

Audimètre TVM3 (3^{ème} génération)

Audimètre Individuel Porté ROA (Rate On Air)

Maîtrise du **Cloud computing**

Parallélisation des calculs

Traitements rapides de données massives et hétérogènes

Interfaces de restitution des résultats en web services avec calcul à la volée



GLANCE

L'expert des marchés TV et vidéo à l'international
Données d'audience et analyses dans plus
de 100 pays dans le monde, **nouveaux contenus**
et tendances TV et vidéo dans plus de 50 marchés
Evaluation des contenus et **potentiel d'audience**
des projets scénarisés

MAROCMETRIE

Audience quotidienne de la télévision au **Maroc**

Commercialisation de méthodes et technologies,
en Inde, aux Pays-Bas, en Norvège et en Suède



Notre savoir-faire
à l'international



Plus de 1 000 clients
en France et à l'international

Médias

Agences médias

Annonceurs et institutions

Producteurs

Distributeurs

Gestionnaires de droits

Opérateurs télécom

Chiffre d'affaires

Groupe
Médiamétrie

104,1M€
en 2023



Des équipes **engagées**

800 collaborateurs dont **330** enquêteurs
dans 2 centres d'appels Médiamétrie
(Amiens et Petit Quevilly)

52% de femmes / **48%** d'hommes

33 ans en moyenne

L'**expertise** des enquêtes et des datas

en conformité avec le RGPD

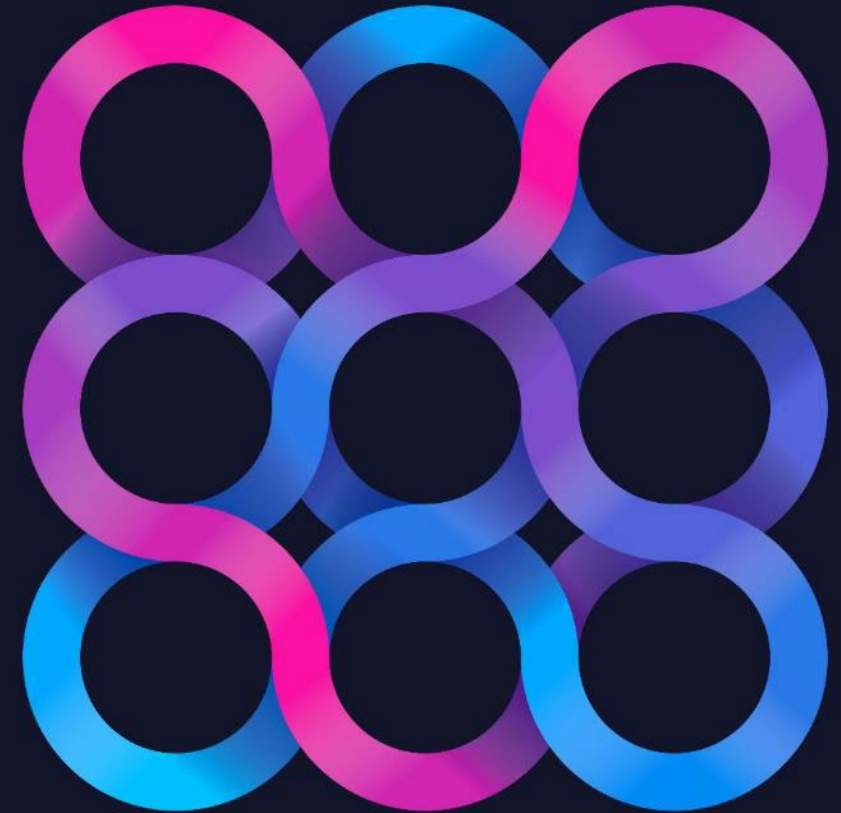
+d'1 milliard de datas
traitées chaque jour

1,5 million d'interviews/an
dont 800 000 via internet

60 000 panélistes animés
au quotidien



Certification ISO
9001 LRQA





2 niveaux de gouvernance pour **fédérer nos clients et favoriser le dialogue**

Le Conseil d'administration

Composé des actionnaires, il définit la stratégie et les grands équilibres économiques de Médiamétrie

Les Comités Décisionnels & les Commissions Techniques

Une très large représentation pour décider des évolutions des mesures de référence

5 Comités : Audimétrie, TV Thématiques, Internet, Radio, Métridom

Commissions Scientifiques et Techniques

Groupes de travail (Watermarking, Audimétrie Individuelle Portée, Podcasts, Médiaplanning...)

Atelier Cross média pub



LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président

Yannick Carriou

France Télévisions

Delphine Ernotte-Cunci
Marianne Siproudhis
Stéphane Sitbon-Gomez

TF1

Ara Aprikian

Métropole Télévision

Régis Ravanas

Société d'édition de Canal+

Maxime Saada

Radio France

Sibyle Veil

Promotion et spectacles d'Europe 1

Constance Benqué

NextRadioTV

Arthur Dreyfuss

Union des Marques

Jean-Luc Chetrit

Publicis Conseil

Gautier Picquet

Dentsu France

Pierre Calmard

Havas

Raphaël de Andréis

Orange Participations

Laetitia Orsini Sharps





COMITÉ AUDIMÉTRIE

Arte, Canal+, DDB, Dentsu France, France Télévisions, GroupM, Havas, IPG Mediabrands, L'Equipe, M6, NextRadioTV, NRJ Global, Publicis, TF1, Union des marques

COMITÉ TV THÉMATIQUES

13ème Rue, Canal+, Canal+ Distribution, DDB, Dentsu France, Game One, Havas, M6, Mediawan Thematics, NextRadioTV, Orange, Publicis, SFR, TF1, Trace TV, Turner, Union des marques, Walt Disney Company France

COMITÉ INTERNET

Canal+, Dailymotion, DDB, Dentsu France, e-TF1, Facebook, France Télévisions, Google, Groupe Figaro-CCM Benchmark, Havas, Lagardère Active, Leboncoin, Le Monde Interactif, L'Equipe, Les Echos, M6 Web, NextRadioTV, Orange, Prisma Media, Publicis, Radio France, Snap., SPQR/366, Twitter, Union des marques, Webedia

COMITÉ RADIO

Dentsu France, Europe 1/Lagardère Active, Groupe M6 (RTL, RTL2, Fun Radio), Havas, Les Indés radios/TF1 Publicité, NRJ/NRJ Global, Omnicom Media Group, Publicis, Radio France, RMC, Skyrock, Union des marques

COMITÉ MÉTRIDOM

Antenne Réunion, Canal+ International, Groupe Cirano, France, FTV Pub Outremer, FTV/Outremer la 1^{ère}, Havas Outremer, Mediarsenal (Nautilus), R2GP, Radio Freedom, RCI Group, Unilever, Union Des Marques, Unit Média Antilles (Corida), Unit Média Réunion, viàATV, Trace, GBH (Groupe Bernard Hayot)



Cinq **comités**
et un **atelier**
Cross média pub



STRUCTURE DU CAPITAL

65% Médias et autres actionnaires



france•tv



35% Annonceurs, Agences Conseils
et Opérateurs télécom



dentsu





FILIALES ET PARTICIPATIONS



mediametrie // NetRatings

La mesure d'audience d'Internet en France



Marchés tests en condition réelle
et efficacité publicitaire



La mesure d'audience de la TV au Maroc



Mediamétrie
70, rue Rivay
92532 Levallois Cedex
+33 (0)1 47 58 97 58
www.mediametrie.fr



Mediametrie



Médiamétrie



Mediametrie.official

Mediamétrie - SA au capital de 14 880 000€
RCS Nanterre B333 3444 000 - Certifié ISO 9001
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés