

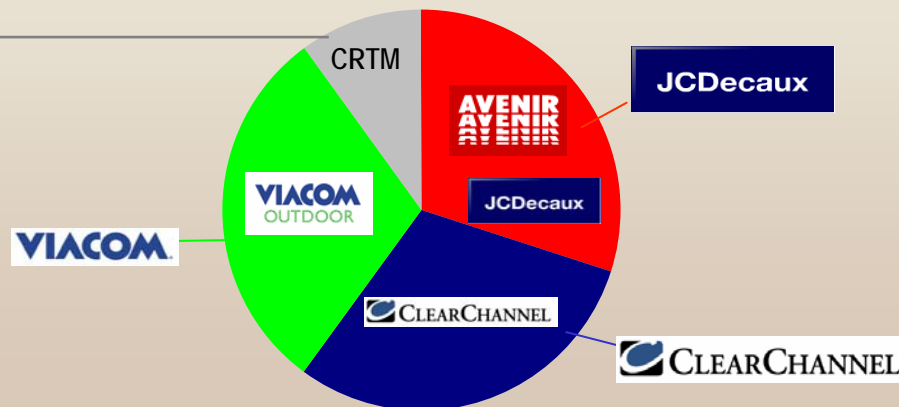
AFFIRMÉTRIE



**La mesure d'audience de la
communication extérieure**

- 1992 :** Création du G.I.E **AFFIMÉTRIE** par Avenir, Dauphin et Giraudy, dans le but d'établir le système français de mesure d'audience de l'affichage.
- 2002 :** **AFFImETRIE** devient une **S.A.S.** [+ de transparence]
Ouverture du capital aux Annonceurs et leurs Agences médias (CRTM : Club de Recherche Tous Média)
- 2005 :** Entrée de **JCDecaux** Mobilier Urbain et Adshel (Clear Channel)

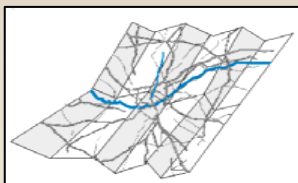
SAS AFFImETRIE



Tous les supports Grand Format et Mobilier Urbain sont mesurés

□ Une mesure d'audience en constante amélioration

→ D'un recueil complexe et coûteux à un recueil sophistiqué et plus économique



> 1ère vague (1993) : 54 agglos. +100 (BVA) :

Enquête en face-à-face au domicile sur carte papier



> 2ème vague : renouvellement de 5 agglos +100 (IPSOS)

Enquête en face-à-face au domicile sur cartographie numérique (portable)

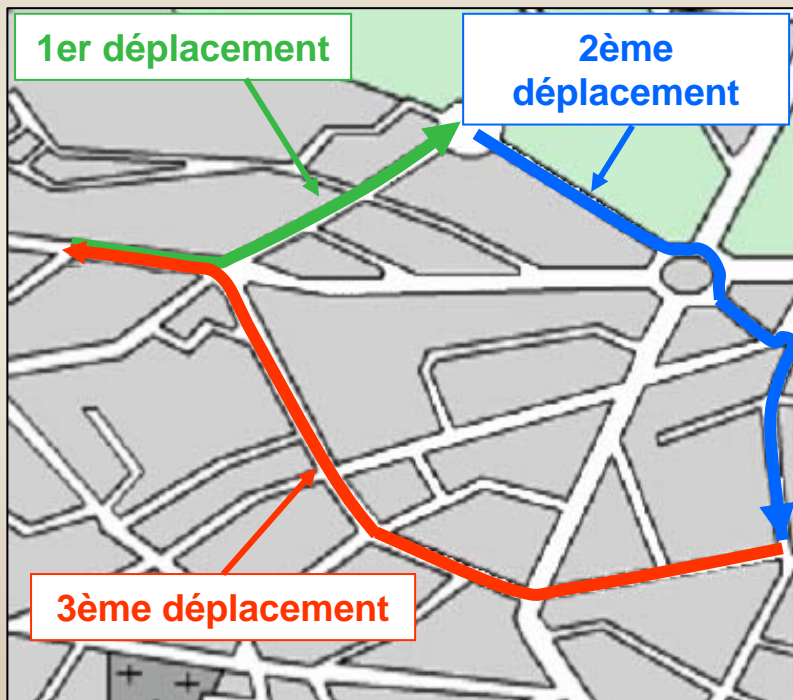


> Depuis 2002 : agglos -100, renouvellement +100 :

Enquêtes exclusivement téléphoniques sur cartographie numérique

1- Enquête de déplacement

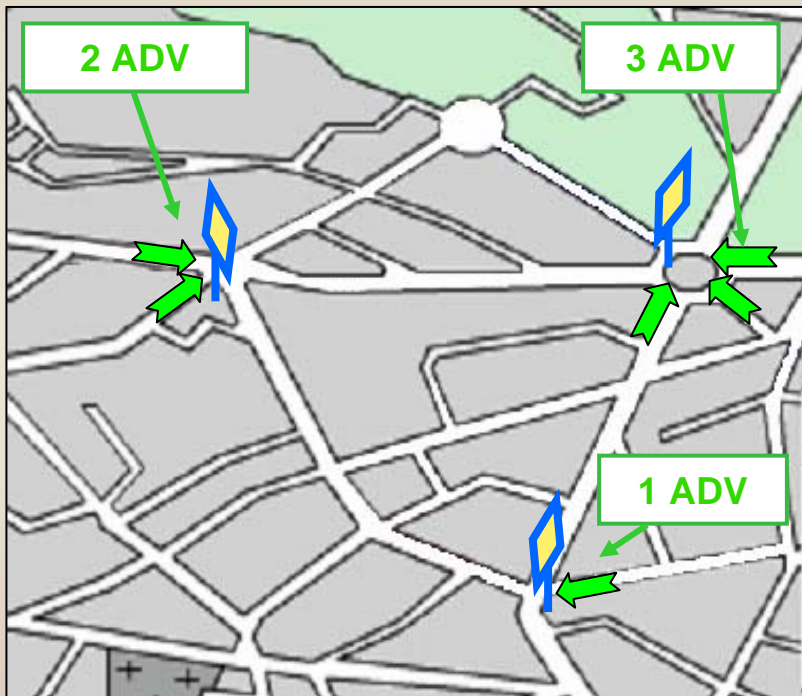
En 2005 : au cumul plus de 80 000 interviews sur les agglomérations de +10 000 habitants



- Pour chaque agglomération :
- Constitution d'un échantillon représentatif
- Recueil pour l'ensemble des déplacements de la veille :
 - itinéraire,
 - heure,
 - mode
 - motif

□ 2 - Sélection des Axes De Visibilité (ADV)

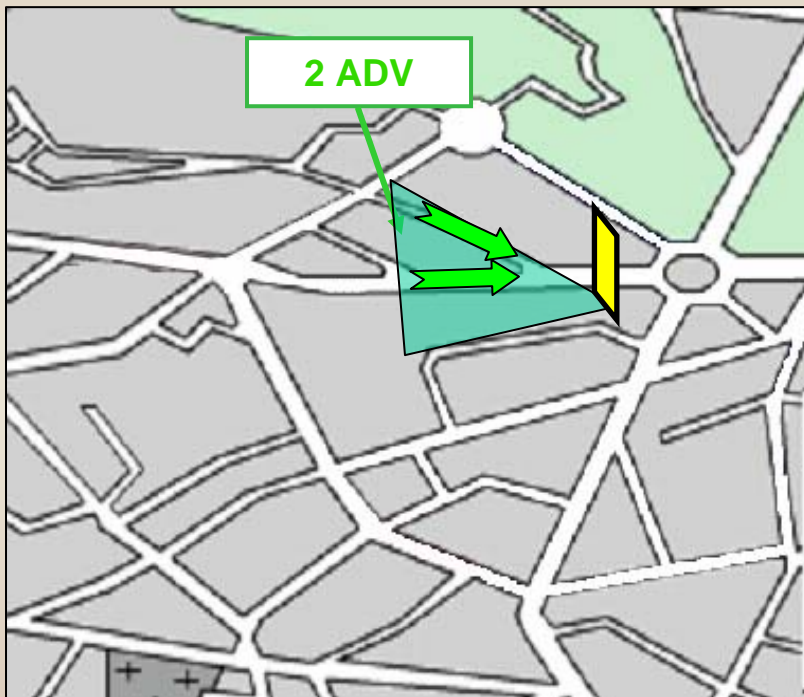
2.1 Le grand format



- Repérage exhaustif des panneaux sur le terrain
- Relevé sur le terrain des axes de visibilité :
 - distance max 80m
 - 4 ADV maximum
- Saisie des informations sur cartographie numérique

□ 2 - Sélection des Axes De Visibilité (ADV)

2.2 Le mobilier urbain 2m²

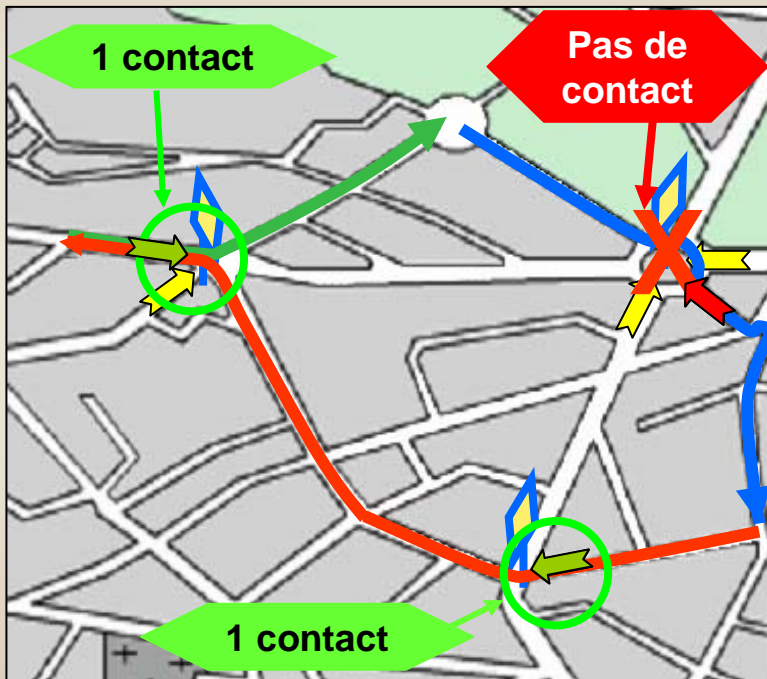


▪ sélection automatique des ADV suivant les règles validées par le CESP :

- moins de 35 m
- cône de 60°
- rejet des axes parallèles
- maximum de 4 ADV

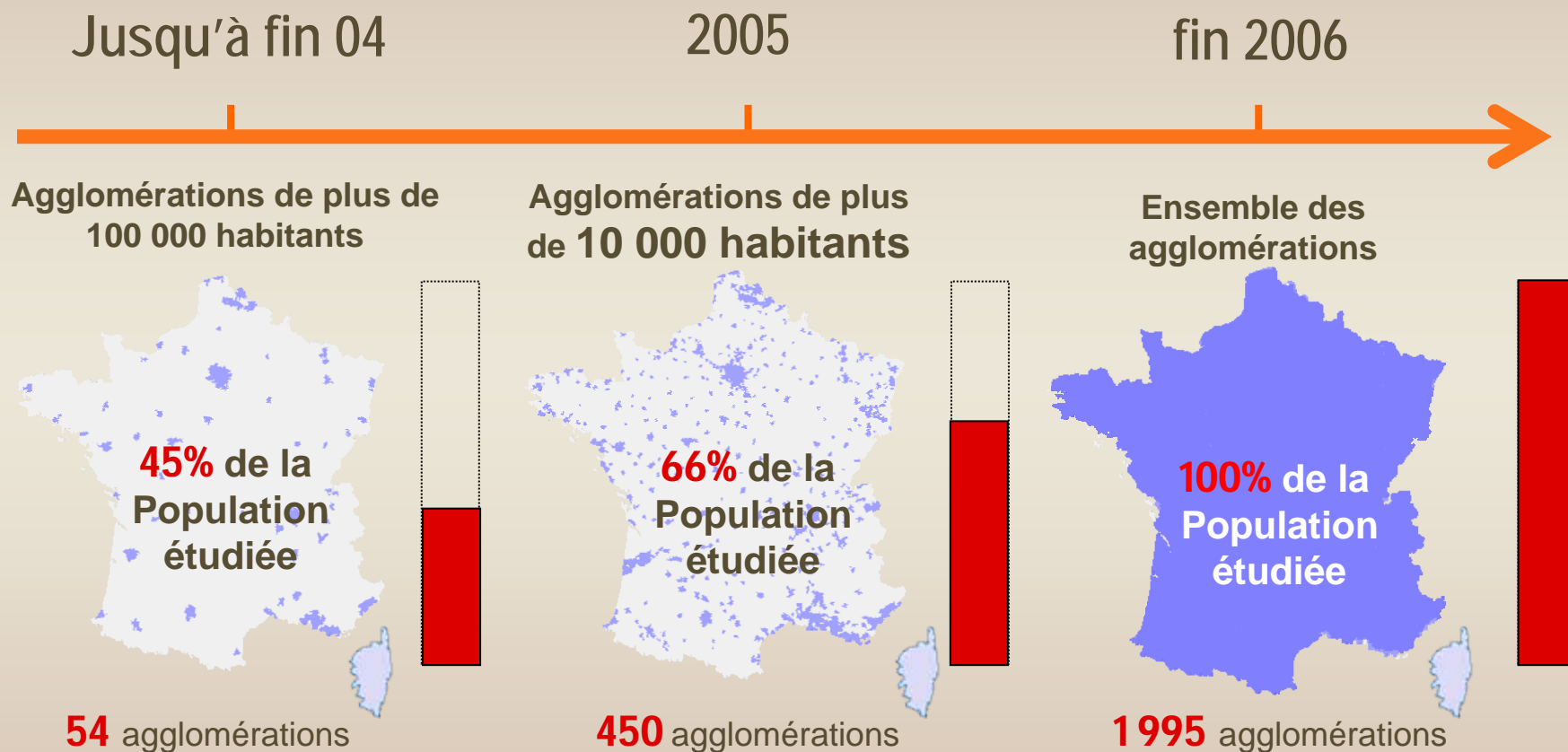
3- Le croisement des deux bases de données

Positionnement des panneaux + déplacement → Audience précise



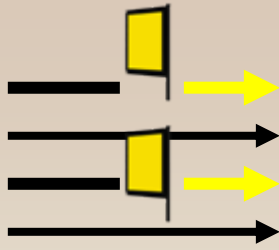
- **croisement des informations :**
 - patrimoine (ADV)
 - mobilité (Déplacements)
- **calcul précis de l'audience :**
 - individus exposés (% couv)
 - nb contacts (répétition)
- **résultats délivrés par réseau**

□ Un périmètre géographique en extension





Population de référence



Réseau & Déplacements



Population exposée
= **couverture**
en effectif

X



Répétition moyenne

=



O.D.V
(Occurrences De Voir)

$$= \frac{\text{ODV}}{\text{Pop de référence}} \times 100$$

**GRP = nombre de contacts délivrés
pour 100 personnes de la population de référence**

AFFIRMÉTRIE



**La mesure d'audience de la
communication extérieure**
