



## Le CESP met à la disposition du marché une grille de comparaison des solutions Drive to Web

Le CESP et le SNPTV, représentant les principales régies publicitaires TV, se sont associés pour réaliser une grille de comparaison des principales solutions Drive to Web. L'objectif principal de cette démarche est de développer la transparence méthodologique pour les utilisateurs : régies TV, annonceurs et agences.

Admo.tv, Leadsmonitor, Realytics et TVTY ont pleinement participé à cette initiative. En toute transparence, ces acteurs ont partagé les caractéristiques de leurs solutions, leurs méthodologies et leurs modes de calcul des impacts et attributions de la communication TV sur les principaux KPIs du site de l'annonceur. Ces éléments ont été validés à l'aide de documentations techniques partagées et d'un test d'une campagne publicitaire multi taguée, analysée en situation réelle.

Ce projet permet de détailler au sein d'une grille normée les points communs et spécificités de ces 4 solutions utilisées sur le marché français.

Sur la base des documentations fournies, le CESP trouve satisfaisante l'approche de mesure de l'impact direct par fenêtre dynamique. Il émet par ailleurs trois principales recommandations :

- **Interpréter les estimations du trafic indirect** avec précaution du fait de sa corrélation possible avec d'autres variables explicatives.
- **Dissocier les restitutions des petits impacts** qui peuvent être statistiquement difficiles à isoler avec certitude du bruit naturel du trafic du site.
- **Mettre en place des indicateurs étalon communs** qui faciliteraient la comparaison entre les solutions.

L'ensemble de ces travaux a été présenté aux adhérents du CESP lors du Collège Data du 18 mars 2021.

**Valérie Morrisson**, Directrice Générale du CESP déclare : *"Cette grille illustre la vocation pédagogique du CESP. Je souhaite qu'elle nourrisse utilement les échanges entre utilisateurs et fournisseurs des solutions Drive to Web et je remercie le SNPTV, l'UDECAM et l'Union des Marques pour leur soutien et leur participation à la définition des besoins, ainsi que les fournisseurs des solutions pour la qualité de leur collaboration avec le CESP."*

**Fabrice Mollier**, Président de Canal+ Brand Solutions - régie membre du SNPTV, *"salue la mobilisation des solutions étudiées qui ont partagé leurs méthodologies. Ce benchmark et les recommandations du CESP contribuent à la volonté du média TV de transparence vis-à-vis des agences et des annonceurs, qui utilisent ces solutions pour construire leurs campagnes TV et en mesurer l'efficacité sur la génération de trafic sur leurs sites."*

**La grille de comparaison ainsi que les recommandations du Comité Scientifique sont maintenant disponibles sur le site du SNPTV ([snptv.org](http://snptv.org)).**



Le **CESP** (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences et régies publicitaires des médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études sur les médias et l'efficacité publicitaire, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias.

Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise sur de nombreux travaux liés aux médias et aux problématiques digitales et data, en France comme à l'international.

[www.cesp.org](http://www.cesp.org)



Créé en 1989, le **Syndicat National de la Publicité Télévisée** regroupe les régies audiovisuelles et coordonne les travaux visant à développer et promouvoir les supports publicitaires audiovisuels.

Le SNPTV compte 8 membres : **TF1 Pub, M6 Publicité, France Télévisions Publicité, Canal+ Brand Solutions, Next Media Solutions, Amaury Media, beIN Régie et Viacom international media networks Advertising and Brand Solutions**

Quatre missions directrices

- La promotion de la publicité TV, y compris au travers du soutien de ses membres aux campagnes d'intérêt général.
- L'étude de la publicité TV et de la permanence de son efficacité pour ses annonceurs, conseils en achats médias et agences de publicité.
- La veille des développements de la publicité TV, notamment dans le monde.
- La représentation de ses membres et le dialogue avec les instances représentatives des acteurs de la publicité.

[www.snptv.org](http://www.snptv.org)



## CONTACTS PRESSE

**CESP** - [jbendikha@cesp.org](mailto:jbendikha@cesp.org)

**SNPTV** - Lola Romeo - [pubtv@snptv.org](mailto:pubtv@snptv.org) - 06 79 10 69 77