

**7 nouvelles solutions ont obtenu le Visa Efficacité du CESP et intègrent le Référentiel de l'Union des marques.**

**Au total 24 solutions sont déjà référencées.**

Quatre mois après son ouverture à l'ensemble du marché, la plateforme de consultation du Référentiel de la mesure de l'efficacité de la communication, bâti par l'Union des marques, se renforce en intégrant 7 outils et études ayant obtenu le Visa efficacité du CESP, lors de la deuxième vague de certification engagée en février dernier. Ils sont désormais consultables sur <http://lereferentiel.uniondesmarques.fr>

**Le Visa Efficacité encourage la transparence des dispositifs et vérifie le respect de prérequis méthodologiques d'outils et études proposées par les régies, les agences et les instituts d'études afin que leurs solutions puissent intégrer la plateforme.**

Les principaux critères du Visa portent sur la méthodologie d'enquête, la représentativité de l'échantillon, la définition des indicateurs d'efficacité, la précision des résultats partagés, et la pertinence de l'utilisation de données externes et exogènes.

Ainsi, à l'issue de cette seconde vague de certification, 7 études et outils ont obtenu le Visa Efficacité :

- L'outil *Adscore & DigiScore avec @Commute* de Mediatriansports
- L'outil *Adscore & DigiScore* de Phenix Groupe
- L'étude *Efficacité de la presse : quel impact sur les ventes des marques Grande Conso ?* de Prisma Media Solutions
- L'étude *Efficacité QRP Ventes Grande Consommation* de FranceTV Publicité
- L'étude *Efficacité Offre Time* de FranceTV Publicité
- L'étude *TV 2 STORE* de RelevanC
- L'outil *Smart Census Appariée* de Mediaperformances

Ces études et outils font désormais partie intégrante du Référentiel, et leurs fiches signalétiques sont consultables sur la plateforme en accès direct ou via les indicateurs qu'elles permettent de calculer. Ils rejoignent ainsi les 17 autres études et outils, certifiés Visa Efficacité ou de référence, pour un total de 24.

## Le Référentiel de l'efficacité est un véritable outil au service de la performance de la communication

Pour rappel, le Référentiel est la première plateforme dédiée à la mesure de l'efficacité de la communication, créée par l'Union des marques et ses adhérents, accompagnée de Bearing Point et MMZ Conseil. Grâce à cette plateforme, chaque utilisateur peut sélectionner rapidement les indicateurs les plus adaptés à sa problématique mais aussi les plus fiables et en obtenir une définition précise.

Pour une sélection optimale, Le Référentiel est aujourd'hui constitué d'un corpus d'une centaine d'indicateurs de mesure de l'efficacité de la communication qui s'enrichit au fil du temps. Il est organisé les indicateurs autour de trois niveaux :

- les indicateurs de mise en œuvre média (les pré-requis de l'efficacité)
- les indicateurs publicitaires qui mesurent la compréhension et la mémorisation des messages publicitaires
- les indicateurs d'efficacité globale liés aux objectifs de marques, pré-business et business, pour évaluer la performance en regard des budgets investis.

Gratuit pour les marques adhérentes de l'Union des marques, Le Référentiel est disponible sur abonnement pour tous ceux qui le souhaitent : agences, régies ou instituts...

### Une troisième vague de certification à venir.

Pour continuer d'enrichir son offre, Le Référentiel intégrera régulièrement de nouveaux outils et études après qu'ils aient obtenu le Visa Efficacité auprès du CESP. Régies, agences et instituts d'études sont invités à postuler à la 3ème vague du Visa Efficacité avant le 1er juillet. La publication dans le Référentiel des études et outils visés lors de cette 3ème vague aura lieu début octobre 2020.  
Dépôt des candidatures : [lereferentiel@uniondesmarques.fr](mailto:lereferentiel@uniondesmarques.fr)

#### CONTACTS PRESSE :

Union des marques

Natalia Abella : [nabella@uniondesmarques.fr](mailto:nabella@uniondesmarques.fr) / 06 73 25 48 51

CESP

Samuel Le Frious : [slefrious@cesp.org](mailto:slefrious@cesp.org)

A propos : L'Union des marques est l'organisation représentative des marques. Elle compte 6600 membres au sein de ses 230 entreprises adhérentes, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs et représente plus de 1500 marques.

Elle a pour mission de promouvoir la liberté de communiquer en développant une communication responsable et de renforcer l'efficacité des actions marketing et communication.

L'Union des marques est une plateforme d'inspiration et d'échange, de mise en contact, d'accompagnement et de représentation. Pour en savoir plus : [www.uniondesmarques.fr](http://www.uniondesmarques.fr)

Le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la communication concernés par l'étude de l'audience des médias et la mesure de leur efficacité : annonceurs, agences et médias. Le CESP audite toutes les mesures d'audience de référence pour le compte de ses adhérents, quel que soit le média : Internet, TV, presse, communication extérieure, radio, cinéma.

Véritable laboratoire d'idées, le CESP constitue un lieu d'échanges neutre et indépendant pour débattre des innovations et conventions que les différents acteurs du marché sont amenés à définir ensemble.

Tiers de confiance reconnu, le CESP assure également des missions de certification et de conseil en France et à l'international.