



Communiqué de presse

Le CIAUMED* a présenté, jeudi 8 octobre dans un hôtel de la capitale économique, le nouveau système de mesure d'audience de la télévision. Ont assisté à cette présentation les chaînes de télévision, leurs régies, les annonceurs et leurs agences ainsi que les partenaires institutionnels du Groupement, Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle et Ministère de la Communication.

Rappelons que c'est GfK qui a remporté l'appel d'offres international lancé par le CIAUMED pour choisir l'opérateur de la mesure d'audience pour la période 2016-2020.

En termes de technologie, le nouveau système utilisera à la fois Watermarking et le Fingerprinting pour mesurer les audiences des programmes, des écrans publicitaires et des autopromotions, à la seconde près.

Le panel sera constitué à partir d'une étude de cadrage, l'étude d'établissement, sur la base d'un échantillon qui couvrira la totalité du territoire et sera tiré par méthode probabiliste aléatoire basée sur les données les plus récentes du Haut-Commissariat au Plan et notamment le Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2014.

Le système de mesure produira, annuellement, des données socio démographiques, d'équipements, d'habitudes d'achats, et de loisirs de la population du Maroc. Il produira en particulier les données d'audience qui seront livrées, quotidiennement, à 9h.

Il convient d'observer que ces données permettront aux

- Diffuseurs d'évaluer leurs programmes et ainsi les adaptés aux attentes des téléspectateurs.
- Annonceurs et publicitaires de planifier l'achat des espaces publicitaires.
- Différents observateurs de la société (chercheurs, journalistes, politiciens, etc.) d'avoir les résultats d'études et enquêtes fiables sur l'audience de la TV marocaine.

A cette occasion, le CIAUMED a également présenté les dispositions prises pour la phase de transition entre le système actuel du nouveau système et notamment les dispositions à prendre pour la récupération de la back data.

**Le CIAUMED (Centre Interprofessionnel d'Audimétrie Médiaque) est un Groupement d'Intérêt Economique (GIE) constitué en 2006 par la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (SNRT), Soréad 2M, Médi1TV, le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM), Régie 3 et l'Union de Agences Conseil en Communication (UACC).*