

Indicateurs TV – définitions

Il existe en principe cinq valeurs couvrant l'ensemble des indicateurs clés:

Brut en % ou en milliers / net en % ou en milliers / rapport entre brut et net

- Rating cum. en %** = pénétration **nette** pondérée avec la durée de vision **en %**
 Signifie quel pourcentage du groupe cible est atteint au moins 1 fois
- Somme des contacts** = pénétration **brute en milliers**
 Signifie la somme de tous les contacts générés (contacts multiples compris)
- GRP (Gross Rating Point)** = pression publicitaire ou pénétration **brute en %**
 Signifie quel pourcentage du groupe cible est atteint dans l'ensemble (contacts multiples compris, peut donc être supérieur à 100)
- Projection** = pénétration **nette en milliers**
 Signifie la somme de tous les téléspectateurs atteints au moins 1 fois
- OTS (Opportunity to see)** = contact médian (**rapport entre brut et net**)
 Signifie le nombre de contacts des téléspectateurs en moyenne
- Affinité** = rapport entre le niveau GRP du groupe cible et celui du groupe cible de référence
- Part de marché** = pourcentage de la durée de vision d'une émission
 Signifie le pourcentage de durée de vision d'une émission (d'un programme) par rapport à la durée totale de toutes les émissions (programmes) sur une même période

Les prix (calcul prix d'insertion: fait – c'est-à-dire somme des contacts, GRP ou projection):

- PMC (prix par mille contacts)** = prix par 1000 contacts (**brut en milliers**)
- CPP (Cost per Point)** = prix par GRP (**brut en %**)