

# Indicateurs TV – formules de calcul

- Rating cum. en %** = pénétration nette pondérée avec la durée de vision en %  
**GRP : OTS ou somme des contacts : OTS x 100 : univers**
- Somme des contacts** = pénétration brute en milliers  
**Univers x GRP (en %) ou rating en % x univers : 100 x OTS**
- GRP (Gross Rating Point)** = pression publicitaire ou pénétration brute en %  
**Rating en % x OTS ou somme des contacts : univers x 100**
- Projection** = pénétration nette en milliers  
**Univers x rating en % ou somme des contacts : OTS**
- OTS (Opportunity to see)** = contact médian (rapport entre brut et net)  
**GRP : rating en % ou somme des contacts : projection (univers x rating en %)**
- Affinité** = rapport entre le niveau GRP du groupe cible et celui du groupe cible de référence  
**GRP du groupe cible x 100 : GRP du groupe cible de référence**
- Part de marché** = pourcentage de la durée de vision d'une émission  
**Durée de vision d'une émission/chaîne (en min.) x 100 : durée de vision de toutes les émissions / chaînes (en min.)**
- PMC (prix par mille contacts)** = prix par 1000 contacts (brut en milliers)  
**Prix : somme des contacts x 1000**
- CPP (Cost per Point)** = prix par GRP (brut en %)  
**Prix : GRP**
- PMT (prix par mille téléspectateurs)** = prix par 1000 téléspectateurs (net en milliers)  
**Prix : rating en milliers (projection) x 1000 ou PMC x OTS**