

Communiqué de Presse – 26 novembre 2018

Le vendredi 23 novembre matin s'est déroulée la **7^{ème} édition du Media Morning** de Kantar Worldpanel.

Un moment d'échanges privilégiés tant pour les annonceurs que les régies et agences media, autour d'insights exclusifs. S'appuyant sur le lien direct entre les consommateurs et leur exposition media, la version 2018 n'échappe pas à la règle. Retour sur les insights clefs d'une matinée riche en enseignements !

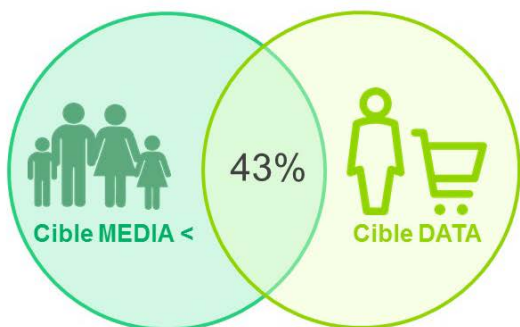
INSPIRE YOUR BUSINESS

QUAND LE CIBLAGE DATA DÉTRÔNE LE CIBLAGE SOCIO-DÉMO

Preuve à l'appui, le ciblage data détrône le ciblage socio-démo.

C'est grâce à une modélisation économétrique de Kantar Worldpanel basée sur le consommateur (réalisée sur 1077 plans TV entre 2016 et 2017) que cette conclusion a été vérifiée et approuvée par les régies et agences media.

En effet, dans une campagne publicitaire, **le ciblage socio-démo n'est qu'une vision partielle des volumes faits sur un marché**. Une part importante des consommateurs intéressants pour les marques est oubliée. Intuition au départ, elle vient d'être prouvée et quantifiée par Kantar Worldpanel à travers cette étude initiée par TF1 Publicité et France Télévisions Publicité.



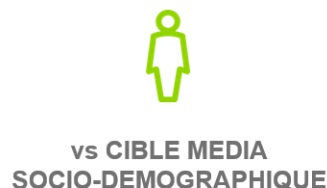
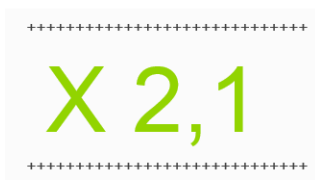
La cible socio-démo n'est qu'une vision partielle des volumes faits sur le marché

La cible media, en moyenne, ne couvre que **43% des moyens+gros acheteurs** de marques sur le marché

% de la cible Data « Moyens + Gros Acheteurs » qui fait partie de la cible media
En moyenne par Vague – Hors vagues dont la cible media = total RDA

Dans 96% des vagues, l'efficacité de la cible data est supérieure à celle de la cible socio-démo. L'efficacité par contact délivrée sur la cible DATA est ainsi 2,1 fois plus élevée que celle sur la cible Media. Et plus la cible data est activée, plus le ROI augmente avec un levier recrutement qui représente 30% de l'incrémental total.

EFFICACITE PAR POINT DE CONTACT (000)



TF1 Publicité et France Télévision Publicité ont mis ces résultats en application dès septembre dans leurs Conditions Générales de Ventes en proposant des cibles shoppers à leurs clients. M6 Publicité s'est également engagée dans ce sens en lançant de nouvelles cibles basées sur les acheteurs dans ses Conditions Générales de Ventes 2019.

A PROPOS DE KANTAR WORLDPANEL

Grâce à nos mesures en continu, à nos modèles d'analyse avancés et à nos solutions adaptées, nous inspirons les bonnes décisions aux marques, aux distributeurs, aux analystes des marchés et aux organisations gouvernementales, partout dans le monde.

Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 500 experts, et des prestations de services dans 60 pays, directement ou avec ses partenaires, Kantar Worldpanel transforme le comportement d'achat en avantage concurrentiel sur les marchés des produits de grande consommation, des produits d'impulsion, du textile, des produits pour bébés, des télécommunications et du divertissement, ainsi que de nombreux autres Marchés.

Visitez notre site internet : <http://www.kantarworldpanel.com/fr>

Twitter : [@KWP_FR](#) / LinkedIn : [Kantar Worldpanel France](#) / Google +: [Kantar Worldpanel - France](#)

A PROPOS DE KANTAR

Kantar fait partie de la branche « Data Investment Management » de WPP, et est le leader mondial en matière d'études, de veille et d'analyse. En réunissant les compétences de ses 12 entreprises, chacune spécialisée dans son domaine d'expertise, le groupe est le fournisseur essentiel de données pertinentes, et d'insights inspirants pour les entreprises du monde entier. Avec 30 000 employés répartis dans 100 pays et travaillant sur l'ensemble du spectre des études et du consulting, Kantar offre à ses clients des insights pour chaque étape du cycle de la consommation. Les services du groupe, sont utilisés par plus de la moitié des sociétés du Top 500 du magazine Fortune.

Pour plus d'informations, merci de visiter <http://www.kantar.com>

Twitter : [@Kantar_FR](#) / Facebook : [Kantar](#) / Google + : [Kantar](#) / LinkedIn : [Kantar](#)

CONTACTS PRESSE

AGENCE VIANOVA
Fiona Sala / Chloé Le Corvec
01 53 32 28 53 / (58)
sala@vianova-rp.com / lecorvec@vianova-rp.com

KANTAR WORLDPANEL
Camille Denou
01 30 74 80 17
camille.denou@kantarworldpanel.com