



Méthodologie de mesure des données de la portée

Inventaire publicitaire de Livesystems

Julliet 2023

Méthodologie de mesure des données de la portée

Les données de la portée de l'inventaire de Livesystems sont recueillies par l'institut de recherche suisse *intervista*. La base de recueil des données est l'application « Footprints Research » développée par *intervista*. Elle enregistre en permanence le comportement de mobilité ainsi que les contacts avec les balises installées sur les écrans de Livesystems. Environ 3'000 personnes de toute la Suisse ont installé l'application sur leur smartphone et elles font par conséquent partie du « Footprints Research Panel ». Pour ces personnes, de nombreuses caractéristiques de profil sont connus qui sont associées aux données de mesure recueillies et elles permettent ainsi des analyses approfondies. Les séjours mesurés sur les écrans Livesystems sont soumis à une pondération de la visibilité. Elle garantit que les critères qui ont une influence déterminante sur la qualité des contacts sont pris en compte dans le calcul des valeurs de contact. Ces critères comprennent, par exemple, la durée du séjour sur les écrans, l'angle de vision ou la vitesse de passage.

Les différents composants de la méthodologie de mesure, la procédure de préparation des données et la pondération de la visibilité des données recueillies sont expliqués plus en détail ci-dessous.

Application « Footprints Research »



L'application « Footprints Research » a été développée par *intervista* en 2018. Elle enregistre en permanence les emplacements, les données des capteurs de mouvement des smartphones ainsi que les contacts avec les balises. Les balises sont de petits émetteurs Bluetooth qui sont installés, par exemple, dans les écrans de Livesystem et qui émettent en permanence un signal Bluetooth. Le signal est détecté et traité par l'application « Footprints Research ». Ainsi, tous les passages à proximité immédiate d'une balise sont enregistrés et horodatés (heures de début et de fin). Ces données sont ensuite transmises régulièrement aux serveurs d'*intervista*.

L'application a été conçue pour fournir des données presque complètes (l'application n'a pas besoin d'être ouverte) tout en offrant aux utilisateurs une bonne expérience utilisateur (par ex. une faible consommation de la batterie et une installation facile). L'application est disponible pour Android et iOS.

« Footprints Research Panel »

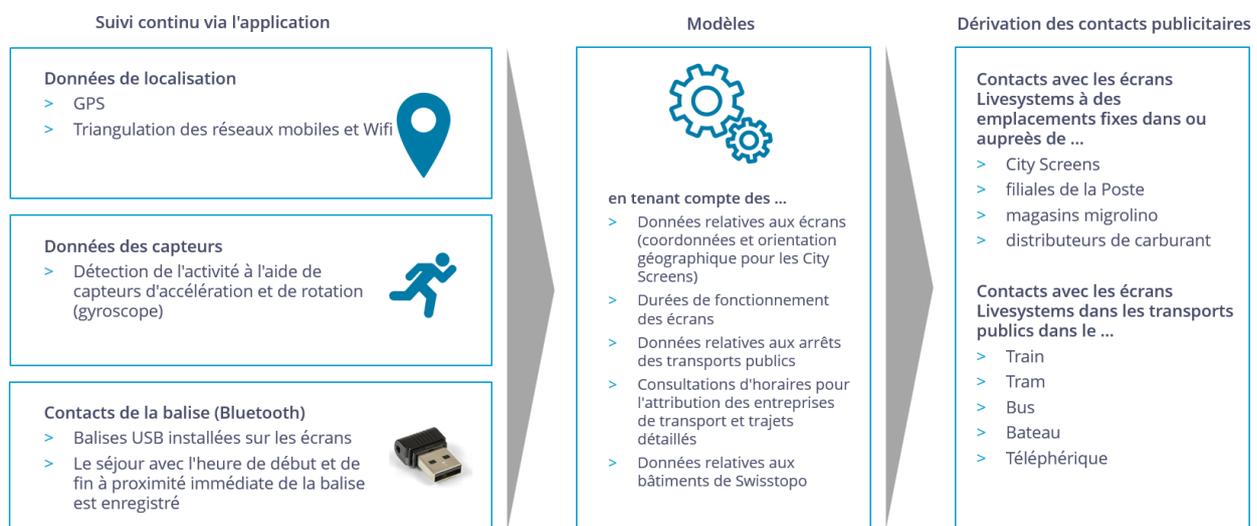
Le « Footprints Research Panel » est exploité par *intervista* depuis le 01/10/2018. Il contient actuellement 3'000 participants actifs. La population comprend des personnes domiciliées en Suisse âgées de 15 à 79 ans qui utilisent un smartphone. Le panel a été recruté conformément aux données de l'Office fédéral de la statistique représentatif de la population suisse et il est ainsi une représentation réduite de la population suisse. Grâce à la cotation complexe (4 groupes d'âge x sexe

x régions REMP x titulaire d'un abonnement de transports publics), le caractère représentatif des résultats est garanti.

Des informations exhaustives sur la socio-démographie, le comportement de consommation et les intérêts des panélistes sont disponibles, qui peuvent être liées aux données de mesure dans le cadre du traitement des données. Ces données sont actualisées chaque année par le biais d'une enquête de mise à jour.

Technologie et préparation des données

La mesure des séjours et de la durée des séjours sur les écrans Livesystems est la suivante :



Des modèles permettent de déduire des contacts publicitaires concrets à partir des données de localisation, des données des capteurs et des contacts des balises des panélistes mesurés via l'application « Footprints Research ». Afin d'obtenir une mesure aussi précise que possible, Livesystems a installé des balises sur tous les écrans qui ne sont pas orientés vers les transports publics ou vers les rues.

On peut en déduire des comportements concrets : d'une part, des passages auprès des écrans de Livesystems dans des emplacements fixes près des Cityscreens, dans des filiales de la Poste, sur des sites migrolino Convenience et dans les stations-service, d'autre part, des trajets dans les transports publics avec des écrans Livesystems (train, tram, bus, bateau, téléphérique). Par ailleurs, la durée du passage ou du séjour est mesurée sur les écrans respectifs.

Détails de la mesure par réseau

Livesystems dispose de cinq réseaux publicitaires :

- > **Transports publics** : écrans dans les transports publics
- > **Stations-service** : écrans sur les distributeurs de carburant des stations-service
- > **Cityscreen** : écrans dans les rues, les stations-service, les parkings, les gares, etc.
- > **Vente au détail (filiales de la Poste)** : écrans dans les filiales de la Poste
- > **Vente au détail (sites migrolino Convenience)** : écrans dans les magasins migrolino

Le tableau suivant répertorie les détails de la mesure par réseau :

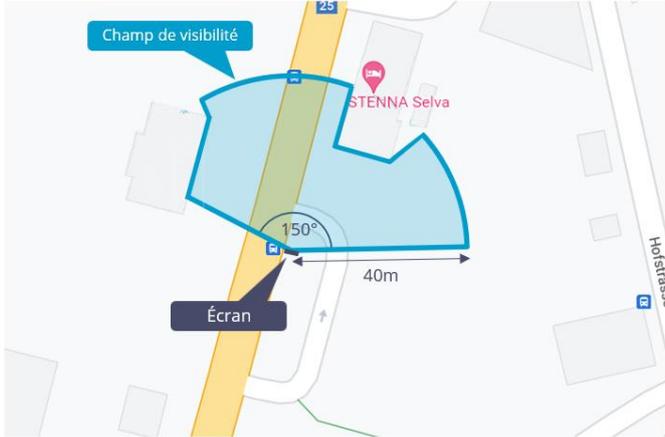
Environnements	Recueil des données	Quantité	Distance d'observation	Durée de fonctionnement des écrans
Transports publics	Données de mobilité mesurées et modélisation du trajet d'un arrêt à l'autre	57 entreprises de transport	Séjour dans le moyen de transport	de 0:00 à 24:00 heures
Station-service	Mesure avec balise dans l'écran	490 stations-service	jusqu'à 10 mètres	de 5:45 à 23:00 heures
F12D	Données de mobilité mesurées et modélisation du contact	30 sites	jusqu'à 40 mètres	de 6:00 à 22:00 heures
City (Cityscreen dans les rues)	Données de mobilité mesurées et modélisation du contact	16 sites	jusqu'à 40 mètres	de 5:45 à 23:00 heures
City (Cityscreen dans les autres endroits)	Mesure avec balise dans l'écran	284 sites	jusqu'à 40 mètres	de 5:45 à 23:00 heures
Vente au détail Filiales de la Poste	Mesure avec balise dans l'écran	385 filiales	Séjour dans la filiale	de 7:00 à 21:30 heures Dimanche uniquement 6 succursales de 7:00 à 18:00 heures
Vente au détail Sites migrolino Convenience	Mesure avec balise dans l'écran	273 filiales	Séjour dans la zone des caisses	de 5:45 à 22:00 heures

Pondération de la visibilité

Tous les contacts mesurés ont été soumis à une pondération de la visibilité. Cela garantit que les facteurs qui influencent la visibilité d'un écran et donc la valeur d'un contact (potentiel) avec le support publicitaire sont pris en compte de manière appropriée.

Deux pondérations de la visibilité différentes ont été développées pour les Cityscreens et les écrans de petit format (dans les stations-service, dans les sites migrolino Convenience, dans les filiales de la Poste et dans les transports publics). Elles sont conformes aux normes du secteur de SPR+. Vous trouverez ci-dessous une description plus détaillée des facteurs pris en compte dans les deux pondérations de la visibilité avec quelle importance.

Les facteurs suivants sont pris en compte dans la pondération de la visibilité des **Cityscreens** :

	Pondération de la valeur du contact					
Distance de visibilité maximale, vitesse mesurée et angle de passage	<p>Distance de visibilité maximale : 40 mètres</p> <p>L'orientation de l'écran respectif ainsi que les bâtiments qui gênent la vue sur l'écran sont pris en compte.</p> <p>Facteur pour les passages frontaux : 1</p> <p>Facteur pour les passages parallèles ≤ 10km/h : 1</p> <p>Facteur pour les passages parallèles > 10km/h : 0.3</p> 					
Durée de fonctionnement des écrans	<p>de 5:00 à 23:00 heures</p> <p>Les contacts pendant la durée de fonctionnement obtiennent un facteur 1, les contacts en dehors de la durée de fonctionnement un facteur 0.</p>					
Visibilité temporelle du support publicitaire	$\min\left(\frac{\text{Durée Passage} + \text{Durée Spot} - 2}{\text{Durée Loop}}, 100\%\right)$					
Regroupement d'écrans	<p>1 écran : 1.00</p> <p>2 écrans : 0.80</p> <p>3 écrans : 0.65</p> <p>4 écrans : 0.50</p>					
Digital Attraction DOOH <i>SD: Steady Display</i> <i>AD: Animated Display</i> <i>FM : Full Motion</i>	Moyen de transport		À pied		Objets	
	Frontal	Parallèle	Frontal	Parallèle	Frontal	Parallèle
	SD/AD	1.1	1.81	1.04	0.98	0.89
FM	1.25	1.94	1.16	1.04	1.01	0.9

Lors de la pondération de la visibilité des **écrans de petit format**, les facteurs suivants sont pris en compte :

	Pondération de la valeur du contact
Distance de visibilité maximale	Distance de visibilité maximale : 10 ou 20 mètres selon la taille de l'écran
Durée de fonctionnement des écrans	Les durées de fonctionnement des écrans ou les heures d'ouverture de la filiale respective sont prises en compte. Les contacts pendant la durée de fonctionnement obtiennent un facteur 1, les contacts en dehors de la durée de fonctionnement un facteur 0.
Visibilité temporelle du support publicitaire	$\frac{\text{Durée Séjour} + \text{Durée Spot} - 2}{\text{Durée Loop}}$
Regroupement d'écrans	1 écran : 1.00 2 écrans : 0.80 3 écrans : 0.65 4 écrans : 0.50 5 écrans : 0.40 6 écrans : 0.33 7 écrans : 0.29 8 écrans : 0.25

Calcul de la portée nette et brute d'une campagne

La portée brute et nette de la campagne est calculée avec les données mesurées et elle est affichée dans Inventory Finder. Par ailleurs, les valeurs OTS et GRP ainsi que la structure de la portée sont indiquées. Lorsqu'une campagne atteint une portée nette d'au moins 5%, la répartition par sexe, âge, région de résidence et revenu est également présentée.

Calcul des contacts bruts pour les écrans individuels

Pour indiquer le nombre moyen de contacts par semaine, une modélisation est effectuée qui tient compte des contacts nets mesurés par site, la fréquence moyenne des contacts sur le réseau de l'écran, le nombre d'écrans sur le site et les valeurs par défaut pour la durée du spot et de la boucle. Pour les écrans dans les succursales de la Poste, le nombre de transactions de clients par succursale est également pris en compte dans la modélisation.

Les valeurs par défaut suivantes (pression publicitaire Strong) ont été utilisées :

Environnements	Durée du spot en secondes	Durée de la boucle en secondes
Transports publics	10	480
Station-service	10	180
City	10	60
Vente au détail (filiales de la Poste)	10	180
Vente au détail (sites migrolino convenience)	10	60

Les contacts par jour sont soumis à certaines fluctuations et ils dépendent par exemple des jours de la semaine. Par conséquent, les catégories de contacts sont affichées sur des écrans individuels.



Public Transport

TPF RER: Fribourg Nord

5000 - 12142 Contacts/jour (brut)
18 Écrans

Exemple de représentation de la catégorie de contact

Votre contact chez intervista



Beat Fischer
Membre de la direction
+41 31 511 39 21
beat.fischer@intervista.ch

