

Communiqué de presse

Lancement du Cross Media Panel (XMP) en Flandre

Le gouvernement flamand et les entreprises médiatiques flamandes investissent dans un nouveau système de mesure cross-média par l'intermédiaire du « CrossMediaal Consortium » (XMC*). Ce système devrait permettre de mieux comprendre l'utilisation des médias sur tous les appareils tout au long de la journée.

Grâce à ces connaissances, les médias locaux seront en mesure de répondre plus rapidement aux besoins des utilisateurs et d'offrir une meilleure réponse à la domination des acteurs internationaux.

Le CrossMediaal Consortium (XMC*) a confié le développement du Cross Media Panel (XMP) à Ipsos Belgium. Le bureau d'études de marché constituera en 2024, avec le soutien de l'équipe d'Ipsos au Royaume-Uni, un panel représentatif de 1500 Flamands dont la consommation d'audio, de vidéo, de sites Internet et de médias sociaux sera mesurée sur l'ensemble des terminaux. À partir de 2025, il sera ainsi possible d'obtenir une vue d'ensemble de l'audience de tous les médias.

Concrètement, il s'agira de déterminer comment les Flamands utilisent les différentes plateformes médiatiques (cross-média) et les marques médiatiques tout au long de la journée. Par exemple, une personne qui lit le journal en ligne le matin via une application d'information, qui surfe ensuite sur les médias sociaux via son smartphone, qui écoute la radio en voiture et qui regarde une série en famille via une plateforme de streaming le soir.

Ipsos est un bureau d'études de marché de premier plan qui dispose d'une vaste expérience en matière d'études sur les médias en Belgique et à l'étranger. Elle fournit des panels cross-média similaires à la BBC au Royaume-Uni et à NMO aux Pays-Bas (le CIM néerlandais).

Benjamin Dalle (ministre flamand des médias) : « Ce projet change véritablement la donne pour les groupes de médias flamands. Il offre une réponse puissante à la position de plus en plus dominante des grands acteurs internationaux dans notre secteur des médias. C'est un signal très fort que les acteurs des médias unissent leurs forces pour que le consommateur flamand puisse continuer à bénéficier d'un contenu actualisé et pertinent. Ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous pourrons faire en sorte que le secteur des médias reste pertinent et financièrement viable pour nous aussi ».

Gerd Callewaert (directeur général d'Ipsos Belgique) est particulièrement enthousiaste à propos de ce nouveau projet : « Il est clair que la façon dont les gens consomment les médias a connu une évolution incroyable au cours des dernières années. Et cette évolution nécessitait une nouvelle méthode de mesure. Ipsos a été l'un des premiers à investir dans une solution technologique de mesure cross-média avec le smartphone comme outil de mesure clé. Nous sommes particulièrement heureux d'avoir pu convaincre XMC avec notre solution globale. »

Communiqué de presse

Tim Van Doorslaer (DPG Media), président du XMC, à propos du lancement du Cross Media Panel :
« Le projet XMP a été annoncé en 2022. Après l'autorisation de la Commission européenne, la création du consortium et la vaste procédure d'appel d'offres, il est grand temps de passer à l'action. Je suis très heureux que nous ayons trouvé en Ipsos un partenaire fiable et expérimenté pour réaliser ce projet de haute technologie. »

C'est le gouvernement flamand qui a rendu ce projet possible grâce à une contribution de 4 millions d'euros provenant des fonds de relance « Vlaamse Veerkracht ». Les groupes de médias eux-mêmes investissent 1,7 million d'euros. Ce projet sera expliqué lors d'un événement de lancement dédié au système de mesure CrossMedia qui aura lieu le 13 mai à 15 heures et sera diffusé en streaming.

L'inscription à ce webinar en néerlandais peut se faire [ICI](#).

*Le « CrossMediaal Consortium » réunit des groupes médiatiques flamands, grands et petits : Ads & Data, DPG Media, Mediafin, Mediahuis, l'association de télévision régionale non publique de Flandre (NORTV), Play Media, Roularta Media Group, Vlaamse Audiovisuele Regie (VAR), Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) et WE MEDIA.

