Lexique

Affinité : Indicateur permettant de mettre en évidence la proximité d'une cible avec un support. Elle peut être exprimée en indice ou en pourcentage.

= pénétration d'un support sur cible / pénétration d'un support sur l'ensemble population

Audience presse : Nombre de lecteurs d'un titre de presse sur une cible déterminée.

Audience dédupliquée : audience qui consiste à ne compter qu'une fois un individu exposé à plusieurs supports.

Cible : Sous-ensemble d'une population que l'on souhaite toucher par une campagne publicitaire.

Circulation (taux de) : Nombre moyen de lecteurs par exemplaires diffusés d'un titre.

= audience / diffusion

Contact : Exposition d'un individu au message publicitaire contenu par un support. Pour la presse, on parle d'occasion de voir (ODV).

Coût pour mille : Indicateur d'évaluation économique dans le cadre d'un plan médias. Coût de l'insertion publicitaire pour 100 contacts ou 1000 individus touchés, ou 1000 exemplaires diffusés.

Coût /000 individus = tarif/budget brut ou net / audience exprimée en milliers

Coût /000 contacts = tarif/budget brut ou net / nb de contacts sur la cible exprimée en milliers

Coût /000 diffusé = tarif/budget brut ou net / diffusion exprimée en milliers

Couverture : nombre ou % de personnes touchées au moins 1 fois par un support au cours d'une période donnée.

CSP+ : regroupement des 3 catégories socio-professionnelles de l'INSEE que sont les artisans-commerçants, les chefs d'entreprises-cadres-professions intellectuelles supérieures et les professions intermédiaires. (anciennement AB)

CSP++ : regroupement des 2 catégories socio-professionnelles de l'INSEE que sont les artisans-commerçants et les chefs d'entreprises-cadres-professions intellectuelles supérieures.(anciennement AB+)

BAUER MEDIA

Lexique

Diffusion : La diffusion d'une parution est égale au total d' exemplaires vendus et/ou au numéro et des exemplaires servis gratuitement par l'éditeur. Elle est certifiée par l'OJD (Office de Justification de la Diffusion)

Distribution de contacts : Répartition de la couverture (en milliers ou en pourcentage) selon le nombre de contacts avec une campagne.

Duplication : Audience commune à deux supports. (On ne compte qu'une fois chaque lecteur commun aux 2 supports)

Echantillon : Fraction de la population auprès de laquelle est réalisée une enquête par sondage. L'échantillon doit être représentatif de la population étudiée. Il peut être aléatoire ou par quotas.

Echelle : Classement de supports effectué dans le cadre d'un plan media selon un indicateur de performance (audience, GRP, coût/000, etc.).

GRP : Abréviation de Gross Rating Point. Concept de base du média-planning, le GRP est un indice de pression publicitaire qui est égal au nombre moyen de contacts distribués sur 100 personnes exposées à la campagne. Le GRP est le produit de la couverture par la répétition moyenne.

= (nombre de contacts sur la cible / population totale de la cible) X 100

Coût /GRP = tarif/budget brut ou net / GRP

Lecteur : Personnes qui déclarent avoir lu, parcouru ou consulté un support de presse que ce soit le dernier numéro ou un numéro plus ancien, sur une période donnée.

Lecture Dernière Période (LDP) : Nombre de personnes qui déclarent avoir lu, parcouru ou consulté un support de presse au cours de sa période de référence. Elle s'exprime en milliers d'individus ou en pénétration (%) :

- Pour les quotidiens : Hier ou avant-hier
- Hebdomadaires : Au cours des 8 derniers jours
- Bimensuels : Au cours des 15 derniers jours
- Mensuels : Au cours des 30 derniers jours
- Bimestriels : Au cours des 60 derniers jours

Lecteur exclusif : Pour un univers de supports donné, les lecteurs exclusifs d'un titre sont ceux qui ne sont lecteurs d'aucun autre titre de cet univers.

BAUER MEDIA

Lexique

Lecteur numéro moyen (LNM) : Indicateur d'audience en presse quotidienne uniquement. C'est le nombre moyen de lecteurs par numéro sur les 5 ou 6 derniers parus. Ce calcul tient compte du nombre de numéros différents lus sur les 5 ou 6 derniers parus la semaine précédant l ’interview.

Lecteur régulier et occasionnel :

	Quotidien	Hebdomadaire	BiMensuel	Mensuel	BiMestriel
Lecteur régulier	Tous les jours	Toutes les semaines	Tous les 15 jours	Tous les mois;	Tous les numéros
	3 à 5 fois par semaine	2 à 3 fois par mois	1 fois par mois	6 à 10 fois par an;	3 à 4 fois par an;
Lecteur occasionnel	1 à 2 fois par semaine	1 fois par mois	6 à 10 fois par an	3 à 4 fois par an	1 à 2 fois par an
	2 à 3 fois par mois	5 à 6 fois par an	3 à 4 fois par an	1 à 2 fois par an	Moins souvent
	Moins souvent	Moins souvent	Moins souvent	Moins souvent	

Lecteur primaire : Lecteur d'un support qui est abonné ou qui a acheté (lui même ou quelqu’un de son foyer) un titre de presse payante ou qui s’est procuré un titre de presse gratuite sur présentoir ou par colportage.

Mise en distribution : Elle est égale au total des exemplaires mis à disposition des lecteurs par l'éditeur de la publication. Elle est certifiée par l'OJD.

Notoriété : la notoriété d'une marque ou d'une opération est mesurée par la proportion des individus, dans la population de référence, qui ont connaissance de cette marque ou opération.

La notoriété spontanée : résultat d'une interrogation ouverte, dans laquelle l'interviewé n'est pas aidé par l'énumération d'une liste (la première marque citée est alors nommée " top of mind ")

La notoriété assistée : résultat sous forme de réponses positives et négatives à l'énumération d'une liste.

BAUER MEDIA

Lexique

Pénétration : La pénétration est le rapport entre la population touchée par un support et la population de référence (population totale ou cible spécifique.)

Plan presse : Ensemble des insertions publicitaires d'une campagne dans un ou plusieurs titres.

Répétition moyenne : GRP / Couverture %

Reprise en main (taux de) : Nombre de fois qu'un lecteur reprendra le même numéro d'un titre au cours d'une période liée à sa périodicité, pour le lire, le parcourir ou le consulter.

BAUER MEDIA