

france•tvpublicité

# ] OPEN [ ] BREAK [

**COMPRENDRE**

Le  Quality Rating Point  
france•tvpublicité

france•tvpublicité

**OPEN**  
**BREAK**

**]** **Florent Dumont**  
Directeur de la stratégie des publics  
**france•tv**

france•tvpublicité

**OPEN**  
**BREAK**

**RAPPEL SUR L'ÉTUDE QUALITY  
SOCLE DU PROJET QRP**

## 2 types d'indicateurs de mesure de la performance

### **PUISSANCE**

**Audience**  
**J+1**  
**J+8**  
**4 écrans**

### **SATISFACTION**

**Image et perception détaillée**  
**Qualité de l'expérience**



Un panel qui mesure la perception des programmes par ceux qui les ont regardés



**365** Jours par an



**2000** Téléspectateurs représentatifs chaque jour

**13** Chaînes étudiées



**10h30** chaque jour  
Résultats de la veille

**9 500** Programmes de soirée évalués en détail par an



## Que mesure-t-on ?

Pour l'ensemble des programmes



Une note de satisfaction sur  
10

Une note de  
recommandation sur 10

Une note d'attention  
sur 10

7,9/10

Pour les programmes de soirée



Mode de choix du programme

Satisfaction  
Souvenir  
Recommandation  
Attention

Ce qui **plait / déplait** (ouvert)

Appréciation détaillée

## Les items qualitatifs



Rythme

Originalité

Ecriture

Jeu des acteurs

Vivre des moments forts

Commentateur(s)/animateur(s)

Respect des invités / candidats

Donne envie d'en parler

A regarder en famille, entre amis

Apprendre/découvrir

Reflète bien la réalité, la société actuelle

Fait réfléchir

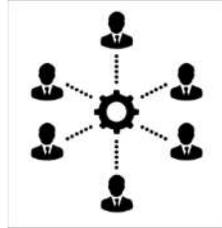
Aborde les choses sans tabou

Thème peu traité à la télévision

Des standards de qualité non négociables



Un univers de concurrence exacerbé



Des acteurs internationaux aux moyens colossaux



L'œil du téléspectateur s'affine



# 87%

des téléspectateurs de France 2, France 3 et France 5 s'accordent à dire que les programmes revêtent des **qualités artistiques**.



Bien rythmé



Scénario bien écrit

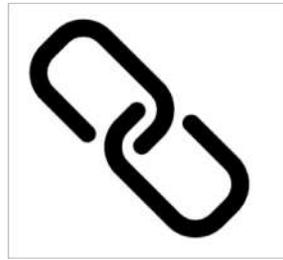


Les acteurs jouent bien

Une télévision plus **engageante**



Renforcer le **lien** avec nos téléspectateurs

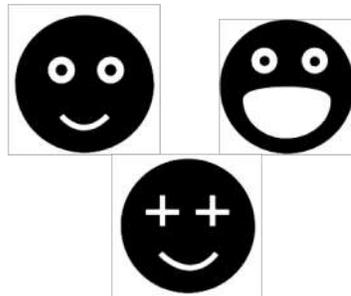
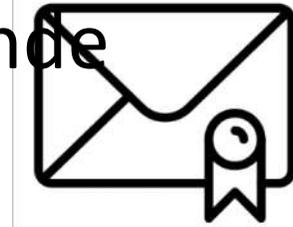


Pour une télévision plus **impactante**



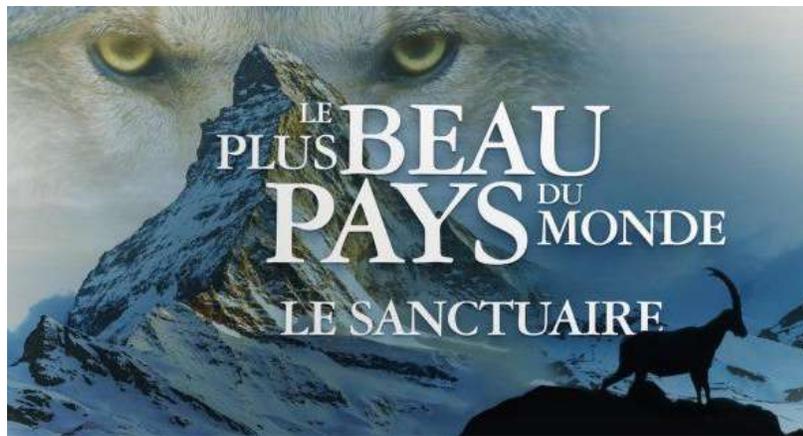
Des programmes « dont on se souvient  
longtemps »

Des programmes que l'on recommande



Des programmes qui font  
« vivre des moments forts »

# Des documentaires événementiels



Des magazines qui nous emmènent à la découverte de notre histoire, de notre patrimoine, et questionnent notre société

**PIÈCES**  
À  
**CONVICTION**



**SECRETS**  
d'HISTOIRE

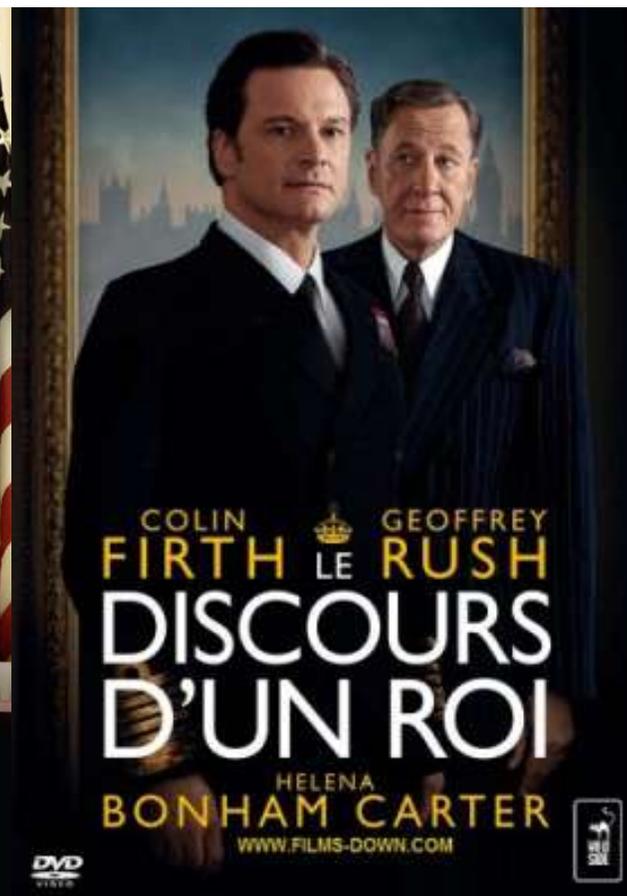
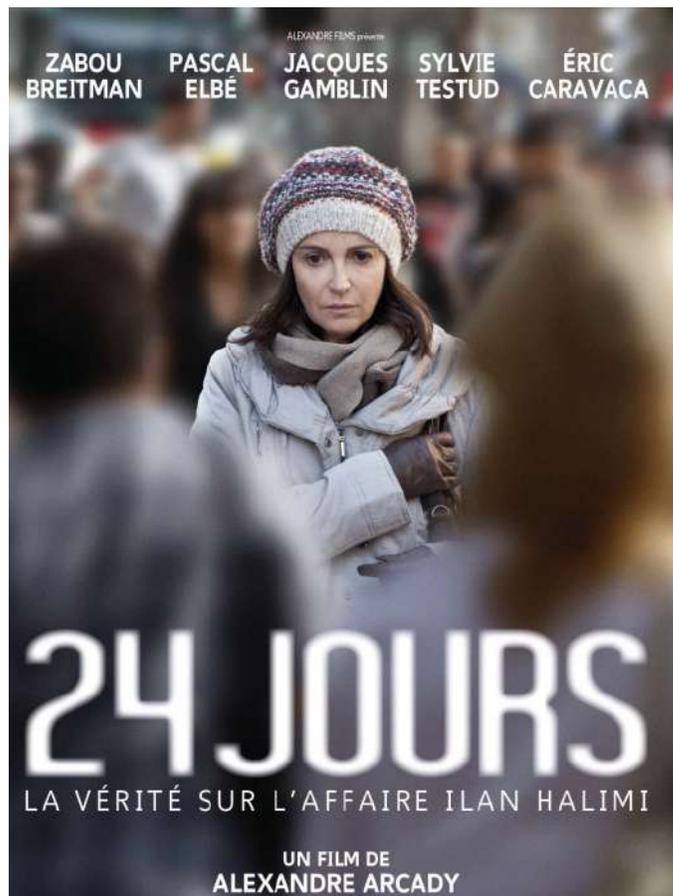
# Des divertissements « prodigieux »



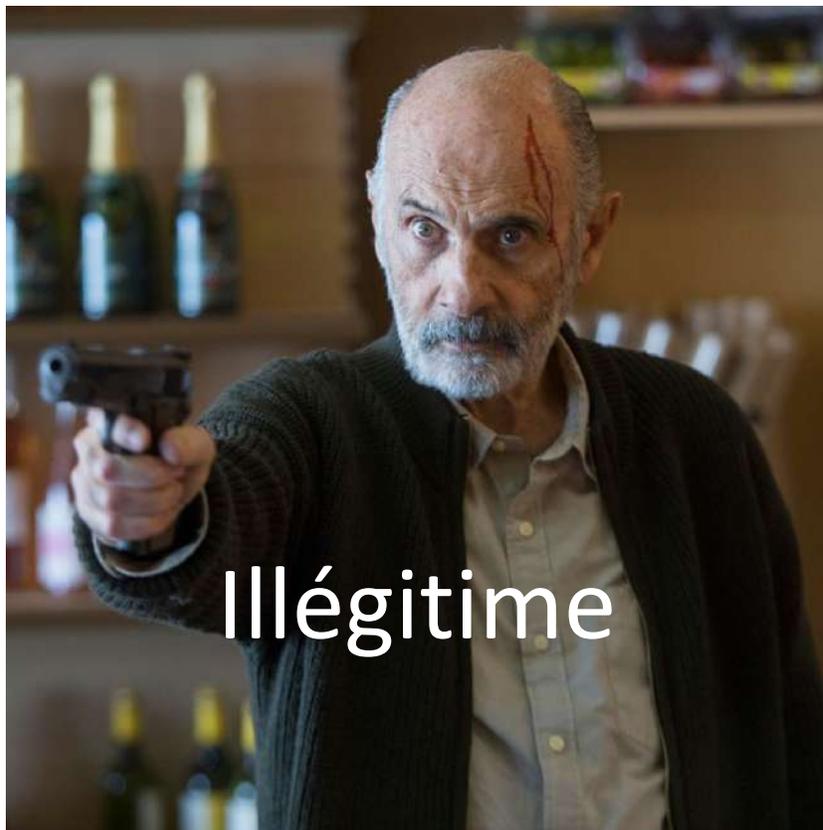
LES **V**ICTOIRES  
de la Musique Classique



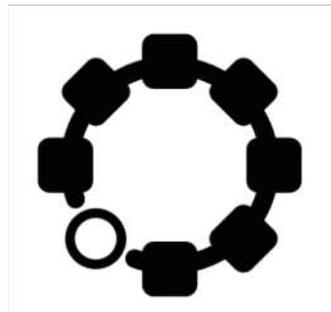
# La force du cinéma



# Des héroïnes du quotidien et des sujets de société



La qualité *made in* France Télévisions :  
cultiver notre **différence** et notre **spécificité**.

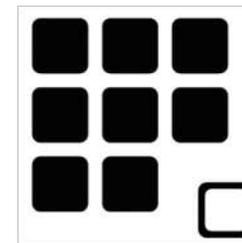




Des programmes qui font **découvrir, apprendre & réfléchir.**



# Des programmes différents et originaux





Des programmes dont le thème  
n'est pas **souvent traité** à la télévision



**PIÈCES**  
**À**  
**CONVICTION**



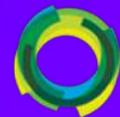
france•tvpublicité

**OPEN  
BREAK**

]

**Patrick Van Bloeme**

Cofondateur et Coprésident



harris  
interactive

france•tvpublicité

**]** OPEN **[**  
**]** BREAK **[**

**]** PRÉSENTATION DU QRP

# Le QRP : la mise en place d'un think tank pour le déploiement dans les outils médiaplanning

**INSTITUT D'ÉTUDE**



**COLLECTE ET GARANT  
DES DATAS**

**DES CHERCHEURS**



**TIERS DE CONFIANCE  
QUI FIXE LES REGLES DE JEU**

**MARCHÉ**

**DIR. BUSINESS  
INTELLIGENCE  
AGENCE MEDIA**

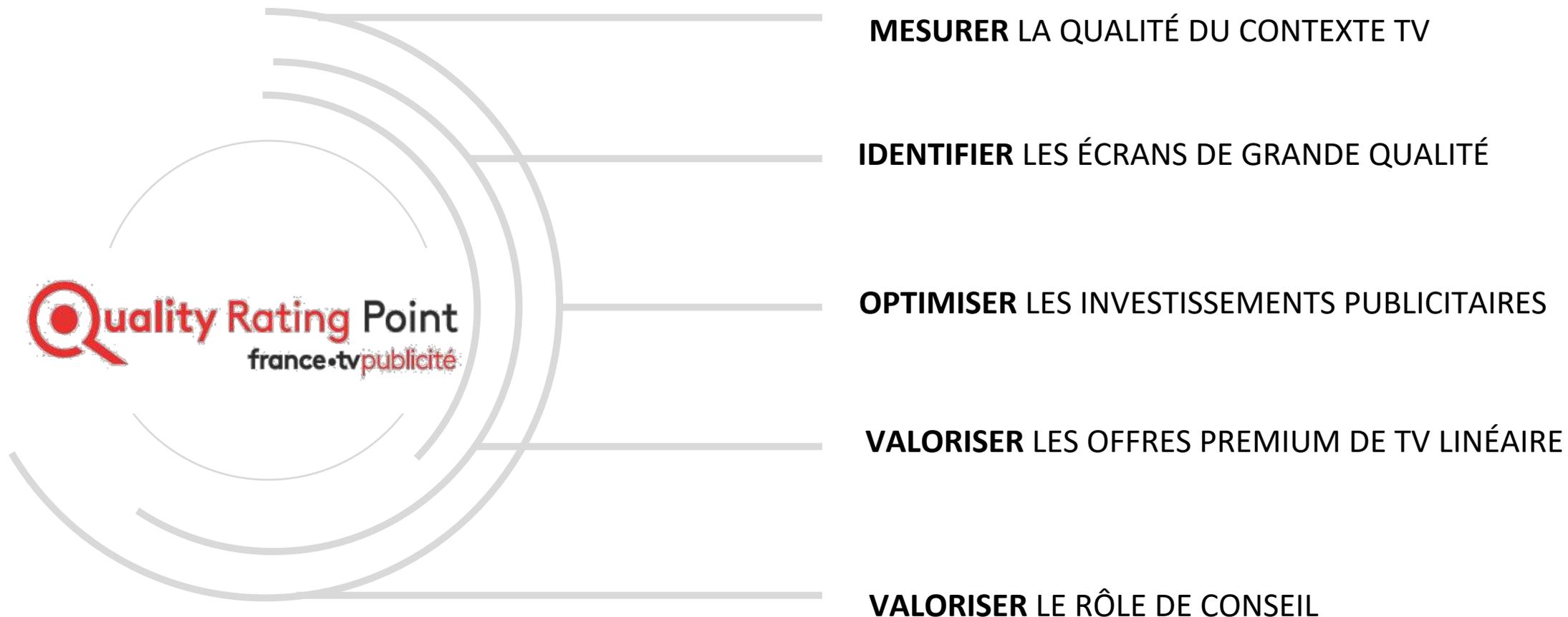
**INPUT BUSINESS  
ET AIDE AU DEPLOIEMENT**

**INTÉGRATEURS**



**DEVELOPPEMENT  
ET DÉPLOIEMENT**

# Le QRP : de réels bénéfices pour les annonceurs et les agences médias



# Le QRP c'est...

- Un indice qui qualifie des écrans publicitaires en fonction du **contexte programme**
- Contexte évalué sur un critère objectif : la mesure de **l'expérience téléspectateur**
- Expérience mesurée à chaud auprès de **2 000 téléspectateurs chaque jour**
- Un QRP élevé correspond à une **expérience particulièrement positive**
- Recueil mis en place depuis Novembre, résultats disponibles à partir d'**Avril 2019**
- Un indicateur intégré dans les outils de **médiaplanning** via PopCorn et Peaktime

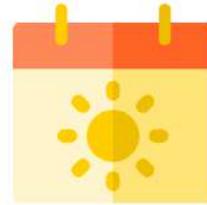
# Le QRP

## 1.les données recueillies

Pour toutes les émissions (de 6h30 à 00h30) dont les programmes courts\* :

Recueil quotidien des 3 indicateurs composant le QRP PROGRAMME

Notes sur 10



La satisfaction,  
L'attention  
La recommandation

10 Chaînes éligibles (issues du QualiTV)

+ 3 Chaînes additionnelles en implémentation  
dès la rentrée 2019

•2



•3



•5



•4

# Le QRP « programme »

## 2. Définition et calcul

### ➤ Calcul de l'indice QRP PROGRAMME :



### ➤ L'indice QRP PROGRAMME est calculé à deux niveaux : Marque-émission et Genre

- Niveau « **marque-émission** » : pour une chaîne donnée, cumul des données des émissions composant la « marque-émission ».

*Par exemple, sur France 3, « Questions pour un champion » et « Questions pour un super champion » constituent une même marque programme*

- Niveau « **genre** » : pour une chaîne donnée, cumul des données des émissions du genre considéré

*Par exemple, sur France 2, le genre FILM regroupe tous les films diffusés et rediffusés sur la chaîne*

# Le QRP : un indicateur d'excellence

Un programme avec un QRP  $\geq 100$   
est un programme qui se situe dans **L'EXCELLENCE**  
du point de vue de l'expérience téléspectateur

# Du QRP Programme au QRP Ecran : déploiement opérationnel le 30 Avril

Chaque semaine, un QRP Ecran est calculé à partir des QRP Programme



QRP Ecran intra-programme = QRP du programme

QRP Ecran inter-programme = Moyenne des QRP des programmes encadrant l'écran



- Si les effectifs de la MARQUE-EMISSION associée au programme sont  $\geq 150$  répondants : Attribution de l'indice QRP MARQUE-EMISSION
- Si les effectifs de la MARQUE-EMISSION associée au programme sont  $< 150$  répondants : Attribution de l'indice QRP GENRE correspondant au genre du programme de la chaîne

Le **Q.R.P**  
] En synthèse [

france•tvpublicité

**] OPEN [**  
**] BREAK [**

**UNE MESURE FIABLE ET ÉPROUVÉE  
DE L'EXPÉRIENCE RÉELLE DES TÉLÉSPECTATEURS**

**UN INDICE FIXÉ  
AUTOUR DE L'EXCELLENCE DE CETTE EXPÉRIENCE**

**UN QRP ÉCRAN QUI PERMET AINSI  
DE CIBLER LES MEILLEURS ÉCRANS SUR CE CRITÈRE  
MAIS AUSSI UN QRP PARRAINAGE**

**PROCHAINE ÉTAPE : L'INTÉGRATION DU REPLAY**

Le **Q.R.P**

UN PARTENARIAT DE CONFIANCE AVEC LES AGENCES MÉDIAS

france•tvpublicité

**OPEN  
BREAK**

 **havas  
media**

**dentsu**  
**ÆGIS**  
network

  
**PUBLICIS  
MEDIA**

**OMG** **Business**