



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
Haut Autorité de la Communication Audiovisuelle

Publié sur Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (<https://www.haca.ma>)

[Accueil](#) > Des sages de la HACA chez Médiamétrie France

[A \[1\]](#) [+A \[1\]](#)



Des sages de la HACA chez Médiamétrie France

07 fév 2018

Dans le but de s'enquérir des nouveaux métiers en rapport avec la mesure d'audience des médias, et des nouveaux usages et solutions technologiques relatives à l'évaluation des modes de consommation audiovisuelle, une délégation de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) a entrepris, le 26 janvier dernier, en marge de sa participation au Salon international de la Radio 2018, une visite d'information et d'échange d'expériences à Médiamétrie France.

Composée de MM. Mohamed ABDERAHIM et Bouchaib OUABBI, membres du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA), la délégation a tenu une séance de travail avec MM. Bruno CHETAILLE, Président-Directeur Général de Médiamétrie, Henri FALSE, Chargé de mission auprès du P.D-G, Philippe TASSI, Directeur Général Adjoint, Benoît CASSAIGNE, Directeur Exécutif des Mesures d'Audience, et Mme Rachida NAITIAZ, Directrice Exécutive de Marocmétrie.

Après une présentation générale du groupe Médiamétrie et ses activités en France et à l'international, la délégation a suivi des exposés d'ordre organisationnel et technique en rapport avec la collecte des données et leur traitement, plus particulièrement, sur les solutions de mesure pour la radio, la télévision, internet, à domicile ou en mobilité, adaptées aux divers dispositifs de

réception (PC, tablettes, téléphone, etc...). Les échanges ont également porté sur la mesure en temps réel de la consommation streaming et du comportement des internautes, la mesure par écran de la consommation de podcasts et l'audience Internet Global.

Crée en 1987, Médiamétrie France emploie près de 700 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 88,5 millions d'euros en 2016. Elle enrichie en permanence son offre pour accompagner la transformation numérique et le mouvement big data. Ainsi, à travers ses différentes solutions de mesure, elle contribue, entre autres, à la détection des évolutions de l'écosystème médiatique, éclaire sur les comportements des consommateurs des médias, qui sont autant de données particulièrement nécessaires aux acteurs de la communication audiovisuelle, face à l'évolution fulgurante des modes de consommation audiovisuelle.

Il est à rappeler que Médiamétrie France opère la mesure d'audience au Maroc à travers la société Marocmétrie, pour le compte du Centre Interprofessionnel d'Audimétrie Médiatique (CIAUMED).

La mise en place du système de mesure d'audience au Maroc, mise en place en 2008, est régie par les dispositions de la Décision de la HACA, relative aux normes juridiques et techniques applicables à cette mesure.

Liens

[1] <https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B>