



PRESS RELEASE

Vividata et Ipsos annoncent un partenariat pour la mesure numérique de l'auditoire avec Ipsos iris

Le seul service de mesure numérique mobile au Canada sera lancé en 2021

Toronto (On), le 18 juin 2020 Au Canada, la moitié du trafic Internet provient d'appareils mobiles, 57 % des investissements publicitaires ayant été dépensés dans ce médium. Il existe un besoin évident d'un système de mesure numérique de l'auditoire qui correspond au dynamisme et à l'importance des médias numériques. Pour répondre à ce besoin, deux chefs de file de l'industrie se sont associés pour trouver une solution. Vividata, la plus importante société canadienne de recherche sur les connaissances des consommateurs et l'auditoire des médias, a étendu son partenariat de mesure avec Ipsos, spécialiste mondial de l'étude de marché et de l'opinion publique, pour lancer Ipsos iris – une nouvelle solution de mesure de l'auditoire en ligne au Canada.

Ipsos iris est, avant tout, une mesure mobile, bien qu'apte à la mesure multi-appareils et multimédias à l'aide d'un panel de recherche de source unique de haute qualité et représentatif à l'échelle nationale de 4.000 participants. Ipsos iris établit une nouvelle norme en matière de mesure en ligne et fournira des indicateurs d'auditoires numériques de classe mondiale, quotidiens et mensuels, à l'ensemble de la communauté canadienne des médias et de la publicité.

Le partenariat Vividata et Ipsos tire parti des principaux domaines de force des deux organismes. L'étude de référence sur la planification des médias et les connaissances des consommateurs de Vividata – l'Étude à l'égard des consommateurs canadiens (ÉCC), formera l'étude d'établissement et fournira la qualité d'information et de données permettant à Ipsos iris l'intégration des données sur les comportements des consommateurs et des médias en ligne et hors ligne. L'expertise mondiale d'Ipsos en matière de mesure de l'auditoire garantit que le recrutement, la gestion et la mesure centrée sur les sites Web sont transparents.

L'information sur les comportements numériques d'Ipsos iris élargira considérablement le panel de consommateurs numériques actuel de Vividata, Metrica. Lancé au quatrième trimestre 2019 avec Ipsos et Delvinia, Metrica est un service de mesure numérique passif multi appareils et axé sur le consommateur en utilisant la même technologie de mesure passive de RealityMine qu'Ipsos iris. Il fournit des informations sur les principales activités numériques telles que la recherche, la navigation, l'utilisation des applications, le commerce électronique et l'écoute en continu audio/vidéo avec des données de localisation. Ensemble, Ipsos iris et Metrica offriront au marché canadien une vision inégalée du comportement des consommateurs numériques, des segments d'auditoire approfondis et des analyses détaillées sur tous les appareils – ordinateurs portables, téléphones intelligents et tablettes. Le panel de recherche Ipsos iris devrait commencer son recrutement au troisième trimestre avec une mesure d'auditoire numérique à grande échelle prête pour le deuxième trimestre 2021.



PRESS RELEASE

« Le lancement d'Ipsos iris au Canada est un grand pas en avant dans la transformation de la mesure numérique de Vividata », déclare Pat Pellegrini, Ph.D., président et PDG de Vividata. « Cela alimentera le développement de nouvelles initiatives de mesure, permettra à l'écosystème numérique complexe et en pleine croissance d'avoir une plus grande transparence et permettra la mesure multimédia pour les éditeurs, les agences et les spécialistes du marketing qui souhaitent depuis longtemps une vision globale et complète des auditoires en ligne et hors ligne. »

Cette initiative ajoute une autre couche à la relation établie de longue date entre Vividata et Ipsos Canada. « Ipsos iris est une autre étape importante dans la croissance de notre relation avec Vividata, en tirant parti des capacités mondiales d'Ipsos pour apporter au marché canadien des solutions de mesure de l'auditoire de premier plan dans l'industrie », a déclaré Gary Bennewies, président et chef de la direction d'Ipsos Canada.

UKOM, l'organisme britannique de mesure de l'auditoire en ligne, a récemment désigné Ipsos comme étant la nouvelle norme de l'industrie britannique pour la mesure de l'auditoire en ligne à partir de janvier 2021.

À propos de Vividata :

VIVIDATA est la source qui fait autorité au Canada pour les informations multimédias et les comportements des consommateurs. Elle est la plus importante firme offrant des données d'auditoire multiplateforme aux éditeurs. Étant un organisme tripartite et à but non lucratif, Vividata est dirigé par un conseil d'administration qui représente les intérêts des éditeurs canadiens, les agences et les annonceurs.

VIVINTEL, la branche de recherche sur mesure de Vividata, offre des solutions personnalisées afin que vous puissiez *'regarder de plus près'* selon vos besoins uniques de recherche. À l'aide de sondages syndiqués et de rapports divers, de segmentations, d'études sur mesure, de possibilités *d'intégration de vos propres bases de données ou de tiers partis en plus de nos solides partenariats*, Vivintel offre une suite complète de solutions unifiées de données sur lesquelles vous pourrez vous fier afin de prendre des décisions éclairées.

METRICA est le panel de mesure numérique passive de Vividata récemment lancé et qui établit un portrait complet de l'usage d'appareils numériques au Canada. Par l'entremise d'une technologie de mesure intégrée aux appareils des participants consentants et de l'intelligence en science des données, Metrica transforme les activités numériques des Canadiens en nouvelles informations sur les comportements.



PRESS RELEASE

For more information on this news release, please contact:

Isabelle Michaud, Vividata
Représentante au Québec
Tél: 450-550-1144
Isabelle@vividata.ca

Josh Cormie, VPE, Ipsos
Directeur Général, Audience Measurement
Tél: 416.270.7223
Josh.Cormie@ipsos.com

À propos d'Ipsos :

Ipsos est la troisième plus grande société d'études de marché au monde, présente dans 90 marchés et emploie plus de 18 000 personnes.

Nos professionnels de la recherche, analystes et scientifiques passionnément curieux ont construit des capacités multi-spécialistes uniques qui fournissent une véritable compréhension et des idées puissantes sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients ou des employés. Nous servons plus de 5000 clients à travers le monde avec 75 solutions d'affaires.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie de l'indice SBF 120 et du Mid-60 et est admissible au Service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

The publication of these findings abides by local rules and regulations.