



Levallois, le 11 janvier 2010

## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

### **MEDIAMETRIE ET ALENTY ANNONCENT LA SIGNATURE D'UN PARTENARIAT POUR VALORISER LA MESURE DU TEMPS SUR INTERNET**

Médiamétrie – par sa filiale Médiamétrie-eStat - et Alenty viennent de signer un partenariat pour la mesure de l'exposition aux contenus sur Internet. Ce partenariat permettra de compléter les analyses de trafic web avec la mesure du temps de consultation des contenus et d'exposition publicitaire.

La technologie d'Alenty permet de mesurer précisément si un bloc de contenu - texte, image ou publicité - est visible à l'écran alors que l'internaute est en train de surfer et pendant combien de temps.

Aux termes de cet accord, Médiamétrie et Alenty développent en commun des solutions qui s'adressent aux éditeurs de sites et aux publicitaires.

Ils permettent en particulier l'analyse détaillée :

- du temps passé sur chaque champ de formulaires d'inscription ou d'e-commerce,
- de la réelle consultation d'un contenu éditorial quel qu'il soit.

Pour le marché publicitaire, ce partenariat apporte aux acheteurs et aux vendeurs d'espaces publicitaires une mesure de référence afin de connaître les publicités effectivement vues sur Internet et pendant combien de temps.

Ces solutions répondent aux besoins des éditeurs de sites et à leurs régies publicitaires pour les guider dans leurs arbitrages éditoriaux (ergonomie des sites, visibilité des contenus par exemple) et pour mieux exploiter l'espace publicitaire des sites. Elles permettent également aux agences d'optimiser les stratégies publicitaires de leurs clients annonceurs.

Laurent Nicolas, fondateur d'Alenty explique : « *Pour Alenty, cet accord valide notre approche centrée sur une fine mesure du temps et de l'analyse intra-page. Le rôle central de Médiamétrie sur le marché publicitaire allié à l'avance technologique d'Alenty contribue à valoriser le média Internet.* »

«*La technologie innovante d'Alenty, précise Benoît Cassaigne, Directeur des Mesures d'Audience de Médiamétrie, permettra à Médiamétrie, pour le compte de tous les acteurs du marché de l'Internet - sites, agences médias et annonceurs – d'ajouter la durée d'exposition à un contenu éditorial ou publicitaire comme nouveau critère d'analyse et de valorisation* ».

Rappelons que la France compte plus de 34 millions d'internautes dont la quasi-totalité sont connectés en haut débit à leur domicile (source : Médiamétrie, l'Observatoire des Usages Internet, octobre 2009).

## **A propos de Alenty**

Fondée par les créateurs du système de NetValue et de NetRatings, Alenty a développé une nouvelle génération d'outils de statistiques Internet. Cette technologie unique analyse la structure interne des pages web et mesure la visibilité réelle de chaque bloc d'information (texte, image, publicité, champ de formulaire...). Alenty fournit une gamme de produits qui permettent notamment d'améliorer l'exposition publicitaire pour les annonceurs et les éditeurs, ou d'optimiser les taux de conversion intrapage des formulaires en ligne. Plus d'information sur [www.alenty.com](http://www.alenty.com)

## **A propos de Médiamétrie**

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2008, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 58 M€.

## **A propos de Médiamétrie-eStat**

Médiamétrie-eStat est l'opérateur de référence en France de la mesure des contenus numériques en «site centric», fondée sur une technologie de marqueurs.

Les solutions commercialisées par Médiamétrie-eStat couvrent les besoins des éditeurs et régies en matière de pilotage de leurs contenus web et mobile (sites, streaming, podcast, Apps iPhone...).

Chaque client de Médiamétrie-eStat dispose d'une interface dédiée couvrant plus d'une centaine d'indicateurs et d'analyses, comme le trafic, le comportement de l'internaute, la navigation, la provenance, la géolocalisation, etc.

La technologie de Médiamétrie-eStat a été pensée pour anticiper les changements à venir, et rendre opérationnel le rapprochement avec la mesure du panel Médiamétrie//NetRatings.

Les clients qui souhaitent publier leurs résultats pour la mesure du web sont intégrés au classement mensuel CybereStat et pour la mesure des radios à l'étude "Catch-Up Radio".

Pour plus d'informations sur les solutions de Médiamétrie-eStat, visitez le site :

[www.mediаметrie-estat.com](http://www.mediаметrie-estat.com)

## **Contacts Presse :**

Laure Osmanian-Molinero - Tél : 01 47 58 97 55 - E-mail : [losmanian@mediametrie.fr](mailto:losmanian@mediametrie.fr)

Nelly Dubner - Tél : 01 47 58 97 26 - E-mail : [ndubner@mediametrie.fr](mailto:ndubner@mediametrie.fr)

Guillaume WOLF – Tél : 01 77 37 27 65 – E-mail : [guillaume.wolf@alenty.com](mailto:guillaume.wolf@alenty.com)