

# Nielsen améliore sa mesure des terminaux connectés

Alors que Nielsen travaille encore à parfaire son outil global « Total Audience Measurement » dont le lancement est décalé de quelques mois, l'institut avance sur un autre pan : les données issues des terminaux connectés. Les consommations délinéarisées sont incluses dans ses études C3 et C7 (mesures à J+3 et J+7), mais Nielsen s'apprête à affiner la granularité des metrics issues des terminaux connectés, par exemple le nombre de foyers US possédant un terminal connecté (Smart TV, box ou console) et le temps passé / terminal. A partir du 25 avril 2015 seront rendues disponibles les données d'audience de la plupart des services OTT : Roku, Apple TV, Amazon Fire TV, Google Chromecast, Microsoft Xbox, Sony PlayStation et Nintendo Wii. Les clients de l'institut pourront ainsi tracker les audiences d'un programme sur l'ensemble des plateformes de consommation et accéder à des données de « Total Use of Television » (TUT), qui combinent audiences linéaires et usages sur les smartTV permettant d'avoir « un panorama complet des usages des téléviseurs », selon Nielsen. Ces développements reposent sur le panel TV national de l'institut composé de 40 000 foyers, soit 100 000 téléviseurs et 50 000 terminaux connectés. Avec cette annonce, Nielsen répond à son principal concurrent comScore, qui coup sur coup opère un rapprochement avec Rentrak puis Adobe Analytics, et développe ainsi une mesure de l'audience vidéo sur l'ensemble des écrans.