

# Rencontres de l'Udecam : la retraite pour le GRP, un contenu à préciser pour le nouveau CPM

L'alignement de l'ensemble de l'univers TV/Vidéo sur l'indicateur CPM a occupé une large part des débats de la nouvelle Rencontres de l'UDECAM, qui tenaient mardi 15 novembre au matin la première session d'un cycle de trois rencontres. Arrêtée par le Conseil d'administration de Médiamétrie au cours de l'été, la décision aboutira à l'abandon du GRP, l'indicateur historique de mesure des campagnes de publicité TV. Le basculement devrait coïncider, en 2024, avec la mise en application de la nouvelle mesure unifiée cross media, capable d'agréger l'ensemble des audiences, qu'elles soient le fait de diffusion en linéaire ou à la demande, et quel que soit l'écran, le moment et le lieu sur lequel elles sont réalisées, en les comptabilisant selon une méthodologie commune. Mais si principe et objectifs sont clairs - aller dans le sens de « *la convergence et de la transparence* », selon les mots du président de Médiamétrie Yannick Carriou -, les contours du futur CPM unifié et le périmètre de la future mesure restent à préciser. Et certains intervenants se sont interrogés sur la capacité à tenir l'échéance 2024.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter