

Vers un « shazam » de la radio

La PME wallonne NeuroMedia lance un nouvel outil de mesure d'audience radio et télé

EN BREF :

- **Les annonceurs restent frileux** par rapport aux podcasts. En cause : le grand flou entourant la certification des audiences.
- Start-up spécialisée dans la mesure d'audience, **NeuroMedia sort MetriCrowd**.
- MetriCrowd capte et reconnaît la station radio écoutée (FM ou web), mais également les chaînes et programmes TV regardés, **qu'ils soient consommés en direct ou en différé**.
- Désormais, **le marché dispose d'une mesure accessible, valide et capable de garantir de la sorte l'équivalence de l'audience**, tant pour la radio que la télévision. L'application peut venir en complément des données subjectives recueillies auprès des panels par les outils déclaratifs, tels que ceux habituellement utilisés.
- Le 22 janvier, **MetriCrowd a décroché le RedTech Award** dans la catégorie « Publicité et monétisation » lors de la Radio Week.

Vous connaissez sans doute Shazam ? Cette appli reconnaît n'importe quelle chanson en quelques secondes. Le nouveau produit de NeuroMedia agit selon le même principe, mais pour les stations de radios ou les chaînes de télévision.

« Grâce à notre application MetriCrowd, l'environnement sonore est capté via le micro du smartphone. Il est directement traduit en signature digitale. Celle-ci est ensuite envoyée à notre service d'identification qui définit quelle chaîne radio ou télé émet en direct au moment de l'écoute », détaille **Pierre Mengal**, co-fondateur de NeuroMedia.

On comprend assez vite l'intérêt. À ce jour, les chiffres d'audience des grandes stations sont calculés sur base de notes prises par un panel. Soit les personnes du panel répondent à un enquêteur présent physiquement (enquêtes complètement stoppées en temps de Covid), soit elles remplissent à la main ou en ligne un carnet d'écoute. Le biais par rapport à la réalité peut parfois être très important, notamment pour les chaînes écoutées durant des périodes courtes ou de manière non récurrente. Pour le digital, les mesures sont complétées par des logs et des téléchargements, mais rien ne permet de dire qu'un podcast téléchargé est vraiment écouté, ni pour combien de temps.

Suite page 2 >>

L'outil mobile MetriCrowd contourne cette difficulté et rend la **collecte de l'audience objective** et transparente, tout en facilitant le travail du panel. MetriCrowd récupère toutes les écoutes qui pourraient être omises dans la déclaration des panels à l'heure actuelle.

Le RedTech Award

Le 22 janvier, MetriCrowd a décroché le **RedTech Award** dans la catégorie « Publicité et monétisation » lors de la Radio Week. Cet événement se déroule chaque année depuis Paris, à l'instigation de La Lettre Pro de la Radio et de [RedTech Tribe](#), la communauté professionnelle internationale des industries de la radio et de l'audio.



« Ce prix confirme l'intérêt du secteur pour notre vision globale de la mesure d'audience », épingle **Dany Donnen**, l'autre co-fondateur de NeuroMedia. « Le marché de l'audio, spécialement celui du podcast, est en pleine effervescence. C'est une monnaie d'échange qui a besoin de reconnaissance. Le hic, c'est qu'il y a trop de méthodes différentes de mesure. Chez NeuroMedia, nous sommes convaincus qu'il existe des solutions simples de mesures d'audience, offrant des comparaisons justes, et accessibles à tous les producteurs. »

Envie de tester MetriCrowd ?

Si vous êtes un professionnel du secteur (chaîne de radio, de podcasts, de télévision) et souhaitez expérimenter MetriCrowd en environnement réel, et participer à sa co-construction de l'outil, n'hésitez pas à prendre contact avec NeuroMedia.

[Fin du communiqué de presse]

À propos

NeuroMedia - www.neuromedia.io : fondée en 2014, NeuroMedia est une entreprise spécialisée dans l'analyse de données dans le secteur des médias et du divertissement (jeux vidéo, réseaux sociaux, streaming...), pour plus de 500 clients dans le monde. En Belgique, NeuroMedia compte notamment le CIM (Centre d'Information sur les Médias) et la RTBF (on-line et Auvio) parmi ses clients. L'équipe est basée à Liège et compte 9 collaborateurs.

Photos haute définition et libres de droits disponibles sur <https://pressroom.kalamos.be/vers-un-shazam--de-la-radio>

Contacts

Attachée de presse : Madeleine Dembour +32 478 67 25 43, md@kalamos.be
NeuroMedia : Pierre Mengal +32 496 23 26 26, pmengal@neuromedia.io
Dany Donnen +32 475 44 87 75, ddonnen@neuromedia.io