



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 14 mars 2024

### Le SRI se penche sur l'Attention

Pour l'ensemble de l'écosystème publicitaire, la mesure de l'attention est l'un des grands sujets de 2024. Pour autant, sa définition et les normes associées ne font pas encore l'objet d'un consensus, notamment en matière de digital.

En complément des différents travaux menés par le CESP et l'IREP, le SRI a souhaité contribuer en dressant un état des lieux de cet indicateur en devenir que nous mettons aujourd'hui à la disposition du marché dans un nouvel opus de notre série de 'Pense pas Bête'.

Pourquoi ce critère émerge maintenant ? Comment le mesurer sur des inventaires publicitaires digitaux ? Quelles méthodologies et variables en déterminent ou prédisent les différents niveaux ? Quels sont les différents acteurs opérant en France ? Le SRI aborde ces questions de manière agnostique et montre l'importance de construire une courbe d'apprentissage pour comprendre les interactions entre différents facteurs : spécificités du support d'exposition, impact de la marque, création ou encore les caractéristiques de l'audience.

Pour Corinne Mrejen, présidente du SRI : « *La mesure de l'attention, complémentaire des critères de qualité, de contexte et d'audience, ouvre d'intéressantes perspectives pour le futur de la publicité digitale. Mais les nombreuses questions posées par notre Pense pas bête démontrent aussi la complexité de cette mesure et la nécessité de travailler collectivement à une forme de normalisation de ces indicateurs.* »

### Télécharger le 'Pense pas bête de l'Attention'

#### **A propos du SRI**

Le SRI - Syndicat des Régies Internet - est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. Nos adhérents travaillent dans un esprit de coopération et se répartissent en 2 collèges : le collège « Régies » qui rassemble des régies digitales adossées à des publishers, et le collège « Partenaires Technologiques », qui réunit des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur de la publicité digitale, le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts collectifs.

[www.sri-france.org](http://www.sri-france.org)

Contact presse

Myriam Waquet

06 88 34 20 65 / [mdechasse@sri-france.org](mailto:mdechasse@sri-france.org)