

# SPR+ sera élargie. What More?

**Aussi longtemps que possible, l'ASA a gardé un comportement neutre et n'a recommandé ni le SPR+ système de recherche sur l'affichage qui existait déjà ni MORE attendu depuis (assez) longtemps. Mais à plus long terme, l'Association n'a pas pour tâche de s'efforcer de rester aussi neutre que possible. Au contraire, elle doit aider ses membres à tirer le meilleur parti de leur investissement dans la publicité par voie d'affichage.**

## Une histoire sans fin

Durant des années, SGA et CCO ont travaillé, avec l'appui de l'ASA, au développement du projet de recherche sur l'affichage SPR (Swiss Poster Research). Au printemps 2005, tout menaçait d'échouer, car CCO avait quitté le projet, prétendant des différends sur la méthode de mesure.

Le 17 août 2005, Christian Kauter, le CEO de la SGA, a déclaré que les collaborateurs de SPR et le prof. Martial Pasquier poursuivraient et réaliseraient seuls le projet. Les surfaces d'affichage de la concurrence seraient également intégrées dans le projet.

C'est ce qui s'est passé. Aujourd'hui, SPR+ est pleinement fonctionnel et est même élargi. Depuis la séparation, CCO développe son propre projet MORE et l'a présenté, en mai 2006, à la branche des media et aux autres milieux intéressés. Durant le second semestre 2007, MORE sera testé, pour commencer, dans la région de Zurich. Peut-être pourra-t-on alors constater lequel des deux systèmes est meilleur sur quelles questions de détail - mais ce n'est pas de cela qu'il s'agit.

## Deux systèmes constituent un non-sens

**Au cours des deux dernières années, l'ASA a dit et écrit à chaque fois que l'occasion se présentait que par la présence de deux systèmes différents l'utilité pour la publicité par affichage devenait obsolète et ne causait que des dommages au media affiche.**

A ce sujet, l'ASA est parfaitement d'accord avec BSW et les agences media. Les annonceurs et la branche publicitaire ont besoin d'**UN système** qui fournit pour tous les sites d'affichage du pays des données relevées de la même manière. C'est à cette condition que les données pour la

planification media et le contrôle de leur succès seront utilisables.

Jusqu'alors, toutes les tentatives d'unification se sont perdues dans le vague. L'ASA a tenté, en restant aussi calme que possible, de convaincre la SGA et CCO à refondre les deux systèmes en un seul. Elle a obtenu le soutien des BSW et des grands annonceurs par affichage.

En automne 2006, nous avons incité une nouvelle fois SPR+ et CCO à participer à une discussion ouverte avec des règles de jeu claires et à un entretien au sommet. Un entretien entre les équipes de SPR+ et de MORE eut effectivement lieu le 17 février 2007. Le 23 février, Beat Roeschlin écrivit à Christian Kauter en abordant ce sujet et les modalités d'une possible collaboration: «Nous vous soumettrons sous peu une proposition détaillée» Et plus loin: «En temps voulu, c'est bien volontiers que j'aborderais avec vous cette proposition et les implications en matière de politique d'entreprise qui en découlent.»

## La vie punit ceux qui arrivent en retard

Le temps ne manquait pas, mais au cours des 4 derniers mois, absolument rien ne s'est produit du côté de CCO en vue d'une unification des deux projets. SGA attend toujours des propositions. Entretemps, le développement du système SPR+ s'est cependant poursuivi et après la prochaine étape de sa mise en place, il sera sans doute trop tard pour intégrer d'autres features dans le tool de planification SPR+. Il n'y aura d'ailleurs plus aucune raison d'y procéder.

Nous nous trouvons donc devant le fait suivant : avec SPR+, il existe un système pour la recherche sur l'affichage pleinement fonctionnel qui est déjà dans une nouvelle phase d'extension et qui comprend tous les sites d'affichage. On comprend dès lors que SPR+ a besoin des contributions de ses utilisateurs. Le système MORE entrera prochainement dans une phase d'essai dans la région de Zurich. Il n'est pas encore établi si et dans quelle mesure, cet essai comprendra les sites d'affichage de la concurrence.

**Il est donc raisonnable que nous recommandions à nos membres de se fonder sur l'offre de SPR+ pour la planification et le contrôle du succès de leur publicité par voie d'affiches.**