



Credibility In Media

CIM

Centre d'Information sur les Médias

Association Sans But Lucratif

Règlement d'Ordre Intérieur

**Annexe – définitions**



Algorithme :	L'ensemble de étapes à réaliser pour obtenir un résultat. Ces étapes peuvent être constituées de calculs ou d'opérations automatisées. Un exemple : l'algorithme de calcul des bilans de campagne.
Buy Side :	Au sein du CIM, le pôle "non-média" représenté par les annonceurs et intermédiaires qui achètent des espaces publicitaires pour le compte des annonceurs.
CIM :	Centre d'Information sur les Médias
Consumer journey :	Il s'agit du parcours qu'effectue un consommateur et qui le conduit jusqu'à l'achat d'un produit ou d'un service.
Crossmedia :	Prise en compte des médias à travers les différents types de médias : télévision, radio, marques de presse, magazines...
Currency :	Littéralement : le taux de change. Dans le secteur, il s'agit des chiffres utilisés comme référence principale pour comparer les médias et déterminer le prix des campagnes publicitaires. Ces chiffres se réfèrent à l'audience et aux mesures associées (telles que la couverture, la part de marché, les contacts, le GRP, l'OTS, le classement, la durée d'écoute, les visites, etc) et les profils socio-démographiques qui s'y rapportent.
Directeur général :	Dans les Statuts, on entend par "directeur général" la personne chargée de la gestion journalière de l'association sans qu'elle soit elle-même membre de l'organe d'administration. Dans le Règlement d'ordre intérieur, on entend par "directeur général" la personne chargée de la gestion journalière de l'association, qu'elle soit ou non membre de l'organe d'administration.
Etude Currency :	Une étude qui mesure les currencies.
Etude Stratégique :	Une étude stratégique est une étude qui n'est pas spécifique pour un média mais pertinente pour tous les médias.
Etude Tactique :	Une étude tactique est une étude dont la vocation principale est de mesurer l'audience d'un média.
Institut :	Un bureau d'études de marché qui réalise une ou plusieurs étude(-s).
Intermédiaires :	Au sein du CIM, les agences de publicité et les agences média.
Famille(s) de membres :	Le CIM est composé de 3 types de familles de membres: les annonceurs, les intermédiaires et les médias qui font tous partie du monde la communication en Belgique.
Médias :	Au sein du CIM, les médias et leurs régies.



Règlement d'une étude :	Les règles régissant une étude particulière. Il comprend généralement les conditions qu'un média doit remplir pour pouvoir être mesuré, les règles de calcul et de publication, ainsi qu'une procédure pour résoudre les litiges.
Request for proposal :	Une demande de proposition dans le cadre de la participation à un processus d'achat.
Structure Permanente :	L'ensemble des collaborateurs du CIM chargés de la gestion quotidienne et du soutien permanent de l'association et de ses membres.
Sell Side:	Au sein du CIM, le pôle "media, représenté par les médias et les régies de média qui vendent des espaces publicitaires.
Total Audio:	Tout ce qui est écouté.
Total Brand:	Considérer la même marque de manière cross-média, cross-plateforme et cross-appareil.
Total Read:	Tout ce qui est lu.
Total Video:	Tout ce qui est vu.