

Paris, le 5 juillet 2011.

## LA PRESSE MAGAZINE LANCE LES « E JUSTIFS », JUSTIFICATIFS ELECTRONIQUES DE PARUTION.

*Jean Paul Lubot, Président du Syndicat de la Presse Magazine, Marketing & Publicité, Sébastien Danet, Président de l'UDECAM le syndicat des agences médias ont annoncé hier le lancement officiel des e-justifs.*

Depuis toujours, pour justifier de toute insertion publicitaire, une régie envoyait aux agences médias et aux annonceurs un certain nombre d'exemplaires justificatifs. Cette procédure, d'un coût élevé (estimée à 2M d'€ pour la filière), nécessitait l'utilisation et la circulation d'un grand nombre d'exemplaires, mais aussi des manipulations et un temps passé trop élevé face aux exigences de productivité de toutes nos entreprises.

La solution numérique et donc dématérialisée était en chantier depuis plusieurs années entre SPM et UDECAM. Elle a trouvé une issue pertinente grâce à un système logiciel de MBS appliqué aux données Kantar Media, leader mondial de la pige publicitaire.

Au lendemain de la parution d'un magazine, l'agence qui a passé la commande d'une ou plusieurs insertions peut comparer en direct dans son système de gestion, le libellé de son ordre d'achat d'espace avec la donnée Kantar Media : annonceur, marque, produit, format de l'annonce, emplacement, prix valorisé... Comparaison des lignes d'offres, mais aussi visualisation de l'annonce dans son environnement rédactionnel, chemin de fer complet ... tout y est. L'agence peut ainsi prouver à son client la bonne exécution de la commande en toute transparence dans un bilan carbone amélioré.

Ce système aussi moderne que précis est adopté depuis le 1<sup>er</sup> juillet après plusieurs mois de tests par l'ensemble des régies du SPM Marketing & Publicité et l'ensemble des agences médias de l'UDECAM.

*« La presse magazine est le média le plus référencé par les annonceurs : plus de 12 200 clients y achètent plus de 130 000 pages de publicité par an »* confirme Jean-Paul Lubot, *« pour eux comme pour les agences et les régies, il fallait trouver un système pertinent qui fluidifie l'après vente des campagnes de publicité en presse magazine. »*

*« Les éditeurs de presse magazine, et nous agences médias, avons fait preuve d'audace dans la recherche d'une solution dématérialisée qui apporte précision et fiabilité dans le traitement de l'information »* poursuit Sébastien Danet *« La pige qui était en agence une tâche souvent fastidieuse devient un élément dynamique de suivi des campagnes de presse pour le plus grand bénéfice de nos clients annonceurs. »*

Pour plus d'informations :

Isabelle Fredriksson : [if@pressemagazine.com](mailto:if@pressemagazine.com) - 0142 89 55 06

Françoise Chambre : [francoise.chambre@udecam.fr](mailto:francoise.chambre@udecam.fr)