



LA LETTRE D'INFORMATION
DE L'AUTODISCIPLINE
PUBLICITAIRE

LA VIE DE L'ARPP

EN BREF

Diffusion film

Comment **MyDiffTV** simplifie les instructions de diffusion des films publicitaires aux régies TV

Entrée en application au 1^{er} janvier 2020, MyDiffTV est la plateforme du SNPTV qui permet d'envoyer en quelques clics, aux régies TV, les instructions de diffusion des films publicitaires de façon simplifiée et normée EDI Pub. L'ARPP fait partie du processus.

Outre une gestion simplifiée des instructions de diffusion, cette interface commune à toutes les régies audiovisuelles permet d'assurer la traçabilité des différentes versions des films publicitaires.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Une fois remplis les champs obligatoires sur la plateforme – nom de l'annonceur, nom de



VISIONNER LA DÉMO DE FONCTIONNEMENT DE LA PLATEFORME

Evelyne Sosnovsky

L'association avec le PubID de l'ARPP sécurise les échanges entre agences et régies.

La Déléguée Générale d'EDI Publicité dévoile les tenants et aboutissants de la nouvelle plateforme d'instructions de diffusion des régies publicitaires télévisées et explique l'intérêt de l'association avec le PubID de l'ARPP au sein de MyDiffTV.

L'ARPP : Comment est née l'idée de cette interface commune à toutes les régies et quel est son objectif ?

Evelyne Sosnovsky : Le besoin a émergé il y a déjà quelques années et nous avons contacté à l'époque l'UDECAM et l'AACC pour réfléchir à des règles de gestion dématérialisées permettant de structurer les instructions de diffusion des films publicitaires.

En effet, les régies TV et le SNPTV nous avaient fait part de la difficulté que tous rencontraient désormais, du fait du grand nombre d'informations envoyées par mél, de la saturation des messageries, du manque de clarté des informations de roulement communiquées par les agences, des délais de réception de plus en plus courts, et du coup des risques d'erreur accrus (chaque erreur pouvant coûter cher à la régie !).

<https://www.arpp.org/actualite/mydifftv-nouvelle-plateforme-permettant-de-communiquer-les-instructions-de-diffusion-aux-regies-tv/>

la campagne, dates de diffusion (début et fin) – on peut préciser pour chaque PubID (identifiant unique attribué à chaque film publicitaire diffusé à la télévision en France) si le film a déjà (ou non) été livré, sa date de livraison et le prestataire de livraison. Les dates de livraison et le prestataire sont mémorisés pour les films suivants.

Une fois entrés les PubID des différentes versions, en cliquant sur « suivant », on envoie une requête sur le site de l'ARPP. À la suite de cette requête, tous les champs sont renseignés : le titre du film, le format, la version, le numéro ARPP. En passant la souris sur l'Avis ARPP, on peut lire le commentaire des juristes-conseils. Pour éviter tout risque de confusion, chaque film se voit attribuer une couleur spécifique. Une fois cochées les chaînes concernées par le

dispositif, la sélection peut également être mémorisée pour gagner du temps sur des envois ultérieurs.

On passe ensuite au choix des périodes de diffusion pour chaque film : les dates de diffusion ayant déjà été renseignées dans la première étape, on sélectionne le film diffusé sur chaque période (le PubID et la couleur associés à chaque film apparaissant dans un menu déroulant) et on entre la rotation demandée.

Ne reste plus qu'à envoyer les instructions de diffusion en cliquant sur « Terminer » à moins que l'on décide de les sauvegarder pour les envoyer plus tard. En cliquant sur « Options avancées », on peut adresser un fichier détaillé à chaque régie. L'ensemble des instructions envoyées sont archivées dans l'onglet « Instructions envoyées ». ■



UNE PARTICIPATION À LA 1^{ère} JOURNÉE « ÉCONOMIE CIRCULAIRE »

À l'occasion de ce nouveau rendez-vous destiné à faire un tour d'horizon des initiatives en cours et à partager les travaux réalisés au sein de l'Institut du Commerce, l'ARPP a exposé les règles éthiques sur les allégations environnementales. Stéphane Martin est intervenu en fin de session de cette journée, qui s'est tenue le 12 décembre 2019 à Paris, sur le thème « Repenser le parcours shopper en intégrant le parcours de vie du produit ». Il a présenté les règles de l'ARPP encadrant les allégations environnementales prévues par sa Recommandation « Développement durable » aux côtés de Bruno Siri, Délégué Général du Conseil National de l'Emballage, autour d'une communication pédagogique sincère.



Cela créait beaucoup de stress côté régies et du côté des agences conseil. Elles devaient également gérer des contraintes différentes selon chaque interlocuteur.



« Nous avons réfléchi à la solution la plus simple et la plus susceptible d'être adoptée par tous. »

Nous n'avions pas réussi à l'époque (vers 2012/2013) à mettre d'accord l'UDECAM et l'AACC sur les règles de gestion partagées et nous avions renoncé.

Pour quelles raisons est-ce devenu possible maintenant ?

En 2018, à la demande des régies, nous avons relancé le sujet avec seulement le SNPTV, en restant sur les mêmes process mais simplement en les dématérialisant et en optimisant leur fonctionnement.

Une fois l'appel d'offres lancé et le prestataire choisi (Copiestation), nous avons organisé pendant six mois des ateliers de travail avec les responsables opérationnels de chaque régie, en consultant également certaines agences conseil afin de les faire adhérer au projet, l'investissement étant pris en charge par le SNPTV et les régies TV.

Comment l'ARPP est-elle associée à la nouvelle plateforme MyDiffTV ?

Nous avons réfléchi à la solution la plus simple et la plus susceptible d'être adoptée par tous ; il fallait qu'elle présente des avantages par rapport aux habitudes précédentes et qu'elle facilite la vie des agences conseil, comme celle des régies. Sachant que le PubID est l'identifiant unique de chaque film, et que les agences de production ou les agences conseil l'utilisent au quotidien dans tous leurs échanges, il nous a paru évident d'intégrer automatiquement cet « identifiant » dans nos process via une API (interface de programmation applicative) avec l'ARPP.

Les agences conseil et les agences de production ont toutes des comptes à l'ARPP et cela contribuera à la prise en main de MyDiffTV.

Quel est l'intérêt de cette association ?

L'association avec le PubID de l'ARPP sécurise les échanges entre agences et régies, évite des ressaisies sources d'erreur, simplifie les manipulations et garantit la fiabilité des informations.