

### **Le CESP vient de rendre son Audit sur l'étude Affimétrie Ile de France réalisée en 2007/08 par l'institut BVA**

Cette étude a pour objet de décrire les déplacements des individus âgés de 11 ans ou plus résidant dans les unités urbaines de Paris ou de Meaux. Elle clôture le programme des études Affimétrie lancé en 2002, qui visait à fournir des estimations d'audience France entière pour le média Publicité Extérieure.

Pour mémoire, les résultats d'audience des réseaux d'affichage sont produits exclusivement sur des déplacements modélisés. Les données recueillies dans l'enquête sont extrapolées sur la base du recensement pour constituer une base composée uniquement de déplacements simulés. Cette dernière est confrontée à la base des panneaux d'affichage géo-référencés pour produire les résultats d'audience.

L'Audit du CESP ne concerne que l'enquête Ile de France. Il ne porte ni sur les données modélisées ni sur les résultats d'audience et ne permet pas de se prononcer sur la capacité de l'enquête à alimenter le modèle et en particulier sur la taille de l'échantillon (5300 individus).

L'Audit valide certains choix méthodologiques qui ont été faits. Ainsi l'interviewé est sélectionné au sein du foyer à partir d'une méthode aléatoire qui est particulièrement adaptée pour assurer *a priori* une bonne représentativité de la mobilité des répondants. La formation et l'encadrement des enquêteurs sont de bonne qualité. Les améliorations apportées au logiciel cartographique suite au pilotage du questionnaire ont permis d'éliminer les anomalies informatiques. Les résultats sont très proches de ceux observés dans l'Enquête Globale Transports de la Direction régionale de l'Équipement d'Ile de France réalisée en 2001/02 sur l'agglomération parisienne.

D'autres points méritent d'être améliorés. Le taux de réponse à l'enquête est faible (11,5%). Une meilleure gestion des quotas foyer permettrait de l'augmenter. La répartition des interviews est non homogène sur la période d'enquête et entraîne un déséquilibre dans la structure interne de l'échantillon. Certaines catégories d'individus ont été interrogées en très grande majorité pendant les premiers mois de la collecte, ce qui a généré des biais de saisonnalité sur les déplacements recueillis. L'allongement de la période d'enquête et une répartition équilibrée des interviews sur tous les jours de la semaine contribueraient à pallier ces dérives. Le CESP recommande aussi de contrôler en continu la structure de l'échantillon.

Enfin, le CESP souligne l'importance, *a fortiori* dans une étude sur la mobilité, d'inclure dans l'échantillon des individus uniquement joignables sur téléphone mobile.

Les conclusions détaillées de l'Audit sont accessibles, sur demande, aux adhérents du CESP.

### **À propos du CESP**

Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences médias, agences et médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études et des recherches sur les médias, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias. Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise sur de nombreux travaux liés aux médias et au développement de nouvelles techniques et outils, en France comme à l'international. Rendez-vous sur [www.cesp.org](http://www.cesp.org) pour toute information complémentaire.

### **Contact Presse**

CESP

Françoise Mbia, Responsable de la Communication

01 42 89 12 26 / [fmbia@cesp.org](mailto:fmbia@cesp.org)

[www.cesp.org](http://www.cesp.org)