

GUILLAUME CHAUVET NOMMÉ A LA TÊTE DU COMITÉ SCIENTIFIQUE DU CESP

Guillaume Chauvet vient de prendre la présidence du Comité Scientifique du CESP. Quatrième Président de cette instance clé de l'association depuis sa création en 1957, il succède ainsi à Stéphane Tufféry à ce poste hautement stratégique.

Le Comité Scientifique est le symbole et garant de la qualité des audits et des publications du CESP en France et à l'international. Lieu de discussion et d'évaluation de la qualité des mesures d'audience, il est associé à toutes les questions scientifiques et innovations méthodologiques liées à la mesure d'audience dans le but d'assurer de façon robuste et transparente la validité des chiffres sur laquelle s'établit la monnaie d'échange du marché.

Membre du Comité Scientifique depuis deux ans, Guillaume Chauvet sera à présent chargé de présider les séances de travail du Comité sur les études d'audience du marché et les séances de concertation avec les instituts opérateurs de ces mesures.



« Les enquêtes auditées par le CESP sont actuellement en pleine évolution, et offrent de nombreux défis méthodologiques. Je me réjouis d'avoir l'occasion d'accompagner l'équipe du CESP dans cette période de transformation. »

Docteur en Statistique et habilité à diriger des recherches, Guillaume Chauvet est enseignant-chercheur à l'Ensaï et membre de l'UMR-6625 IRMAR. Il s'intéresse aux multiples aspects de la Statistique d'Enquête, incluant les méthodes d'échantillonnage, le traitement de la non-réponse, la qualité des données, le traitement de données longitudinales, et l'analyse de données d'enquête. Il est l'auteur de nombreux articles scientifiques.

Quelques références de Guillaume Chauvet

- H. Juillard, G. Chauvet, A. Ruiz-Gazen (2017), *Estimation under cross-classified sampling with application to a childhood survey*. *Journal of the American Statistical Association*, vol n° 112(518), pp 850-858.
- D. Hajage, Y. De Rycke, G. Chauvet, F. Tubach (2016), *Estimation of conditional and marginal odds ratios using the prognostic score*. *Statistics in Medicine*, vol n° 36(4), pp 687-716.
- G. Chauvet (2015), *Coupling Methods for multistage sampling*. *Annals of Statistics*, vol 43, n°6, pp 2484-2506.
- G. Chauvet, J.C. Deville, D. Haziza (2011), *On balanced random imputation in surveys*. *Biometrika*, vol. 98, pp. 459-471.
- G. Chauvet, Y. Tillé (2006), *A fast algorithm of Balanced Sampling*, *Computational Statistics*, vol 21, pp. 53 - 61.

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 NOS RÉSEAUX ET SUR

WWW.CESP.ORG

