



LE CESP PUBLIE LES AUDITS DU PANEL MEDIAMAT ET DE SON ETUDE DE CADRAGE, HOME DEVICES

Le CESP a mis à disposition de ses adhérents les audits 2019 du panel Médiamat et de son étude de cadrage Home Devices.

A propos de Home Devices

Cette étude fournit tous les six mois, la valeur d'extrapolation des foyers équipés en téléviseur et les valeurs théoriques utilisées pour le redressement quotidien de l'échantillon du panel Médiamat.

Le Comité Scientifique du CESP a confirmé la qualité de l'étude en particulier la complémentarité des modes de recueil, alliant collecte par téléphone et online, facilités par un guide pertinent de présentation des équipements. Il a aussi souligné la qualité du terrain : formation et encadrement des enquêteurs. Le CESP précise qu'à dispositif d'enquête constant, la baisse de la taille de l'échantillon de 40 000 à 38 500 foyers ne devrait impacter que marginalement la précision des résultats.

Néanmoins, le CESP alerte de nouveau sur le non-respect de certains quotas mis en place lors des phases de recrutement et de recueil des équipements.

A propos du Médiamat

L'étude Médiamat / Médiamat'Thématic a pour objectif de mesurer l'audience individuelle des chaînes de télévision en France.

Le CESP considère la qualité globale du dispositif Médiamat et les moyens mis en œuvre par Médiamétrie pour assurer la valeur de la mesure satisfaisants et souligne notamment la qualité des formations et la présence d'équipes d'enquêteurs expérimentés. La bonne gestion du panel a été notée, notamment l'utilisation de sources qualifiées et réservées au Médiamat pour les pré-recrutements, particulièrement lorsque ces sources sont récentes.

En revanche, le Comité Scientifique recommande d'augmenter le taux de renouvellement du panel en limitant la durée de panélisation et de corriger la représentativité sur certains critères sur-représentés (équipements notamment). Il propose de tester de nouvelles modalités de redressement sur l'âge de l'individu pour améliorer la représentativité au sein des cibles jeunes (15-24 et 25-34 ans).

Par ailleurs, le Comité Scientifique souhaite analyser la consommation de vidéos en SVOD et l'utilisation de nouveaux équipements (de type Apple TV, Chromecast, Smart TV...), dans un contexte de réflexion sur la pertinence de l'ajout de ce type de consommation comme critère de contrôle au sein des systèmes de mesure d'audience de la télévision.

ESPACE PRESSE : WWW.CESP.ORG/PRESSE/

CONTACTS

Home Devices : Olivier Daufresne, Directeur associé, odaufresne@cesp.org

Médiamat : Patricia Schultz, Directrice de projet TV, pschultz@cesp.org

RENDEZ-VOUS SUR NOS RÉSEAUX ET
SUR WWW.CESP.ORG



A 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 et régies publicitaires des 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 sur les médias et l'efficacité publicitaire, 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 aux problématiques digitales et data, en France comme à l'international.