

SYNTHESE DE L'AUDIT DU CESP

SUR L'OBSERVATOIRE DES USAGES INTERNET TELEPHONIE ET SERVICES MOBILES 2015

Dans le cadre de son contrôle de la mesure d'audience de l'internet fixe (connexion sur ordinateur fixe ou portable), le CESP audite l'Observatoire des Usages Internet, Téléphonie et Services Mobiles (OUI-TSM) depuis 2007. Cet observatoire sert d'étude de calage au panel d'internautes Médiamétrie//NetRatings, qui mesure les usages de l'internet fixe sur ordinateur, et à la mesure de l'internet mobile.

Ne font pas partie du champ de l'Audit en 2015 les résultats servant au calage du panel Internet Mobile, pour la mesure de l'audience de l'internet mobile.

Le CESP considère que l'enquête OUI-TSM est satisfaisante sur :

- ↪ le principe d'une étude dédiée pour la production des structures théoriques de redressement du panel d'internautes.

Le CESP émet des réserves sur :

- ↪ le recours à des viviers de numéros de téléphone non audités par le CESP¹,
- ↪ la faiblesse du taux de réponse. Le Comité Scientifique rappelle l'importance d'un taux de réponse élevé pour l'obtention d'un échantillon de qualité, en particulier dans le cas d'une étude de cadrage.
- ↪ les structures de certaines populations d'internautes issues de l'OUI-TSM utilisées pour le panel MNR, compte tenu des trop faibles effectifs sur lesquels elles sont calculées : 99 individus ayant accès à internet depuis leur lieu de travail exclusivement (WORK ONLY) ; 86 individus se connectant à internet sur d'autres lieux exclusivement (ALE). Ces valeurs apparaissent trop faibles pour calculer des structures de cadrage,
- ↪ le questionnaire qui n'a pas suffisamment évolué pour prendre en compte les nouveaux modes d'accès et les nouveaux usages internet ; plusieurs questions ne sont plus pertinentes (exemples : date de première connexion à internet ; nombre de SMS envoyés...),
- ↪ les informations recueillies dans le module « User + Site » utilisant une catégorisation de sites non testée, qui servent notamment à la production des résultats d'audience « Tous Lieux »,
- ↪ l'utilisation de la question sur le nombre de salariés comme variable de redressement pour le panel internet fixe Médiamétrie//NetRatings, compte tenu de l'ambiguïté de cette question et du manque de fiabilité dans son recueil (notamment du fait de la confusion des interviewés entre le nombre de salariés de l'entreprise et de l'établissement auquel ils appartiennent).

¹ Un Audit sur la constitution des bases de sondage par Médiamétrie pour la réalisation de ses études est d'ailleurs prochainement prévu.

Le CESP recommande à l'institut les actions suivantes :

- ↳ favoriser la mise en place et la pérennité d'une équipe dédiée afin de minimiser le taux de refus et le taux d'abandon²,
- ↳ augmenter la taille de l'échantillon de chaque vague d'enquête,
- ↳ poursuivre l'accroissement de la part des Exclusifs 09 (individus ayant un numéro de téléphone fixe « non géographique » et pour lesquels Médiamétrie ne dispose pas de numéro « géographique ») en contrôlant notamment le profil des individus interrogés,
- ↳ poursuivre l'amélioration de la qualité de l'échantillon afin de réduire les écarts avec les objectifs théoriques de redressement,
- ↳ modifier, après tests, les catégories de sites proposées dans le module « User + Site ». La catégorisation des sites proposée dans la version actuelle du questionnaire ne permet pas de prendre en compte certaines catégories de sites très populaires, tels que les sites liés aux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, ...),
- ↳ poursuivre le remaniement du questionnaire afin de mieux prendre en compte les nouveaux usages et les nouveaux modes d'accès internet (tablette tactile, 4G, télévision connectée, phablette, etc.). Dans la perspective de produire des données de cadrage pour l'Internet Global, il est important de disposer dans une même étude référente pour le marché de l'ensemble des données de cadrage liées à internet.

Le CESP recommande au marché :

- ↳ d'être vigilants, comme pour toutes les enquêtes, dans l'exploitation des résultats de l'étude sur des cibles à faible effectif,
- ↳ d'engager une réflexion sur la définition de l'internaute qui est encore fondée sur la connexion à internet au cours des 30 derniers jours alors que les usages deviennent majoritairement quotidiens.

Le Comité Scientifique - Le 18 Octobre 2016

² A noter, depuis juin 2015, des actions de fidélisation de l'équipe d'enquêteurs ont été mises en place par Médiamétrie, en partenariat avec le centre d'appel en charge de la réalisation du terrain de l'enquête.