

COLLEGE COMMUNICATION EXTERIEURE CESP

COMPTE RENDU REUNION 16-04-19

Participants :

Clear Channel - MERIAUX Caroline

JC Decaux - HUCORNE Cyril

Dentsu Aegis Network - BENSE Jean-Christophe

Médiatransports - WAGNER Isabelle

Exterion Media - VAN DER VEKEN Michel

Omnicom Media Group - MINOST Jean

JC Decaux - DURON Alban

Phenix Group - BRISSON Jérôme

CESP : Olivier HAYS, Valérie MORRISSON, Patricia SCHULTZ, Marina GAULTIER, Pierre VILLA

Ordre du jour de la réunion

Introduction de Valérie Morriison sur le rôle du Président de Collège et présentation du nouveau Président : Alban DURON.

Tour de table.

Ordre du jour :

1. Présentation des résultats du pilote sur la nouvelle mesure d'audience Affimétrie de la communication extérieure
2. Audit des modèles de mesure d'audience en indoor : présentation de la méthodologie développée par le CESP
3. Temps d'échange

1. Présentation des résultats du pilote sur la nouvelle mesure d'audience de la communication extérieure Affimétrie

Cf slides 6 à 46

Plusieurs questions et remarques ont été soulevées par les participants :

- Concernant la participation des panélistes : quel est le montant de l'incentive ? Le CESP répond 15€ à l'issu de la participation et du renvoi de l'audimètre à Ipsos.
- Un membre demande quel est le bénéfice du meter MGE par rapport à une mesure sur téléphone mobile ? Le CESP et les membres du collège répondent que la mesure est plus précise et moins contraignante avec le meter ; une application sur mobile nécessite que l'individu panélisté possède un smartphone et a un impact sur l'utilisation de la batterie

L'utilisation d'applications sur mobile pour mesurer la mobilité n'a pas définitivement été écartée, mais n'a pas été retenue pour le moment.

Les remarques suivantes ont porté sur l'interrogation des individus « apports extérieurs » dans la mesure (pour rappel : les « apports extérieurs » sont les individus résidant dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants)

mais se rendant au moins une fois par semaine dans les agglomérations de plus de 10 000h), suite aux remarques et recommandations faites par le CESP :

- Un membre s'interroge sur le choix de recruter les apports extérieurs sur mobile uniquement dans l'enquête en grandeur réelle ? Le CESP répond que cette décision est liée à des contraintes financières et que cela permet de limiter les appels sur fixes aux agglomérations de plus de 10 000 habitants.
- Un membre suggère de supprimer la condition sur les habitants des agglomérations de moins de 10 000 habitants – en incluant tout le monde dans l'échantillon - cela permettrait ainsi d'aligner l'univers avec l'ensemble de la population française des 11 ans ou plus. Le CESP et les membres du Collège répondent que cette distinction « apports extérieurs » permet de concentrer les interviews sur des individus « utiles » car se déplaçant là où sont implantés les réseaux. Les individus non « apports extérieurs » (habitant les agglomérations de moins de 10 000h et se déplaçant moins d'une fois par semaine dans une agglomération de plus de 10 000h) sont bien inclus dans l'univers de référence mais on considère qu'ils ne génèrent aucun contact. On ne les interroge pas, dans le but de collecter des interviews « utiles » uniquement.
- Un membre demande comment les recommandations du CESP sont intégrées dans le dispositif ? Le CESP répond que ce sujet est en cours de discussion avec Affimétrie et Ipsos mais que des solutions existent pour améliorer ce point.
- Un membre demande s'il est possible de regarder le profil des apports extérieurs en cours de terrain afin de mener des analyses. Le CESP répond que oui, mais qu'il n'existe pas de données théoriques (autres que les résultats du pilote) pour confronter les données issues du terrain avec des données de cadrage.
- Un membre souligne que l'objectif de cette nouvelle étude n'est pas de faire moins bien que l'ancienne étude Affimétrie et qu'il n'est pas envisageable d'enlever les apports extérieurs du champ de l'enquête.

2. Audit des modèles de mesure d'audience en indoor : présentation de la méthodologie développée par le CESP

Cf slides 46 à 54

- Un membre demande combien de temps il faut pour mener un audit de ce type. Le CESP répond qu'il faut entre 2 et 3 mois pour des mesures en indoor sur des périmètres restreints.
- Le CESP ne peut pas communiquer les conclusions de ces audits, car il s'agit d'audits propriétaires, qui appartiennent aux commanditaires. Les communiqués de presse de ces audits, partageant les grandes conclusions, sont néanmoins disponibles sur le site du CESP.

3. Temps d'échange

À propos des conventions qui régissent la mesure d'audience de la communication extérieure :

- Un des membres souligne qu'il serait judicieux d'avoir un modèle de mesure unique, car il est aujourd'hui difficile de rapprocher indoor et outdoor, alors que le marché a tout intérêt à montrer la complémentarité des univers et à sortir d'une logique d'opposition. Plusieurs membres ajoutent qu'il n'y aurait pas forcément besoin d'une enquête de mobilité unique couvrant tous les univers.

Ce sont les conventions globales de la mesure d'audience du média qu'il conviendrait de discuter, pas uniquement celles de l'indoor.

- Le digital challenge aussi les conventions actuelles qui ont été pensées comme celles d'un média non digital :
 - o Comment prendre en compte des expositions longues (en situation d'attente par exemple) *versus* un passage sans arrêt devant un panneau ? Dans le cas des études d'audience en aéroports, c'est une convention anglaise qui a été adoptée pour tous les pays : en situation d'attente, un nouveau contact est généré toutes les 5 minutes.
 - o Comment adapter les conventions aux supports digitaux (avec des spots « vidéos » organisés en boucle) ?
- Phenix Group souligne que son audience n'est calculée que sur les piétons, alors que cela ne reflète pas la réalité de l'exposition.
- Le CESP, en association avec Affimétrie, propose d'héberger les discussions à venir sur les conventions de la mesure d'audience de la communication extérieure. Alban DURON propose le lancement d'un groupe de travail en 2019.
- Un des membres précise qu'il serait utile d'avoir une mise à jour des conventions en vigueur dans les autres pays et dans les autres médias. Le CESP réalisera ce travail pour le prochain collège.

A noter dans vos agendas :

- **L'Assemblée Générale du CESP aura lieu le 6 juin à 10h.**
- **Le 18 juin au matin, le CESP organise un Forum Digital avec l'IREP et l'IAB sur le thème « Mobile, un tournant décisif ? ».**