

#### Participants

Altice media pub - Ligia Da Silva Monteiro  
Amaury Media - Florence Emorine-Bouyer  
Dentsu Aegis Network - Gwendolyne Aubert  
France TV pub - Sonia Caupenne  
Lagardère Publicité - Marie-Bénédicte Bordes  
M publicité- Audrey Le Balc'h  
NRJ - Marie Le Coz  
OATH - Benjamin Soubeille  
Orange - Maud Kiolo

Publicis Media - Raphael Chatté  
Prisma media - Barbara Koskowitz  
SRI - Hélène Chartier, Myriam Waquet

CESP : Gérald Bonnet, Diane Darmon, Olivier Daufresne, Marina Gaultier, Olivier Hays, Yenny Jimenez, Valérie Morisson, Adèle Moscatelli, Dany Péria

#### Ordre du jour de la réunion

1. Audit OUI-TSM – principales conclusions du dernier rapport
2. Label Digital Ad Trust – premiers enseignements :
3. Audit Internet Global
4. Information sur le projet EVSG
5. Note du CESP sur la taille des cibles

#### Synthèse des échanges

1. **Audit OUI-TSM – principales conclusions du dernier rapport**
  - Le CESP rappelle au Collège Internet que depuis la mise en place du nouveau dispositif Internet Global en octobre 2017, seule l'enquête OUI-TSM est utilisée pour le calage des trois panels internet Ordinateur, Mobile et Tablette. Le Comité Scientifique a considéré ce changement satisfaisant. Toutefois, il a émis des réserves sur la faiblesse de l'échantillon de l'enquête : les effectifs sur lesquels les structures théoriques sont calculées sont inférieurs aux tailles des panels à redresser. Depuis plusieurs années, le Comité Scientifique recommande d'augmenter la taille de l'échantillon OUI-TSM ou d'envisager d'utiliser l'enquête Home Devices comme étude de cadrage. Pour accompagner cette seconde proposition, un groupe de travail a été mis en place au sein du CESP et du Comité Scientifique.
  - Concernant la recommandation faite au marché sur la réflexion à mener sur la définition de l'internaute, plusieurs membres du Collège Internet reconnaissent que la référence aux 30 derniers jours est de moins en moins pertinente au regard des usages. Afin d'enrichir la réflexion, le CESP réalisera un *benchmark* international sur la définition de l'internaute dans les études d'audience et le partagera avec le Collège lors d'une prochaine réunion. Cela permettra notamment de vérifier si la notion de « 30 derniers jours » est encore un standard dans la définition de l'internaute.

## 2. Label Digital Ad Trust – premiers enseignements :

- Le référentiel est en cours de mise à jour pour prendre en compte les premiers enseignements du label DAT (3 premières vagues).
- Le CESP invite les membres du Collège Internet à revenir vers lui si d'autres formats non IAB seraient à prendre en compte. Le SRI fait remonter le cas d'un acteur audio dont les formats ne font pas partie des formats classiques référencés dans le label DAT. Selon lui, il faudrait que le prochain référentiel permette de les prendre en compte.
- Pour toutes les questions relatives à l'adhésion en année 2, le CESP invite les éditeurs à se rapprocher de l'ACPM.

## 3. Audit Internet Global

- Le CESP fait un point sur son contrôle en continu du dispositif Internet Global, sur l'ensemble des phases de recrutement et de gestion des panels.

## 4. Information sur le projet EVSG

- Pour les tests de scénarios sur le display, il est suggéré d'ajouter le format 300x600 pour le desktop.
- Dany Péria précise que chaque mesureur choisira son auditeur et que l'audit EVSG ne couvrira pas la Brand Safety. Valérie Morisson insiste sur le fait que l'accréditation du CESP, de l'ABC ou de l'auditeur allemand aura une valeur dans toute l'Europe.

## 5. Note du CESP sur la taille des cibles

- Les objectifs de cette présentation sont de sensibiliser les membres du Collège Internet au calcul de la précision des résultats. Il est souligné que le calcul de la précision dépend de la méthode de sondage (tirage d'un échantillon aléatoire, recrutement d'un panel...), de la taille des échantillons. De plus, les modélisations complexifient le calcul de cette précision, ce qui est le cas avec le nouveau dispositif Internet Global où les résultats d'audience sont calculés sur des panélistes fictifs (après plusieurs fusions entre les trois panels) ; le CESP rendra un avis sur la précision des résultats Internet Global dans le prochain audit publié en Q1 2019.
- Le CESP va développer sur son site des utilitaires qui aideront le marché à évaluer la précision en fonction des différents cas (échantillon aléatoire, panel...).
- Plusieurs membres du Collège observent que les effectifs bruts ne sont pas publiés dans les interfaces de Médiamétrie. Il y a seulement des alertes en cas de seuil faible (code couleur / mise en forme).
- Cf. la note rédigée par le CESP qui complète la présentation faite par Olivier Hays.

## Autres demandes formulées par le Collège :

- Raphaël Chatté demande si le CESP auditera le nouveau dispositif médiaplanning internet de Médiamétrie. Dany Péria répond que cela pourra faire l'objet d'une mission complémentaire, à la demande du marché.

Au Comité Internet de Médiamétrie du 15/11/2018, il a été précisé que EvalWeb serait mis à disposition du marché au premier semestre 2019. Or certains des tests conduits par les agences ont mis en évidence des incohérences sur certaines cibles fines où l'effectif de la cible estimée à partir de l'Internet Global est supérieur à l'effectif théorique de la cible (ex : femmes 40-44 ans). Le CESP va remonter à Médiamétrie cette demande d'avis sur EvalWeb.