

Participants

DENTSU – AUBERT Gwendoline

France TV PUBLICITE – SUSZYLO Nathalie

GROUPE CANAL + – MOLLIER Fabrice

GROUPE CANAL + – LARTIZIEN Guillaume

LAGARDERE ACTIVE – VAGLIO Anne

M6 PUBLICITE – RESPAUT Eva

NEXTREGIE – DEGOUY Frédéric

NRJ Global – CALERO Madeleine

NRJ Group - DABOVILLE Charles

NRJ Global - SABRY Séverine

PUBLICIS MEDIA - NOUCHI Philippe

TF1 Publicité – AUDIT Antoine

CESP : Olivier HAYS, Valérie MORRISSON, Dany PERIA, Patricia SCHULTZ, Pierre VILLA

Ordre du jour de la réunion

Introduction de Valérie Morriison sur le rôle du Président de Collège et présentation du nouveau Président : Fabrice Mollier.

Introduction de Fabrice : il souligne l'enjeu pour les médias d'être « time to market », et d'intégrer dans nos réflexions les besoins des annonceurs. Il souligne l'importance d'avoir des mesures certifiées.

Tour de table.

Ordre du jour

1. Les présentations des synthèses des derniers audits Médiamat et étude de cadrage Home Devices
2. Point à date sur les travaux du CESP portant sur la télévision
3. Divers et questions du marché

1. Présentation des principales conclusions du dernier audit du Médiamat

Cf slides 5 à 18 : points satisfaisants et recommandations.

Plusieurs questions ont été posées par les participants :

- Que va apporter le nouveau modèle d'audimètre TVM3 ? Est-ce que les anciens audimètres doivent être considérés comme moins fiables ? Le CESP répond que le nouvel audimètre est plus compact et qu'il a un écran qui permet des interactions plus simples avec les panélistes. Tous les audimètres sont monitorés et ceux qui ont présentés des défaillances sont changés en priorité.
- Concernant les contrôles sur les TV ON supérieurs à 12h (soit les foyers où la télévision est restée allumée plus de 12h sans changement de chaîne) : ces foyers sont exclus de l'audience et ne sont pas réintégrés quelle que soit l'issue du contrôle. Le CESP dit que les règles sur les écoutes « longues » sont différentes d'un pays à l'autre.

- La TNT est-elle bien représentée sachant que si un foyer possède une box ADSL, celle-ci basculera sur la TNT si la réception est meilleure sans que le foyer le sache : cela peut amener à une sous-déclaration de ce mode de réception (NRJ Group). Le CESP répond que c'est un point sur lequel les enquêteurs sont formés sur Home Devices comme sur le Médiamat lors du recueil des modes de réception de la télévision.
- Pourquoi la part des opérateurs TV n'est pas un critère de quotas puisque les offres ne sont pas les mêmes (Nextrégie) ? La question sera posée à Médiamétrie.
- La salle demande si les questions sur les OTT sont posées dans l'étude Home Devices : le CESP confirme que ces questions sont bien posées mais que le CESP ne dispose pas des résultats (cette partie n'est pas auditée par le CESP).
- La TV regardée depuis une Chromecast par exemple est-elle bien prise en compte par l'audimètre (Groupe Canal +) ? : ce point est à vérifier par le CESP.
- Concernant le redressement des individus sur l'âge et suite à la remarque du CESP (p17) : Charles Daboville demande si les résultats sur les cibles 15-24 et 25-34 ans sont fiables. Le CESP répond que les cibles 15-24 ans et 25-34 ans sont à leur bon poids mais que le redressement ne corrige pas totalement la structure en âge des individus au sein de ces cibles. La recommandation est de tester un redressement qui prendrait en compte des tranches d'âges plus fines. Un membre du collège suggère de fixer cet objectif de représentativité au moment du recrutement.

2. Présentation des principales conclusions du dernier audit de l'étude de cadrage Home Devices et du groupe de travail « Cadrage »

Cf slides 19 à 25

- Une question est posée sur l'existence d'un annuaire universel : le CESP répond que cet annuaire n'existe pas encore mais que les méthodes de génération des numéros de mobiles et de boxes (en 09) permettent de disposer de bases fiables.

3. Présentation des premiers travaux sur le focus Chaîne de production et autres focus

Cf slides 26 à 42

- Une question est posée concernant le suivi des audimètres via Cockpit : quels sont sur les taux d'alertes pour les audimètres ? Le CESP ne les connaît pas encore : cette information fait partie des questions à poser à Médiamétrie pour finaliser les travaux sur le focus.

4. Temps d'échanges : remontées des participants

- France TV Publicité : l'importance des expériences internationales est soulignée. Il serait intéressant d'avoir un retour sur ce qui se passe ailleurs, surtout en Europe : tailles de panels, gestion des panels, intégration du replay (quelles règles et conventions), financement du panel ... Sur ce dernier point, Valérie Morrisson remarque que c'est une information difficile à obtenir, mais que le CESP pourra préparer un benchmark sur les mesures de la télévision réalisées dans d'autres pays.
- Groupe Canal + : dans quelle mesure le CESP est-il associé à la mesure TV hors domicile ? Des inquiétudes sur la maintenance des nouveaux meters hors domicile sont évoquées : le meter est-il fragile ?
Toujours sur la mesure audimétrique portée : plusieurs participants indiquent que la question de l'écoute au casque est un sujet qui concerne aussi la mesure de l'audience de la télévision.

Réponses du CESP sur la mesure audimétrique portée : le CESP dit qu'il sera impliqué sur ce sujet. Le CESP rappelle qu'il est important d'avoir des informations le plus tôt possible notamment concernant les conventions.

Par ailleurs, le CESP rappelle qu'il suit le recrutement du panel et son animation sur les 4 régions sur lesquelles le meter AIP est déployé pour le moment.

- Le président dit qu'il est important que le CESP anticipe les questions portant sur les fusions et l'hybridation pour les nouvelles mesures TV et radio.
- Remarques de Frédéric Degouy sur la mesure hors domicile : il faudra vérifier que le beacon à domicile permet bien de capter toutes les audiences à domicile (quid des grandes maisons ?), dans les lieux publics : mesure-t-on bien les audiences dans des lieux bruyants ? La demande est faite par le collègue que le CESP puisse mener des tests techniques.
- Remarque de Madeleine Calero : la mesure hors domicile est importante pour les vacanciers. Charles Daboville précise qu'il y aura une question à se poser sur la cohérence des mesures « invités » entre le panel Médiamat et l'AIP.
- Remarque d'Eva Respaut sur les différences de structures d'âges entre les deux panels qui semblent différentes (notamment sur les plus âgés et les plus jeunes).
- Remarque de Anne Vaglio, Lagardère : la consommation hors domicile des enfants (4-14 ans) devrait être intégrée pour l'ensemble du média (cela se fait à l'étranger dans les pays qui ont l'AIP).

Conclusion du Président :

Des sujets restent à traiter lors de la session de septembre :

- La TV adressée (sujet de la data des opérateurs, son intégration dans la mesure d'audience, le sujet de la mesure des écrans non décrochés).
- Efficacité publicitaire : et notamment le sujet XCR (les contacts TV et internet ne sont pas du tout comparables aujourd'hui), Médiamétrie n'a pas utilisé le GRP vidéo alors qu'ils en sont les initiateurs. Remarque d'Antoine Audit sur XCR : il demande si le CESP auditera cette mesure. Valérie Morrisson dit que c'est une demande qui a été remontée à Médiamétrie, mais que Médiamétrie souhaite faire des développements sur cet outil avant de lancer un audit.
- Remarque de Valérie Morrisson : il y a une réflexion au CESP sur le GRP vidéo et le cross médias avec les régies TV, les plateformes, les agences, les annonceurs, le SRI, l'IAB et Médiamétrie.

La prochaine étape est un test de calcul du GRP (en utilisant les quartiles) avec une campagne mixte YouTube, Facebook et de la télévision en replay.

La prochaine réunion du Collège Télévision aura lieu en septembre ou en octobre. La date sera communiquée au Collège rapidement.

A noter dans vos agendas : l'Assemblée Générale du CESP aura lieu le 6 juin à 10h.