



LE CESP PARTAGE LES CONCLUSIONS DE L'AUDIT DE DATA CHECKING DE MÉDIAMÉTRIE

À la demande de Médiamétrie, le CESP a conduit un audit complet de la solution Data Checking.

Ce produit permet d'évaluer la qualité de bases de données sur des critères sociodémographiques comme le genre, l'âge, la CSP, pour pouvoir notamment hiérarchiser ces data selon leur qualité. Ce diagnostic est conduit en croisant les informations présentes dans la base client avec celles de la base de référence de Médiamétrie, qui compte environ 300 000 adresses emails qualifiées lors des recrutements de panélistes et interviews téléphoniques.

L'audit a été conduit entre les mois de février et mars 2019, sur les 3 bases de référence du 2ème au 4ème trimestre 2018.

Cet audit est fondé sur :

- La description des étapes de déploiement de la solution pour la comparaison des variables genre et âge
- L'analyse de la fiabilité de la base de référence de Médiamétrie
- L'évaluation des méthodes de concordance utilisées.

Le Comité Scientifique du CESP considère le dispositif satisfaisant, et en particulier les éléments suivants

- La qualité des informations qui constituent la base de référence
- Le processus de création de la base de référence et la transparence du traitement des informations
- Les indicateurs choisis (indices de concordance et Kappa), pertinents pour refléter la qualité des bases clients et complémentaires

En parallèle, le CESP recommande quelques ajustements dans la collecte des emails et la communication des évaluations des bases aux clients :

- Communiquer les intervalles de confiance des indicateurs de qualité
- Identifier si l'adresse mail communiquée est strictement personnelle et recueillir l'ensemble des adresses mail personnelles de l'interviewer.

Olivier Daufresne, Directeur Associé du CESP :

« Cet audit de la solution Data Checking de Médiamétrie s'inscrit dans la lignée du lancement du Collège Data il y a un an et du protocole d'audit des DMP publicitaires au travers de quatre dimensions, dont la quatrième est l'évaluation des indicateurs de qualité mis en place. »

Estelle Duval, Directrice du département Data de Médiamétrie :

« Notre volonté est d'ouvrir la voie à plus de transparence sur la qualité des données utilisées par le marché publicitaire. Le CESP nous a accompagnés dans cette démarche en auditant notre base de référence et les indicateurs de qualité mis en place pour permettre d'apporter, avec Data Checking, une solution d'évaluation de bases de données avec des standards de qualité élevés.»

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 médias, agences et 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 et des recherches sur les médias, 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 au développement de nouvelles techniques et outils, en France comme à l'international.

ESPACE PRESSE : WWW.CESP.ORG/PRESSE/

CONTACT PRESSE : SLEFRIOUS@CESP.ORG

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

