



## Le CESP publie son audit de la mesure d'Audience Internet Global

L'Audit publié a porté sur le dispositif de l'année 2019 et a couvert plus précisément :

- Le recrutement et la gestion du dispositif
- L'analyse de la qualité des échantillons des trois panels
- L'examen de la méthodologie générale retenue par Médiamétrie pour fusionner les trois panels et constituer un « panel Trois Ecrans »
- L'analyse longitudinale des résultats d'audience

Le CESP rappelle que le « panel Trois Ecrans » à partir duquel les résultats d'audience sont désormais calculés correspond pour partie à un échantillon d'individus virtuels reconstitués. Il est construit principalement à partir du sous-échantillon des panélistes bi- et tri-écrans mesurés, en moyenne 5 700 panélistes répondants actifs en 2019, qui sert de socle à l'élaboration des modèles de fusion entre panels.

Concernant le rapport sur l'année 2019, à partir de ses différents contrôles et analyses, le CESP a considéré satisfaisant :

- Le principe consistant à obtenir des résultats multi-devices à partir d'individus mesurés partiellement, compte tenu des difficultés à obtenir l'accord d'un panéliste pour être mesuré sur tous ses terminaux.
- La qualité de la gestion des trois panels réalisés par l'équipe Panel Relationship Management
- La progression des effectifs de panélistes bi- ou tri- mesurés pour la construction des modèles utilisés pour fusionner les panels Internet même s'ils restent insuffisants.
- L'évolution à la baisse des taux de *churn* par panel depuis 2017.

Ses deux principales réserves ont porté sur :

- Le sous-échantillon WORK en raison de sa non-représentativité de l'univers des individus ayant accès à internet sur leur lieu de travail. Le protocole de mesure mis en place (installation d'un *meter* sur un ordinateur professionnel non partagé), le mode de recueil des informations et l'absence de réponse aux questions sur la taille et le secteur d'activité de l'entreprise (respectivement 26% et 41%) conduisent à s'interroger sur la qualité du recueil.
- La forte variabilité dans la dispersion des poids de redressement du Panel Ordinateur et du Panel Mobilité due à l'introduction du nombre de visites *site-centric* d'un certain nombre d'entités comme critères de redressement.

Le CESP a recommandé :

- De continuer à augmenter la taille des sous-échantillons des panélistes bi- ou tri-écrans mesurés pour améliorer les modèles de construction des fusions et de conduire des analyses complémentaires sur chaque strate afin d'apprécier l'hétérogénéité des profils et évaluer la robustesse de chaque modèle.

- Concernant le Panel Ordinateur, de recueillir les habitudes de connexion à internet de la page de profil auprès de chaque panéliste, et non auprès d'un tiers, et ne plus avoir recours à une règle d'exclusion se basant sur l'incohérence observée entre les fréquences de connexion déclarées par un tiers et l'usage réellement mesuré.
- D'être vigilants sur la significativité des résultats, en particulier compte tenu de la faiblesse des seuils de publication des résultats à la case (à partir de 50 individus virtuels).

Retrouvez la synthèse complète de l'audit de la mesure d'Audience Internet Global sur :

<https://www.cesp.org/wp-content/uploads/2020/11/Internet-Global-2019-Synthese-de-laudit.pdf>

**ESPACE PRESSE :**

[WWW.CESP.ORG/PRESSE/](http://WWW.CESP.ORG/PRESSE/)

**CONTACTS PRESSE :** [jbendikha@cesp.org](mailto:jbendikha@cesp.org)

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



#### **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 et régies publicitaires des 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 sur les médias et l'efficacité publicitaire, 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 aux problématiques digitales et data, en France comme à l'international.