



C E S P

**MÉDIAMAT : MESURE D'AUDIENCE
DE RÉFÉRENCE DE LA TÉLÉVISION**

RAPPORT D'AUDIT



ANNÉE 2021

Centre d'Etude des Supports de Publicité

55, rue Anatole France 92300 LEVALLOIS-PERRET - Tél. : +33 1 40 89 63 60

SIREN : 775 690 589 – Code APE : 741 E – Association Loi 1901 – TVA Intracommunautaire FR 69 775 690 589

SYNTHÈSE DE L'AUDIT DU MÉDIAMAT 2021

Depuis le 30 mars 2020, le Médiamat, mesure d'audience de référence de la télévision, intègre pour les individus de 15 ans et +, toute l'audience des programmes de télévision regardés en dehors du domicile et en mobilité sur téléviseur, ordinateur, smartphone et tablette et quel que soit le mode de consommation (linéaire ou non).

Le dispositif du Médiamat s'appuie sur deux panels : le panel Médiamat / MédiamatThématik pour la mesure d'audience à domicile et le panel AIP pour la mesure hors domicile et en mobilité. En 2021, le champ de la mesure exclut encore les consommations de la télévision effectuées sur d'autres supports que les récepteurs TV (écoute via Internet, sur un ordinateur, une tablette, un smartphone...) à domicile.

Les résultats d'audience agrégés sont publiés sur une base quotidienne pour les chaînes nationales « hertziennes » et pour certaines chaînes de la TNT (Médiamat), semestrielle pour les chaînes du câble, de l'ADSL, de la fibre optique et du satellite (MédiamatThématik) et selon une périodicité adaptée aux besoins des clients, pour les autres chaînes de la TNT. Le CESP rappelle que la méthodologie et les résultats propres aux sur-échantillons régionaux spécifiques à la chaîne « France 3 » sont hors champ de l'audit, ainsi que les résultats publiés par Médiamétrie pour des clients spécifiques, sur des univers ad hoc.

Le CESP considère la qualité globale du dispositif Médiamat et les moyens mis en œuvre par Médiamétrie pour assurer la valeur de la mesure satisfaisants. Le CESP souligne notamment les points suivants :

- Pour les deux panels (à domicile et hors domicile), la qualité des formations apportées sur toutes les phases du recrutement, favorisée par des simulations qui valorisent les échanges de bonnes pratiques et la participation des enquêteurs ;
- Pour les deux panels, la présence d'équipes d'enquêteurs expérimentés, notamment sur le site d'Amiens, qui permet le maintien de la qualité du terrain ;
- Pour le panel Médiamat, la gestion quotidienne du panel : suivi de la participation (contrôles et enquête Coïncidentale), mise à jour des informations sur les panélistes (base de données et enquête Recensement) ;
- Pour les deux panels, l'attention constante portée au taux de répondants avec un pilotage quotidien du matériel de mesure grâce à l'activité des équipes PRM (Panel Relationship Management) ;
- Concernant les résultats : les contrôles mis en place à chaque étape de la chaîne de production qui permettent de maîtriser les risques et de sécuriser la sortie des résultats quotidiens ; la stabilité du redressement dans le temps et la stabilité des effectifs des cibles standard ;

Le CESP émet des réserves sur :

- L'utilisation encore plus importante en 2021, de sources d'adresses provenant de mégabases pour le recrutement des panélistes sur les deux panels, qui peuvent créer un biais de sélection ou d'estimation ;
- La surreprésentation des foyers avec un taux d'équipement plus élevé que la moyenne sur certains critères (possession de tablette, smartphone, ordinateur) du fait des comportements spécifiques d'écoute et de consommation télévisuelles qu'elle est susceptible d'introduire ;
- La déformation de la structure en âge des individus qui touche plus particulièrement la répartition des âges à l'intérieur des tranches des 15-24 et 25-34 ans ;
- Le taux de renouvellement du panel qui reste bas depuis plusieurs années, avec une durée de vie moyenne qui s'allonge d'année en année ;

Le CESP recommande comme en 2020 :

- De réduire fortement le recours à des prestataires de fichiers (mégabases) qui s'est accru en 2021 et de privilégier l'utilisation d'adresses qualifiées par l'institut lors des phases de pré-recrutement ;
- De corriger la représentativité du panel Médiamat (à domicile) sur certains critères sur-représentés, plus particulièrement les foyers dont la personne de référence est CSP+ et les foyers équipés en smartphone, tablette et ordinateur ;
- De tester de nouvelles modalités de redressement sur l'âge de l'individu pour améliorer la représentativité au sein des cibles jeunes (15-24 et 25-34 ans) ;
- D'augmenter le taux de renouvellement du panel, en privilégiant les foyers les plus anciens. Accroître les rotations volontaires permettrait de mettre moins de contraintes sur les profils des foyers recrutés, d'introduire ainsi un peu plus d'aléa dans le recrutement et de faciliter la correction de structure du panel sur certaines variables (âge et équipements notamment) ;
- Concernant le nombre d'heures d'écoute individuelle de la télévision, de contrôler les individus avec des durées très longues (y compris avec des changements de chaîne) et de définir un seuil maximal d'écoute ;
- Pour le panel hors domicile, de poursuivre les réflexions sur le dispositif de mesure (ergonomie, autonomie, solidité du matériel...) afin de renforcer l'engagement des panélistes ;
- De poursuivre les réflexions sur l'opportunité d'intégrer les critères d'abonnement à des services (OTT, SVOD) dans le contrôle du panel Médiamat ;

Le CESP recommande aussi :

- Compte tenu des erreurs d'imputations importantes au niveau individuel, de s'assurer que la mécanique de fusion donne des résultats satisfaisants en termes d'erreur modèle dans les outils de restitutions d'audiences (notamment au niveau chaîne) et dans les outils de Médiaplanning.
- Aux utilisateurs, d'être vigilants, comme pour toutes les enquêtes, dans l'exploitation des résultats du panel sur des cibles à faibles effectifs et des chaînes à faible audience ;

Enfin le CESP tient à remercier Médiamétrie pour la coopération fructueuse pendant le processus d'audit.

Le Comité Scientifique

Le 5 juillet 2022