



LE CESP PUBLIE L'AUDIT DU DISPOSITIF DE LA MESURE AUDIENCE INTERNET GLOBAL

Le CESP a rappelé que, depuis 2017, le dispositif Internet Global s'appuie sur les trois panels Internet, qui produisaient précédemment les résultats d'audience par écran, et sur des fusions construites à partir des individus communs aux trois panels.

Le rapport d'Audit du CESP a porté sur le dispositif de l'année 2021 à savoir le recrutement et la gestion du dispositif, la qualité des échantillons des trois panels, la méthodologie pour fusionner les trois panels et enfin les résultats d'audience.

Comme les années précédentes, le CESP a jugé 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.

Il a par ailleurs valorisé la qualité de la gestion des trois panels réalisés par l'équipe Panel Relationship Management qui s'est traduite par une évolution à la baisse du taux de *churn* du Panel Tablette et le maintien d'un faible taux de *churn* des panels Mobile et Ordinateur.

Enfin, il a souligné à nouveau le principe d'utiliser une étude unique pour produire l'ensemble des structures théoriques de redressement des panels Internet.

En revanche, le CESP a émis des réserves sur le principe du parrainage pour le recrutement de panélistes Mobile qui nuit à la représentativité de l'échantillon et a donc recommandé de supprimer les panélistes recrutés via parrainage pour la production des prochains résultats d'audience. 15% des panélistes de la cible 18-34 ans ont été recrutés par parrainage en 2021.

Le CESP a également recommandé de modifier le guide mis à disposition des utilisateurs en précisant que la mesure Internet Global est basée sur trois panels, un panel par écran, dont un sous-échantillon d'individus bi- ou tri-écrans mesurés. Les résultats d'audience au global et sur chacun des écrans sont donc produits à partir d'individus virtuels et non sur des panélistes bruts. Par ailleurs, il a préconisé aux utilisateurs d'être vigilants sur la significativité des résultats, en particulier compte tenu de l'extrême faiblesse des seuils de publication des résultats à la case (à partir de 50 individus virtuels).

À PROPOS DU CESP

Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la communication concernés par l'étude de l'audience des médias et la mesure de leur efficacité : annonceurs, agences et médias. Le CESP audite toutes les mesures d'audience de référence pour le compte de ses adhérents, quel que soit le média : Internet, TV, presse, communication extérieure, radio, cinéma.

Véritable laboratoire d'idées, le CESP constitue un lieu d'échanges neutre et indépendant pour débattre des innovations et conventions que les différents acteurs du marché sont amenés à définir ensemble.

Tiers de confiance reconnu, le CESP assure également des missions de certification et de conseil en France et à l'international.

ESPACE INTERNET : <https://www.cesp.org/audits/audience/internet/>

CONTACT

Dany Péria, Directrice de projets Internet, dperia@cesp.org

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

