



ETUDE EAR>INSIGHTS

SYNTHESE



ANNÉE 2024-2025

L'objectif principal de l'étude EAR>Insights est l'observation de l'écoute de la radio des individus dans le temps, dans le but d'alimenter les modèles de médiaplanning et l'outil d'analyse des comportements d'écoute de la radio sous l'interface Pamela de Médiamétrie.

Le CESP rappelle que cette étude n'a pas pour vocation à publier des résultats d'audience pour lesquels l'étude EAR>National est l'étude de référence.

L'étude EAR>Insights s'appuie sur le Panel AIP (Audimatétrie Individuelle Portée) pour la collecte des écoutes de la radio.

A partir de la saison 2024-2025, l'audit du CESP se concentrera sur l'objectif Médiaplanning de l'étude, sachant que toutes les étapes conduisant aux résultats sont identiques pour l'exploitation médiaplanning et l'analyse des comportements d'écoute ; la même méthodologie est appliquée, seules les périodes étudiées changent.

Pour atteindre cet objectif de Médiaplanning, Médiamétrie utilise quatre périodes d'observation du panel AIP de 23 jours consécutifs, entre le 14 septembre 2024 et le 1^{er} mars 2025, qui sont cumulées pour produire les fichiers transmis aux centres serveurs.

Le périmètre de l'audit couvre la collecte des écoutes de la radio issues du Panel AIP ainsi que les différentes étapes mises en œuvre par Médiamétrie pour aboutir aux fichiers transmis aux centres serveurs pour le médiaplanning, dont la constitution du panel constant, l'imputation des sessions d'écoute pour les non-répondants certains jours, le redressement ou encore la reconstitution des habitudes d'écoutes.

A partir des différents contrôles et analyses réalisés sur le dispositif EAR>Insights 2024-2025, le CESP considère l'étude satisfaisante, en revanche, il souligne des points d'amélioration sur la collecte des données dans le panel AIP et l'importance de pouvoir exclure les podcasts et le replay faisant l'objet d'un autre mode d'achat¹.

Le CESP considère que l'étude est satisfaisante en ce qui concerne :

- Le principe d'une mesure automatique via le Panel AIP dont les écoutes sont relevées par le meter, à domicile et en dehors, sur n'importe quel appareil (device), sans faire appel à la mémoire et sans biais de notoriété.
- L'amélioration de la participation des panélistes avec une hausse du taux de répondants par jour daté, par période et par cible socio-démographique ainsi qu'une baisse de la part des panélistes exclus par manque de jours répondants ;
- La mise en place du recrutement unique pour les panels Médiamat et AIP, qui permet la mutualisation efficace des ressources tout au long du processus de recrutement ;
- La phase de pilote du recrutement unique qui a permis de tester le process et d'améliorer le dispositif tant sur les questionnaires que sur le contenu des formations ;
- 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 ;
- La gestion quotidienne du panel et de la mesure : des équipes d'enquêteurs expérimentés, le suivi de la participation et du matériel de mesure par les équipes PRM (Panel Relationship Management) ;
- Le bon taux de recensement sur le panel AIP.

¹ A partir des données Médiaplanning 2025/2026 : les données EAR > Insights seront mises à disposition sur le Live uniquement.

Néanmoins, le CESP émet des réserves sur :

- L'inclusion de l'écoute des podcasts et du replay au sein des couvertures, dans les outils de médiaplanning, ce qui diffère du mode d'achat actuel des campagnes radio¹.
- Les faux positifs sur le mouvement entre 3h00 et 3h30, pour l'audimètre porté ROAv².

Le CESP recommande :

- D'arrêter le recours à des prestataires de fichiers (mégabases) en l'absence d'informations sur la qualité de ces sources³ et de privilégier l'utilisation d'adresses issues du Baromètre des Equipements lors des phases de pré-recrutement ;
- De tester différents seuils de la durée d'écoute à retenir pour affecter un quart d'heure et analyser leurs impacts sur les résultats de Médiaplanning.
- De faire réaliser par le CESP des tests auprès des panélistes AIP afin de valider l'ensemble du dispositif de mesure du panel AIP en conditions réelles (audimètres, beacons, set meter...).
- D'avoir la capacité de produire des données statistiques sur le suivi du panel (motifs de remplacement du matériel, contrôles...) ;
- De mettre en place des actions spécifiques auprès de certaines cibles (en particulier les 13-19 ans et les étudiants) pour améliorer leur qualité de participation.

Concernant la modélisation de l'écoute au casque, à la suite du précédent audit, Médiamétrie a proposé une méthode d'évaluation de la variance dans le cadre de fusions statistiques. Cette méthode pourrait être appliquée à l'imputation de l'écoute au casque, sur le périmètre de l'imputation et sur l'ensemble des résultats. Médiamétrie n'a cependant pas trouvé de méthode permettant d'évaluer le biais potentiel de la modélisation.

Concernant la validation de la méthode d'imputation des jours manquants, le CESP a réalisé les travaux définis lors du précédent audit. Les conclusions seront partagées sous la forme d'un focus en 2026, lors d'une prochaine réunion du Collège Radio.

Enfin, le CESP recommande aux utilisateurs d'être vigilants dans l'exploitation des résultats de l'étude EAR>Insights sur des cibles et des stations à faibles effectifs. Il souligne que la précision des résultats Médiaplanning dépend de la taille de l'échantillon de panélistes distincts et non des observations (panélistes x périodes) ; la taille d'échantillon sur la base des individus distincts étant accessible uniquement sous Pamela dans l'exploitation des comportements d'écoute.

Le CESP rappelle la possibilité de tirer parti des avantages de l'étude EAR>Insights, afin de revoir un certain nombre de traitements et résultats pour faire évoluer le médiaplanning radio⁴.

Le Comité Scientifique
le 03/02/2026



² Médiamétrie a réalisé une mise à jour des audimètres ROAv2 courant de l'été 2025, pour corriger les éventuels faux positifs de mouvement au moment de la collecte.

³ Note disponible sur le site du CESP

⁴ A partir de la saison 2025/2026, les données de Médiaplanning porteront sur 5 périodes de 28 jours.