

## Le CESP publie l'audit de la solution Digital Ad Ratings de Nielsen

19/12/17

Le CESP a conduit un audit sur Digital Ad Ratings (DAR), la solution de Nielsen pour mesurer l'audience des campagnes publicitaires en ligne, commercialisée en France par Médiamétrie depuis 2013. L'audit avait pour objectif d'apporter de la transparence sur la méthodologie mise en œuvre par Nielsen.

### LA METHODOLOGIE D'AUDIT DU CESP

Le CESP a évalué les différentes étapes du dispositif. Nielsen a notamment transmis les résultats de chaque étape pour 8 campagnes sélectionnées aléatoirement par le CESP parmi les 201 campagnes actives mi-février 2017, pendant la période couverte par l'audit.

### LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS A RETENIR DE L'AUDIT DU CESP

A l'issue de son audit, le CESP considère comme satisfaisants :

- La richesse de l'approche retenue par Nielsen dans ses modélisations pour corriger à la fois les erreurs d'attribution et les erreurs de couverture, accompagnées de nombreuses étapes de validation.
- Le choix de Facebook comme partenaire tiers compte tenu du niveau de couverture des campagnes exposées auprès d'internautes ayant un cookie Facebook (en moyenne 55%), et de la déduplication entre *devices* qu'il permet.
- Le principe d'utiliser un modèle qui s'appuie entre autres sur des panels d'internautes pour corriger les profils Facebook.

Le CESP rappelle que le modèle de correction des erreurs de profil est exécuté directement sur les données du fournisseur, dans ses locaux, Nielsen ayant un accès limité au choix de la méthode et aux résultats des validations croisées.

Par ailleurs, le CESP recommande à Nielsen de :

- Maintenir le niveau de qualité des neuf panels d'internautes qui nourrissent les modèles de correction des données tierces. Le modèle utilisé pour corriger les profils Facebook est conditionné par la qualité de ces panels<sup>1</sup>.
- Utiliser une autre source pour le calcul des facteurs d'ajustement sur le mobile compte tenu des réserves du CESP sur la qualité de l'étude ICM. Nielsen va étudier l'utilisation des Panels Mobile et Tablette de Médiamétrie pour effectuer les modèles de correction de profil pour les *devices* mobile.

Enfin, le CESP observe que le tag posé par Nielsen n'intégrant pas de manière native les fonctionnalités d'adverification telle que la visibilité, certaines impressions non visibles peuvent être incluses dans la mesure des campagnes.

---

<sup>1</sup> A noter le panel Médiamétrie//NetRatings est contrôlé en continu par le CESP. Parmi les 8 autres panels de mesure de l'internet sur ordinateur, quatre sont contrôlés : en Italie par le JIC Audiweb ; en Allemagne par le JIC TV AGF ; en Australie par l'IAB ; aux USA par le MRC.

## LA METHODOLOGIE

La solution Digital Ad Ratings s'appuie sur les sources suivantes :

- la mesure de toutes les impressions d'une campagne, au niveau site et emplacement, grâce aux tags Nielsen ;
- l'accès à des données démographiques (âge et sexe) provenant du partenariat avec Facebook. Ces données sont utilisées pour fournir le profil des campagnes sur la base des internautes ayant un profil Facebook qui ont été exposés, quel que soit le *device*.
- des panels additionnels de mesure d'audience d'internet sur ordinateur, dont le sous-panel RDD HOME de Médiamétrie//NetRatings ;
- une enquête additionnelle réalisée par l'institut ICM auprès d'un échantillon de 2 500 individus ayant accès à internet.

Ces deux dernières sources interviennent d'une part pour corriger les erreurs de profil dans les données Facebook. D'autre part, elles sont utilisées pour extrapoler des résultats à l'ensemble de l'univers, et ne pas se limiter aux internautes exposés aux campagnes ayant un cookie Facebook exposés aux campagnes.

### ***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 médias. Véritable laboratoire d'idées et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études d'audience et des recherches sur les 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.

[www.cesp.org](http://www.cesp.org)