



## SYNTHESE DE L'AUDIT DE L'ETUDE ACPM ONE 2017

---

L'étude ACPM ONE a pour objectif principal de mesurer et de qualifier l'audience de la presse auprès de la population des individus de 15 ans ou plus résidant en France métropolitaine. Cette étude rassemble les familles de presse suivantes : PQN, PQR, PGI, PHR et Presse Magazine, représentant 600 titres au total au 1<sup>er</sup> janvier 2017 (de 136 à 159 titres selon le département).

L'ACPM a pris la décision de réduire la taille de l'échantillon en 2017 (30 000 interviews *versus* 35 000) et de confier la totalité du terrain à un seul institut (Ipsos). Pour rappel, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2016, tous les interviewés répondent au questionnaire Audience *via* Internet.

L'étude ONE 2017 a été réalisée en continu de janvier à décembre auprès d'un échantillon national de 30 038 individus.

Les données recueillies sur les versions numériques des titres de presse ne sont pas publiées mais sont utilisées dans le rapprochement de l'étude ACPM ONE avec le panel Internet Global de Médiamétrie. Cette fusion, appelée ACPM ONE Global, a pour objectif d'estimer l'audience des marques de presse. Les résultats sont publiés tous les trois mois et font l'objet d'un accompagnement du CESP.

A partir de ses différents contrôles et analyses réalisés sur l'étude ACPM ONE 2017,

### **Le CESP considère que l'étude est satisfaisante sur :**

- la qualité du dispositif ONE (formation des enquêteurs, suivi du terrain, qualité de la phase de recrutement, relances, ergonomie du questionnaire) permettant d'obtenir un bon taux de retour du questionnaire Audience sur la base de l'échantillon des recrutés,
- l'adaptation de la prise de contact dans le cas d'appel sur téléphone mobile (questions plus courtes, interview possible auprès de l'utilisateur principal du téléphone uniquement, horaires d'appel),
- le suivi des non-internautes au niveau de la phase de recrutement afin de pouvoir les intégrer dans le classement des appels, d'en connaître leur nombre et leur profil socio-démographique,
- la possibilité de remplir le questionnaire Audience sur tablette (9,6% des interviewés CAWI en 2017).

### **Le CESP émet des réserves sur :**

- le fait d'exclure de l'échantillon les individus qui n'utilisent pas ou peu Internet (sur ordinateur fixe ou tablette), ce qui déforme la structure de l'échantillon interrogé par rapport à la population théorique (population totale des 15 ans ou plus résidant en France).
- la base d'extrapolation (population des 15 ans ou plus) qui ne correspond pas à la population interrogée dans l'étude.

### **Pour l'avenir le CESP recommande :**

#### **Sur le recrutement téléphonique :**

- de poursuivre les efforts pour améliorer la phase de contact et la gestion des appels (combinaison des types de numéros de téléphone, présentation de l'étude, saisie de la composition du foyer pour faciliter les appels

ultérieurs, prise de rendez-vous à un horaire qui convient le mieux à l'interviewé, etc.) afin de maintenir, voire d'augmenter, le taux de recrutement.

**Sur la méthodologie :**

- de limiter le volume global de l'information à recueillir pour maintenir le bon niveau du taux de retour du questionnaire Audience,
- de rendre possible le remplissage du questionnaire Audience sur smartphone pour inclure tous les profils d'internautes dans l'échantillon,
- en priorité, et comme déjà demandé par le CESP, de maintenir dans l'échantillon total une proportion de non internautes (individus qui ne se sont pas connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit le support) proche du pourcentage observé dans la population de l'étude, en raison de la spécificité de cette population et de son comportement par rapport aux médias,
- de rendre cohérents la population interrogée et les théoriques utilisés pour le redressement de l'échantillon et l'extrapolation des résultats à l'univers de référence de l'étude.

**Comme dans l'Audit de l'étude ONE 2016-2017, le CESP attire l'attention sur le changement de méthodologie intervenu en juillet 2016. L'exclusion des non internautes qui représentent près de 20% de la population des 15 ans ou plus, déforme la structure de l'échantillon.**

**Ce changement affecte les résultats d'audience ONE 2017 avec un impact différencié par famille de presse et par titre à l'intérieur des familles, qui peut en favoriser certains et en défavoriser d'autres. En conséquence, le CESP recommande d'être prudent dans l'interprétation des évolutions d'audience titre à titre.**

*Le Comité Scientifique  
27 mars 2018*