

SYNTHESE DE L'AUDIT DU PANEL MEDIAMAT ET MEDIAMAT'THEMATIK 2018

Le panel Médiamat / Médiamat'Thématique a pour objectif de mesurer l'audience individuelle à domicile des chaînes de télévision. Le CESP souligne que le champ de la mesure exclut toutes les consommations de la télévision (live ou en différé) effectuées sur d'autres supports que les récepteurs TV (écoute via Internet, sur un ordinateur, une tablette, un smartphone...) à domicile ou hors du domicile.

Les résultats d'audience 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 et du satellite (Médiamat'Thématique) et selon une périodicité adaptée aux besoins des clients, pour les autres chaînes de la TNT.

Le présent audit couvre l'année 2018.

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 (du type Médiamat Editeurs).

A partir de ses différents contrôles et analyses sur l'exercice du panel Médiamat / Médiamat'Thématique :

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 et souligne notamment les points suivants :

- La qualité du terrain d'enquête d'Intelcia avec un maintien du bon niveau des équipes qui réalisent les pré-recrutements grâce à des formations de qualité et à une stabilité des effectifs ;
- La qualité du terrain d'enquête à Amiens, notamment les équipes qui ont en charge les recrutements et qui réalisent les terrains de l'enquête Recensement et Coïncidentale ;
- L'utilisation de sources qualifiées pour effectuer les pré-recrutements ;
- L'attention constante portée au taux de répondants avec un pilotage quotidien, grâce à un bon suivi des données techniques issues des audimètres ;
- La gestion quotidienne du panel : suivi de la participation (contrôles et enquête Coïncidentale) et mise à jour des informations sur les panélistes (notamment à travers l'enquête Recensement).
- La stabilité du redressement dans le temps et la stabilité des cibles standard.

Le CESP émet des réserves sur :

- 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 de 13% seulement en 2018, à nouveau en baisse par rapport à 2017, avec une proportion de foyers présents au sein du panel depuis 10 ans ou plus de près de 12% ;
- L'absence de documents de référence listant l'ensemble des consignes sur les deux phases rendez-vous-recueil et recensement ;

Le CESP recommande :

- D'améliorer la représentativité du panel 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 en envisageant une rationalisation des quotas ;
- De poursuivre les efforts entrepris pour garder une structure de panel satisfaisante en augmentant le taux de renouvellement autour de 20% (en privilégiant les rotations volontaires). Cela permet de mettre moins de contraintes sur les profils des foyers recrutés et d'introduire ainsi un peu plus d'aléa dans le recrutement.
- De s'assurer que le panel Médiamat est représentatif de la population concernant les abonnements à de nouveaux services (notamment les OTT de type Netflix) et les nouveaux équipements (de type Apple TV, Chromecast, Smart TV connectée...) et de communiquer ces informations au CESP ;
- De justifier le choix des modalités de redressement et de tester de nouvelles modalités de redressement sur l'âge de l'individu afin de garantir la bonne représentativité des comportements TV au sein des cibles utilisées par le marché (notamment les cibles 15-24 ans et 25-34 ans) ;
- De documenter davantage les formations terrain portant sur la seconde phase du recrutement et le recensement et d'établir des documents de référence dans la perspective d'homogénéiser les consignes données durant les différentes sessions de formation ¹;
- Sur l'enquête de recensement notamment, de limiter le nombre d'enquêteurs formés afin de travailler avec une équipe réduite mais expérimentée en insistant lors des formations sur les consignes de relances techniques ;
- De privilégier l'utilisation d'adresses récentes lors des phases de pré-recrutement, bien que le recours aux bases d'adresses plus anciennes puisse être justifié par l'exigence des quotas afin de maximiser les taux d'interview ;

Le CESP recommande 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 ;
- De suivre les recommandations de la note du CESP portant sur les tailles minimales des cibles.

*Le Comité Scientifique
Le 9 juillet 2019*



¹ Le CESP souligne néanmoins que des travaux sont menés en 2019 pour avancer sur ce point avec le CESP à partir de l'outil Médianote.