



LE CESP A PUBLIÉ SON AUDIT ANNUEL DU PANEL MÉDIAMAT

A l'issu de ses contrôles et analyses au titre de l'année 2018, le CESP considère la qualité globale du dispositif et les moyens mis en œuvre pour assurer la valeur de la mesure satisfaisants et souligne notamment :

- La qualité des terrains d'enquêtes avec un maintien du bon niveau des équipes qui réalisent les prérecrutements et les enquêtes Recensement et Coïncidentale ;
- L'attention constante portée au taux de foyers répondants avec un pilotage technique quotidien ;
- La gestion quotidienne du panel : suivi de la participation et mise à jour des informations sur les panélistes
- La stabilité du redressement dans le temps et la stabilité des cibles standard

Le CESP recommande :

- De poursuivre les efforts entrepris pour garder une structure de panel satisfaisante en augmentant le taux de renouvellement autour de 20%, ce qui permet d'introduire ainsi un peu plus d'aléa dans le recrutement. En 2018, le taux de renouvellement du panel s'est situé à 13%, 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% ;
- De s'assurer de la représentativité du panel concernant les abonnements à de nouveaux services (notamment les OTT de type Netflix) et équipements (de type Apple TV, Chromecast, Smart TV ...) ;
- 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 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, la déformation de la structure en âge des individus touchant en effet plus particulièrement la répartition des âges à l'intérieur des tranches des 15-24 et 25-34 ans ;
- Sur l'enquête de recensement notamment, de limiter le nombre d'enquêteurs formés afin de travailler avec une équipe réduite mais expérimentée en insistant sur les consignes de relances techniques

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 médias, agences et médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études et des recherches sur les médias, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des 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.

ESPACE PRESSE : WWW.CESP.ORG/PRESSE/

CONTACT : Patricia Schultz, Directrice de projet TV,
pschultz@cesp.org

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

