



CESP

**MÉDIAMAT : MESURE D'AUDIENCE
DE RÉFÉRENCE DE LA TÉLÉVISION**

SYNTHÈSE AUDIT 2024



ANNÉE 2024

Centre d'Etude des Supports de Publicité

55, rue Anatole France 92300 LEVALLOIS-PERRET - Tél. : +33 1 40 89 63 60

SIREN : 775 690 589 – Code APE : 741 E – Association Loi 1901 – TVA Intracommunautaire FR 69 775 690 589

SYNTHÈSE

Depuis le 1^{er} janvier 2024, le Médiamat, mesure d'audience de référence de la télévision, devient une mesure tous lieux, tous écrans avec l'introduction de la mesure « écrans digitaux » à domicile.

Ce dispositif s'appuie sur deux panels : le panel Médiamat pour la mesure d'audience à domicile et le panel AIP pour la mesure d'audience hors domicile en mobilité et écrans digitaux à domicile. Cet élargissement du périmètre de mesure a été accompagné d'un changement de la population de référence, étendue à l'ensemble des foyers.

Les résultats d'audience agrégés sont publiés sur une base quotidienne pour les chaînes nationales et pour certaines chaînes de la TNT (Médiamat), semestrielle pour les chaînes du câble, de l'ADSL, de la fibre optique et du satellite (Médiamat'Thématik) et selon une périodicité adaptée aux besoins des clients, pour les autres chaînes de la TNT. 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.

Malgré les réserves mentionnées ci-dessous, le CESP considère la qualité globale du nouveau dispositif Médiamat et les moyens mis en œuvre par Médiamétrie pour assurer la valeur de la mesure satisfaisants. Le CESP souligne notamment les points suivants pour les deux panels :

- 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 présence d'équipes d'enquêteurs expérimentés, notamment sur le site d'Amiens, qui permet le maintien de la qualité du terrain ;
- La gestion quotidienne des panels et de la mesure : suivi de la participation et du matériel de mesure par les équipes PRM (Panel Relationship Management), suivi des incidents de production (watermarking, incidents opérateurs...) ;
- Les bons taux de recensement ;
- La prise en compte de tranches d'âges plus fines dans le redressement du Médiamat pour améliorer la représentativité au sein des cibles jeunes (15-24 et 25-34 ans) et la qualité globale du nouveau redressement ;
- La réalisation de pré-audits et le partage d'informations qui permet d'impliquer le CESP en amont de la réalisation de l'audit ;

Le CESP émet des réserves sur :

- La qualité de certaines données utilisées comme valeurs théoriques pour le redressement du panel Médiamat en raison des ajustements apportés aux résultats issus du Baromètre des équipements.
- Le taux de non-répondants sur le panel Médiamat qui poursuit sa tendance à la hausse au premier semestre 2024 ;
- La sous-représentation des foyers équipés TV non active, qui ne permet pas la bonne représentation de cette population au sein du panel, ce qui a un impact sur les résultats ;

Le CESP recommande :

- D'améliorer la qualité du recueil de certaines données utilisées comme valeurs théoriques du redressement du Médiamat (Cf. Audit Baromètre des équipements 2023).
- De mettre en place des mesures correctives afin d'améliorer le taux de répondants sur le Médiamat ;

- De mieux représenter les foyers équipés TV non active dans le panel Médiamat au travers de recrutements et du redressement ;
- D'augmenter le taux de renouvellement du panel, en privilégiant les foyers les plus anciens. Accroître les rotations volontaires permettrait de mettre moins de contraintes sur les profils des foyers recrutés, d'introduire ainsi un peu plus d'aléa dans le recrutement et de faciliter la correction de structure du panel sur certaines variables (concurrence limitée, accès Internet haut débit et CSP- notamment) ;
- D'arrêter le recours à des prestataires de fichiers (mégabases) en l'absence d'informations sur la qualité de ces sources¹ et de privilégier l'utilisation d'adresses issues du Baromètre des équipements lors des phases de pré-recrutement ;
- De corriger la représentativité du panel Médiamat sur certains critères sur-représentés, plus particulièrement sur les critères d'abonnement à une plateforme SVOD et sur les foyers dont la personne de référence est CSP+ ;
- De limiter les sur et les sous représentations de la part des non équipés TV au sein des cibles les plus utilisées par le marché ;
- De produire un théorique pour le critère « consommation vidéo » utilisé dans la constitution des strates ou d'installer des set meters dans tous les foyers équipés TV du panel AIP.
- Pour le panel AIP, de poursuivre les développements sur le dispositif de mesure (ergonomie, autonomie, solidité du matériel...) afin de renforcer l'engagement des panélistes et de mettre en place des actions pour réduire la mauvaise participation ;
- Pour le panel AIP, d'avoir la capacité de produire des données statistiques sur le suivi du panel (motifs de remplacement du matériel, contrôles...);
- De faire réaliser par le CESP des tests et des interviews auprès des panélistes AIP afin de valider l'ensemble du dispositif de mesure du panel AIP en conditions réelles (audimètres, beacons, set meter...).

Concernant la fusion le CESP recommande aussi :

- De produire des indicateurs statistiques directs d'évaluation du biais de la fusion (calcul d'erreurs d'imputation entre résultats observés et résultats modélisés sur les indicateurs communiqués au marché)
- Afin de définir ces indicateurs, le CESP propose de mettre en place un groupe de travail avec le Comité Scientifique et Médiamétrie au cours du premier trimestre 2025.

Enfin 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.

Le CESP tient à remercier Médiamétrie pour la bonne coopération pendant le processus d'audit.

Le Comité Scientifique

Le 10 décembre 2024

¹ Note disponible sur le site du CESP

TABLEAU DE SYNTHÈSE

	Satisfaisant	Amélioration suggérée	Changement nécessaire
	Correspond aux bonnes pratiques	Recommandation pour optimiser l'outil	Nécessité d'adapter l'outil pour correspondre aux bonnes pratiques
Contrôle du suivi du terrain du panel Médiamat			
Univers du Médiamat			<p style="text-align: center;"></p> <p>Améliorer la qualité de certaines données utilisées comme valeurs théoriques pour le redressement du panel Médiamat en raison des ajustements apportés aux résultats issus du Baromètre des équipements (cf. Baromètre des équipements 2023).</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Mettre tout en œuvre pour mieux représenter les équipés TV non active afin d'améliorer la représentativité du panel.</p>
Contrôle du panel Médiamat			
Recrutement des nouveaux foyers	<p style="text-align: center;"></p> <p>La mise à jour des questionnaires avec des questions d'équipement qui permettent de mesurer les nouveaux usages.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Harmoniser les questions qui sont utilisées comme variables de redressement du Médiamat sur l'ensemble des dispositifs (Baromètre des équipements, recensement, AIP), notamment les questions d'équipement TV.</p>	
Contrôle terrain sur le recrutement des nouveaux foyers	<p style="text-align: center;"></p> <p>La bonne qualité des formations apportées sur toutes les phases du recrutement par Médiamétrie. La tenue de simulations sur la phase CATI 1 permet aux enquêteurs de mettre en pratique ce qu'ils ont appris</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Pour les enquêteurs d'Intelcia : continuer de travailler sur l'écoute active et sur la fluidité du discours, notamment pendant la phase de contact où l'objectif est de présenter le dispositif et de convaincre l'individu en ligne de participer au panel Médiamat.</p>	

	<p>tout en revoyant l'ensemble des consignes à savoir.</p> <p></p> <p>La persistance d'un noyau dur d'enquêteurs expérimentés à Intelcia et à Amiens sur toutes les phases du recrutement et l'implication des équipes tout au long de l'année.</p>	<p></p> <p>S'assurer que les enquêteurs travaillant sur la phase rendez-vous/recueil assistent bien à une formation refresh tous les ans notamment lorsqu'il y a des changements dans le questionnaire, ce qui est le cas en 2024.</p>	
Bilan des recrutements	<p></p> <p>La hausse de la part des recrutements effectués à partir des bases annuaire fixe et mobile.</p> <p></p> <p>À la suite de la recommandation du CESP, la mise en place d'une relance par SMS pour annoncer la phase CATI 2.</p>	<p></p> <p>Augmenter la part des recrutements réalisés sur l'étude de cadrage et sur des bases « numéros aléatoires ».</p> <p></p> <p>Analyser le taux de sortie des panélistes selon les sources pour évaluer leur engagement dans le panel Médiamat.</p>	<p></p> <p>Arrêter d'avoir recours à des sources prestataires (EMB et Cartégie) tant que leur qualité n'est pas démontrée. Pour cela, obtenir des prestataires les informations listées par le CESP dans sa note sur la qualité des sources.</p>
Bilan du renouvellement du panel		<p></p> <p>Augmenter le taux de renouvellement en privilégiant les chutes des foyers les plus anciens pour relâcher les contraintes sur le recrutement tout en améliorant la représentativité.</p>	
Suivi de la maintenance quotidienne du panel	<p></p> <p>La gestion quotidienne du panel dans le suivi du matériel et de la participation des foyers et la répartition des contrôles sur tous les types d'anomalies.</p> <p></p> <p>Le bon suivi des incidents techniques qui sont documentés.</p>	<p></p> <p>Suivre l'action mise en place sur les contrôles >12h (moins de sollicitations auprès des foyers concernés régulièrement) afin de vérifier que ça n'a pas d'impact sur la qualité globale de la participation des foyers.</p> <p></p> <p>Vérifier si la hausse importante des interventions techniques n'a pas été aux dépens des non-répondants.</p>	

<p>Enquête de coïncidentale</p>	<p>✓ La réalisation d'une enquête coïncidentale dans de bonnes conditions : enquête qui, dans le principe, correspond aux bonnes pratiques internationales.</p>		
<p>Enquête Recensement</p>	<p>✓ La possibilité de répondre en CAWI pour les questionnaires individus qui a permis de retrouver un bon taux de recensement pour les foyers équipés TV.</p>		
<p>Contrôle des échantillons</p>	<p>✓ L'amélioration des structures des échantillons sur les critères suivants : âge de la PDR, âge de l'individu et équipement en tablette.</p>	<p>↷ Sur la phase de recrutements, rééquilibrer la structure du panel, en termes d'abonnement à un service SVOD, d'activité de la personne de référence du foyer (CSP+) et de mode de réception TV.</p>	<p>⚠ Identifier les causes de la détérioration des taux de répondants aux niveaux foyer et individu afin de mettre en place des mesures correctives pour retrouver un taux proche de 90%.</p>
<p>Contrôle du panel AIP</p>			
<p>Contrôle du terrain du panel AIP</p>	<p>✓ La bonne qualité générale de l'ensemble des formations : la tenue de simulations est à maintenir car elle permet aux enquêteurs nouveaux de mettre en pratique ce qu'ils ont appris. ✓ Le bon travail des enquêteurs sur la phase CATI 2.</p>	<p>↷ Mettre en place un quiz lors de la formation CATI 1 pour valider les connaissances acquises lors de la formation. ↷ Poursuivre la réduction du nombre d'enquêteurs présents en phase CATI 1 pour une meilleure répartition des interviews par enquêteur et pour favoriser la montée en compétence de l'ensemble des équipes.</p>	
<p>Bilan des recrutements</p>	<p>✓ La hausse de la part des recrutements effectués à partir des bases Annuaire fixe et mobile.</p>	<p>↷ Augmenter la part des bases « numéros aléatoires pour la phase de recrutement.</p>	

	<p></p> <p>L'augmentation de la part des panélistes appelés lors de la phase Welcome Call permettant de mieux briefer les panélistes sur leur participation au moment de leur entrée dans le panel (75% en 2023-2024 vs 67% en 2022).</p>	<p></p> <p>Comprendre les raisons liées à la baisse du taux de transformation pour y remédier.</p> <p></p> <p>Chercher les raisons du nombre important de renvois des différents matériels.</p>	<p></p> <p>Arrêter d'avoir recours à des sources prestataires (EMB et Cartégie) tant que leur qualité n'est pas démontrée. Pour cela, obtenir des prestataires les informations listées par le CESP dans sa note sur la qualité des sources.</p>
<p>Contrôle de la gestion du panel AIP</p>	<p></p> <p>Organisation efficace du PRM et un très bon travail des enquêteurs écoutés. Le support mis à disposition des agents du PRM est complet.</p> <p></p> <p>L'utilisation de multiples canaux de communication pour contacter les panélistes, y compris non-répondants (appels, mails, SMS, etc.).</p>	<p></p> <p>Lors des phases de recrutement, insister davantage sur l'importance de la participation et du bon port de l'audimètre et clarifier certaines consignes sur le port de l'audimètre (en ciblant les moments critiques).</p> <p></p> <p>Tester les performances des nouveaux beacons et le contrôle sur la qualité de mesure du set meter.</p> <p></p> <p>Faire réaliser par le CESP des interviews et des tests en conditions réelles afin de valider l'ensemble du dispositif de mesure (audimètre, beacons et set meter).</p>	<p></p> <p>Rendre possible le suivi des motifs de remplacement du matériel et le suivi des différents types de contrôles.</p>
<p>Mise à jour de la base panélistes</p>	<p></p> <p>Le très bon taux de recensement (98% des individus sollicités).</p>	<p></p> <p>Mettre à jour l'information « profiling vidéo » plus régulièrement (tous les 6 mois), dans les deux panels, ou équiper d'un set meter tous les foyers équipés TV.</p>	
<p>Qualité de l'échantillon</p>	<p></p> <p>La fidélisation d'une part importante des panélistes qui sont présents dans le panel depuis au moins 3 ans (le panel existe depuis 2018).</p>	<p></p> <p>Mettre en place des actions pour réduire le taux de sortie du panel pour mauvaise participation, qui reste le premier motif de chute et pour améliorer le taux de</p>	

		<p>répondants, en particulier des jeunes.</p> <p>➤</p> <p>Comprendre les raisons de la forte augmentation du nombre de contrôles sur les non-répondants de l'audimètre porté.</p> <p>➤</p> <p>Comprendre les petites incohérences notées dans les tickets d'écoutes AIP pour vérifier si elles peuvent être corrigées.</p>	
Fusion du panel AIP avec le panel Médiamat			
Méthodologie de la fusion	<p>✓</p> <p>La réalisation des analyses de corrélation sur l'audience « écrans digitaux » pour identifier les variables les plus explicatives de l'audience et définir les variables de stratification.</p> <p>✓</p> <p>L'adaptation du calcul de la distance pour limiter les gains de couverture et améliorer le jumelage pour les individus sans audience à domicile (avec une distance nulle).</p>	<p>➤</p> <p>Réaliser des tests pour vérifier si les comportements d'audience à domicile (durée, nombre de chaînes regardées, tranches horaires...) sont homogènes au sein des strates afin de confirmer les choix de stratification en fonction des variables de pont.</p> <p>➤</p> <p>Réfléchir à une autre méthode pour exclure les individus atypiques qui se fonde sur des principes statistiques.</p> <p>➤</p> <p>Concernant le contrôle sur la taille de strate minimum autorisée pour réaliser la fusion (10 individus) : réaliser un test de robustesse pour déterminer le seuil optimal à retenir.</p> <p>➤</p> <p>Justifier les différents paramètres à dire d'expert-métier inclus dans la démarche de fusion.</p>	

Résultats			
Méthodologie du nouveau redressement	<p style="text-align: center;"></p> <p>La démarche de Médiamétrie pour la sélection des variables de redressement. Néanmoins, le CESP n'a eu qu'une vision réduite des analyses de corrélation menées par Médiamétrie.</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>La prise en compte des tranches plus fines d'âge dans les modalités de redressement.</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Le fait que, sur le S1 2024, aucune modalité n'a moins de 50 individus par case.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Suivre dans le temps le nombre d'individus par modalité et de procéder à des regroupements si nécessaire.</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Avoir un théorique issu du Baromètre des équipements pour s'assurer que les individus équipés TV déclarant visionner des vidéos sur écrans digitaux au moins une fois par mois sont à leur bon poids dans le panel Médiamat (En 2023 : 40% dans le panel Médiamat vs 30% dans le panel AIP).</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Réaliser des analyses incluant les audiences hors domicile (AIP) et les non-équipés TV pour valider le choix des critères de redressement.</p>	
Problématique des répondants jours	<p style="text-align: center;"></p> <p>Le CESP juge acceptable la méthode de Médiamétrie modélisant la non-réponse des non-équipés dans la mesure où aucune donnée d'audience n'est supprimée.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Compte tenu des taux de répondants plus élevés auprès des non-équipés TV, suivre la part des non équipés TV au sein du panel constant afin de s'assurer que leur poids est bien respecté.</p>	
Suivi des non-équipés TV au sein des cibles		<p style="text-align: center;"></p> <p>Limiter les sur et les sous représentations de la part des non équipés TV au sein des cibles les plus utilisées par le marché.</p>	

Contrôle des individus atypiques		 <p>Concernant le nombre d'heures d'écoute individuelle de la télévision, le CESP recommande de contrôler les individus avec des durées très longues (y compris avec des changements de chaîne) et d'approfondir les analyses afin de déterminer l'opportunité d'un seuil maximal d'écoute.</p>	
---	--	--	--

CONTACTS

Patricia SCHULTZ



Directrice de projets

pschultz@cesp.org

+33 6 52 28 78 39

Olivier HAYS



Directeur Data Science

ohays@cesp.org

+33 6 47 81 37 32