



CESP

**MEDIAMAT : MESURE D'AUDIENCE
DE REFERENCE DE LA TELEVISION**

RAPPORT D'AUDIT



ANNEE 2020

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

SYNTHESE DE L'AUDIT DU MEDIAMAT 2020

En 2020, la mesure d'audience de référence de la télévision a évolué. Est venue s'ajouter à l'audience réalisée à domicile sur le téléviseur, toute l'audience des programmes de télévision regardés en dehors du domicile ou en mobilité et ce, quel que soit l'écran - téléviseur, ordinateur, smartphone et tablette, et quel que soit le mode de consommation (linéaire ou non).

Le dispositif du Médiamat s'appuie désormais sur deux panels : le panel Médiamat / MédiamatThématik pour la mesure d'audience à domicile et le panel AIP pour la mesure hors domicile et en mobilité. En 2020, le champ de la mesure exclut encore les consommations de la télévision effectuées sur d'autres supports que les récepteurs TV (écoute via Internet, sur un ordinateur, une tablette, un smartphone...) à domicile.

Les résultats d'audience agrégés 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 (MédiamatThématik) 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.

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. Le CESP souligne notamment les points suivants :

- Pour les deux panels (à domicile et hors domicile), la qualité des formations apportées sur toutes les phases du recrutement, particulièrement sur les phases de pré-recrutement à Intelcia, favorisée par une organisation efficace qui valorise les échanges de bonnes pratiques et la participation des enquêteurs ;
- Pour les deux panels, la présence d'équipes d'enquêteurs expérimentés sur toutes les phases du recrutement qui permet la montée en compétence des enquêteurs et le maintien de la qualité du terrain ;
- Pour les deux panels, l'utilisation de sources qualifiées par Médiamétrie et réservées à chacun des panels pour effectuer les pré-recrutements et faciliter le ciblage ;
- Pour le panel Médiamat, la gestion quotidienne du panel : suivi de la participation (contrôles et enquête Coïncidentale), mise à jour des informations sur les panélistes (base de données Panama et enquête Recensement) et suivi des abonnements à de nouveaux services (notamment les OTT de type Netflix) et des nouveaux équipements (de type Apple TV, Chromecast, Smart TV...);
- Pour les deux panels, l'attention constante portée au taux de répondants avec un pilotage quotidien du matériel de mesure grâce à l'activité des équipes PRM (Panel Relationship Management) ;
- La méthodologie de fusion qui répond aux contraintes opérationnelles de production (temps de calcul, reproductibilité des résultats et minimisation des audiences simultanées) ;
- Concernant les résultats : les contrôles mis en place à chaque étape de la chaîne de production qui permettent de maîtriser les risques et de sécuriser la sortie des résultats quotidiens ; la stabilité du redressement dans le temps et la stabilité des effectifs des cibles standard ;
- À propos de la crise sanitaire du COVID survenue en 2020, le suivi du terrain et l'analyse des résultats montrent que la structure des panels et le taux de répondants ont été maintenus à un bon niveau de qualité ;

Le CESP émet des réserves sur :

- L'utilisation de sources d'adresses provenant de mégabases pour le recrutement des panélistes sur les deux panels, qui peuvent créer un biais de sélection ou d'estimation ;
- La surreprésentation des foyers avec un taux d'équipement plus élevé que la moyenne sur certains critères (possession de tablette, smartphone, ordinateur¹) 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 qui reste bas depuis plusieurs années, avec une proportion de foyers présents au sein du panel depuis 10 ans ou plus de plus de 19% ;

Le CESP recommande :

- De ne pas faire appel à des prestataires de fichiers (mégabases) et de privilégier l'utilisation d'adresses qualifiées par l'institut lors des phases de pré-recrutement afin de maximiser le taux de recrutement ;
- De corriger la représentativité du panel Médiamat (à domicile) 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 ;
- De tester de nouvelles modalités de redressement sur l'âge de l'individu pour améliorer la représentativité au sein des cibles jeunes (15-24 et 25-34 ans) ;
- D'augmenter le taux de renouvellement du panel, notamment en limitant la durée de panélisation à 10 ans (19,2% des foyers présents recrutés en 2010 et avant). Privilégier les rotations volontaires permettrait de mettre moins de contraintes sur les profils des foyers recrutés et d'introduire ainsi un peu plus d'aléa dans le recrutement. Cela permettrait également de faciliter la correction de structure du panel sur certaines variables (équipements notamment) ;
- Actualiser et compléter les documents de formation pour être en cohérence avec les informations données en formation et faciliter l'accès du CESP à l'outil Médianotes ;
- Concernant le nombre d'heures d'écoute individuelle de la télévision, de réfléchir à un seuil maximal d'écoute, et à une méthode de traitement de l'audience des individus concernés.
- Pour le panel hors domicile, de poursuivre les réflexions sur le dispositif de mesure (ergonomie, autonomie, durée de participation ...) afin d'alléger l'effort demandé aux panélistes et assurer la qualité de leur participation dans la durée ;
- De mener des tests complémentaires pour observer l'impact de l'imputation sur les strates de fusion où la part des non-télespectateurs à domicile est plus importante.
- À la suite de la présentation au Comité Scientifique des études de Médiamétrie sur l'impact de l'OTT et la SVOD, poursuivre les réflexions sur l'opportunité d'intégrer ces critères dans le contrôle du panel Médiamat²;

Le CESP recommande aux utilisateurs :

¹ Possession d'un ordinateur = critère corrigé par le redressement quotidien du panel.

² Ces informations ont été introduites dans le recueil du Panel Médiamat en 2020.

Audit du Mediamat 2020

- 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 ;

Enfin le CESP tient à remercier Médiamétrie pour la coopération fructueuse pendant le processus d'audit.

Le Comité Scientifique

Le 29 juin 2021

