

La mesure d'Audience Internet Vidéo a été audité par le CESP

À la demande de Médiamétrie, le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité) a conduit un audit complet du dispositif de mesure d'Audience Internet Vidéo.

La mesure couvre l'ensemble des vidéos diffusées en ligne* sur les players des sites et applications, à l'exception de la vidéo à la demande payante et de la publicité. La méthodologie s'appuie sur un dispositif innovant d'hybridation des données de voie de retour des acteurs, pour refléter l'intégralité des usages (vidéos vues, temps passé), avec des données issues du Panel Google et Médiamétrie pour évaluer l'audience (individus, profils).

Une dizaine de groupes médias (éditeurs TV, presse, plateformes) représentant 40 marques participent actuellement à la mesure, et peuvent ainsi valoriser leur offre vidéo auprès du marché.

Afin d'accompagner l'engouement croissant du public pour les formats vidéos, la mesure s'est enrichie du player YouTube à partir des résultats de juin 2019, et plus récemment d'autres acteurs phares du marché.

Le champ de l'audit couvre l'ensemble du dispositif de mesure avec un focus particulier sur l'intégration de YouTube.

A l'issue de cet audit, le CESP a d'emblée souligné la qualité de la collaboration avec Médiamétrie et la disponibilité de Google (YouTube) pour répondre aux questions complémentaires.

Le CESP a émis un avis satisfaisant sur un ensemble de points clés du dispositif dont :

- Le principe d'utiliser une étude *single source* pour mesurer l'audience des players vidéos sur trois écrans (ordinateur, mobile, tablette) auprès des mêmes individus.
- La méthode d'individualisation du surf des vidéos pour les autres acteurs que YouTube.
- La mise à jour du marqueur eStat'Streaming réalisée pour appliquer les directives de la CNIL sur le recueil du consentement.

* 3 écrans internet (ordinateur, mobile, tablette)

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



La mesure d'audience Internet Vidéo a été auditée par le CESP

Le CESP a également formulé des recommandations notamment sur :

La façon dont les non-équipés TV sont simulés,

La méthode d'imputation de la consommation de vidéos YouTube en particulier sur les écrans mobiles,

Un nouvel audit du Panel Google et Médiamétrie notamment pour évaluer les nouvelles technologies de mesure sur mobile.

Enfin, il recommande la vigilance sur la significativité des résultats pour certains indicateurs, compte tenu des seuils de publication des résultats (affichage à partir de 15 individus).

Grâce à ses innovations méthodologiques et technologiques pour enrichir la mesure d'Audience Internet Vidéo, Médiamétrie accompagne ses clients vers une connaissance toujours plus précise d'un format devenu incontournable.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : mediametrie.official

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr