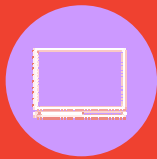
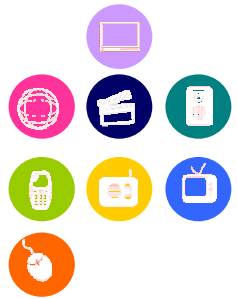


# Enquêtes et données exhaustives : un nouveau défi pour les mesures audiences



Colloque Francophone sur les  
sondage – Rennes 2012





# Sommaire

**Introduction**

**Application à la mesure d'audience Internet fixe**

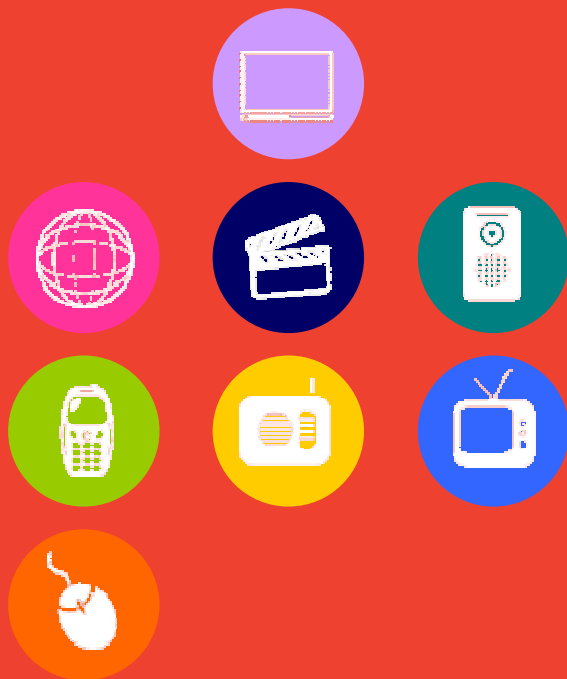
**Application à la mesure d'audience Internet mobile**

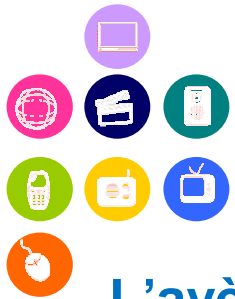
**Perspectives pour la mesure d'audience TV**

**Bilan**



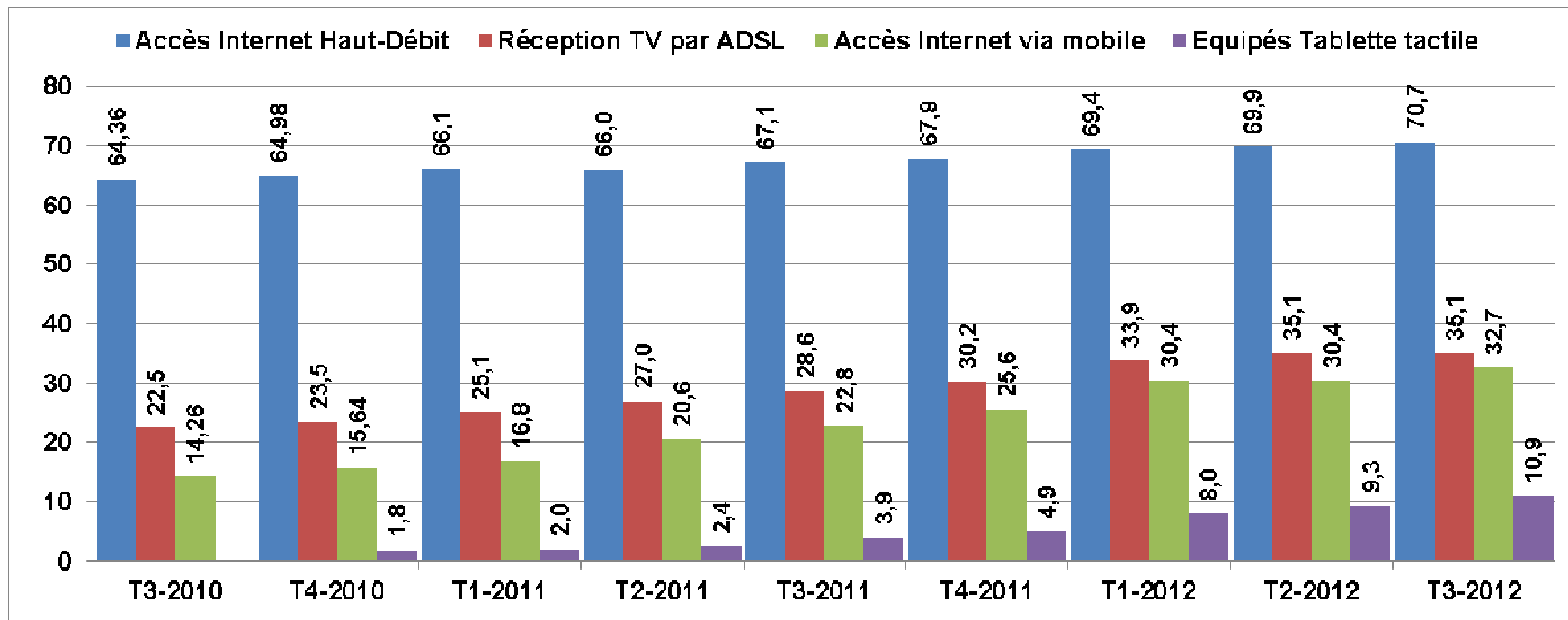
# Introduction



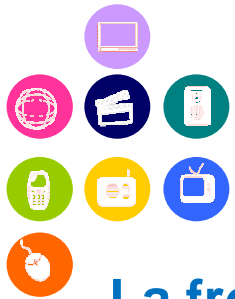


# Le contexte média évolue

## L'avènement du tout numérique



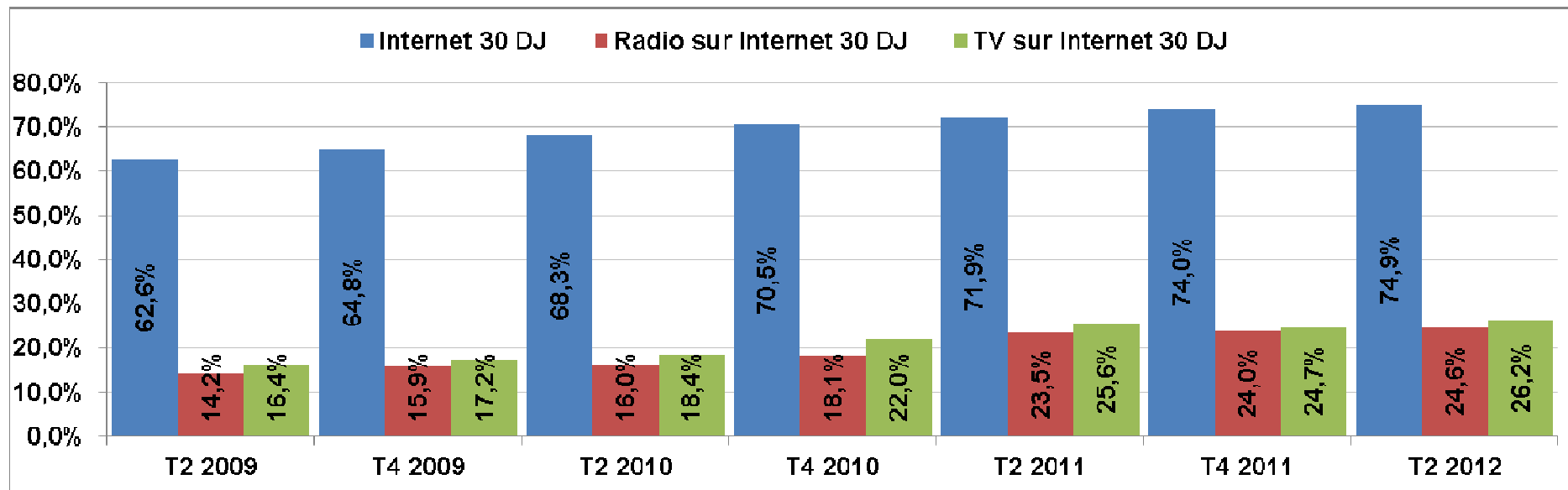
- Taux d'équipements numériques des foyers français - Source : REM



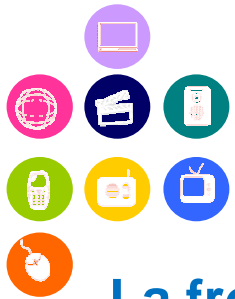
# Le contexte média évolue

## La frontière entre médias s'amenuise

- Accès Radio et TV via Internet :



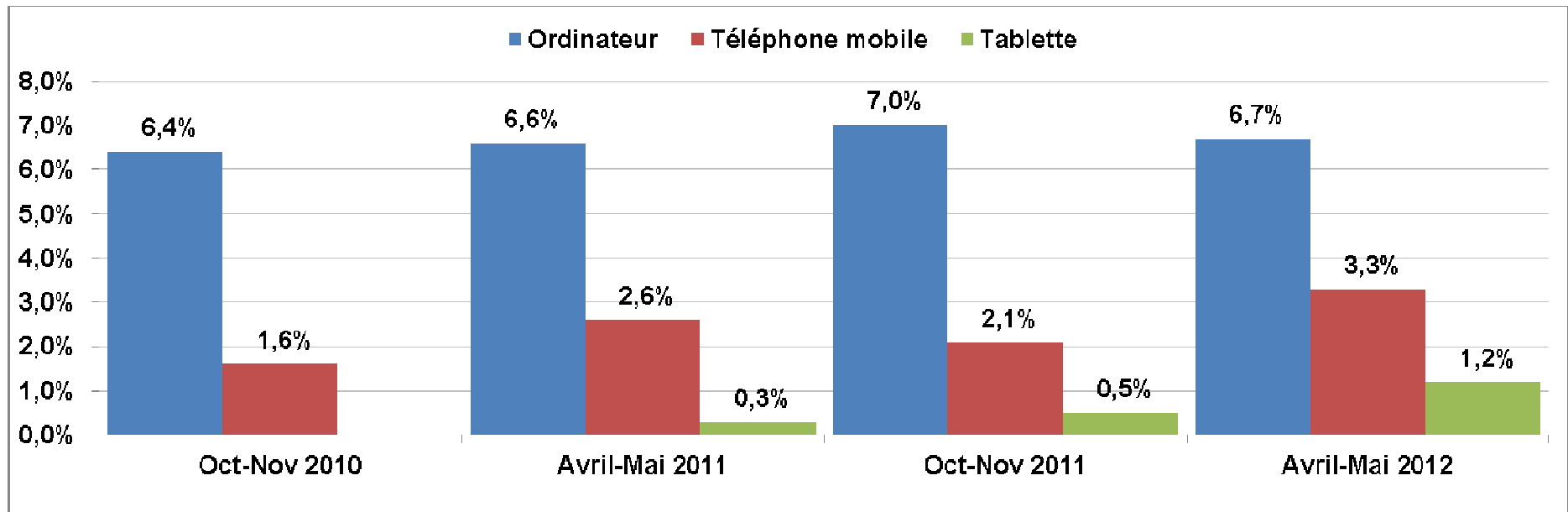
- Source = OUI - Consommation Internet 30 DJ – Base = 11+



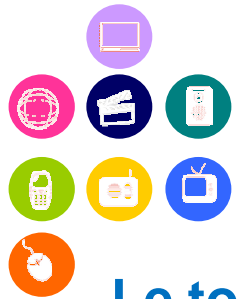
# Le contexte média évolue

## La frontière entre médias s'amenuise

- Un média ≠ un support



- Source = Global TV – Consommation TV par support – Base = 15+



# Tout numérique : une aubaine pour les études médias

## Le tout numérique = La voie de retour

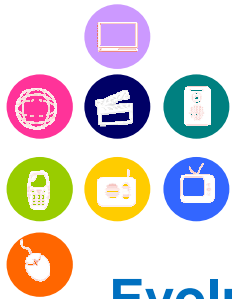
Récupération des logs de connexions pour

- Les décodeurs numériques et la TV par ADSL
- La 3G et l'Internet Mobile
- Le surf internet et les cookies

Possibilité d'avoir des données exhaustives

## ... pas nécessairement sur le même périmètre que l'étude média

- Des données « machine » vs. « individu »
  - **Usage individuel ou collectif**
- Couverture de la mesure
  - **Ecrans connectés pour la TV**
  - **Internet depuis France Métropolitaine vs. Monde**
  - ...



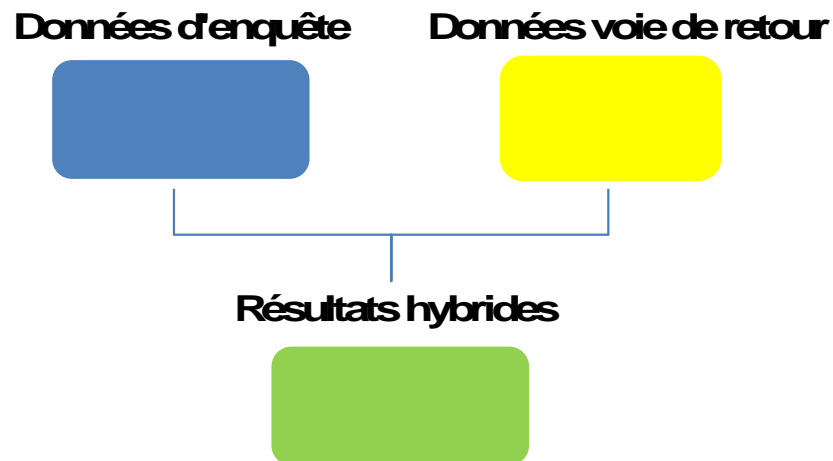
# Enrichir les dispositifs de mesure d'audience

## Evolution naturelle des dispositifs

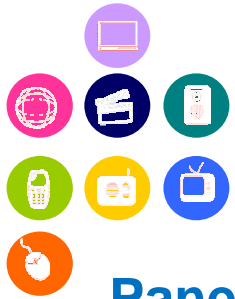
- Intégrer les nouvelles sources d'information pour faire évoluer l'existant

## Définition mesure hybride

- Mélanger deux sources d'information de natures et de niveaux différents, les croiser mutuellement pour en créer une troisième, plus fine ou plus riche







# Enrichir les dispositifs de mesure d'audience

## Panel UP

La mesure voie de retour (ou Log) vient enrichir l'information issue de l'enquête média (en général un panel).

- **Mesure voie de retour = information auxiliaire intégrée dans le redressement de l'enquête.**
- **Attention aux périmètres de chacune des mesures.**
- **Amélioration de la qualité de l'enquête média.**

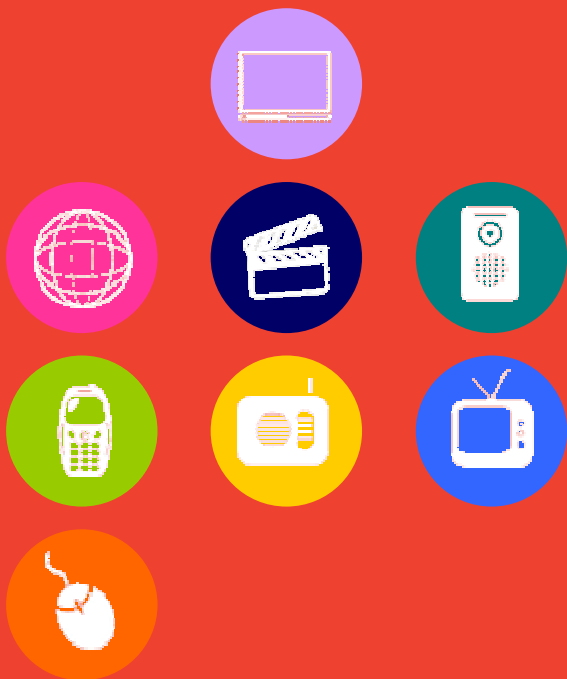
## Log UP

L'enquête média est utilisée pour qualifier la mesure voie de retour.

- **Fournir des informations de profil y compris pour des consommations très faibles (sites, chaînes à faibles audiences)**
- **Modélisation**

## Choix de la méthode en fonction du besoin client

# Application à la mesure d'audience Internet Mobile





# Mesure hybride Internet Mobile : *objectifs et fondements*

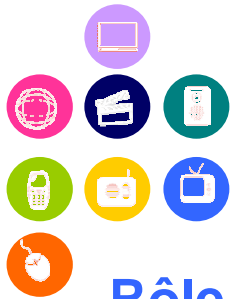
## Objectif de la mesure

Fournir au marché publicitaire :

- Le nombre et le profil des « mobinautes français »
- Le classement des sites et leur profil

## Deux fondements

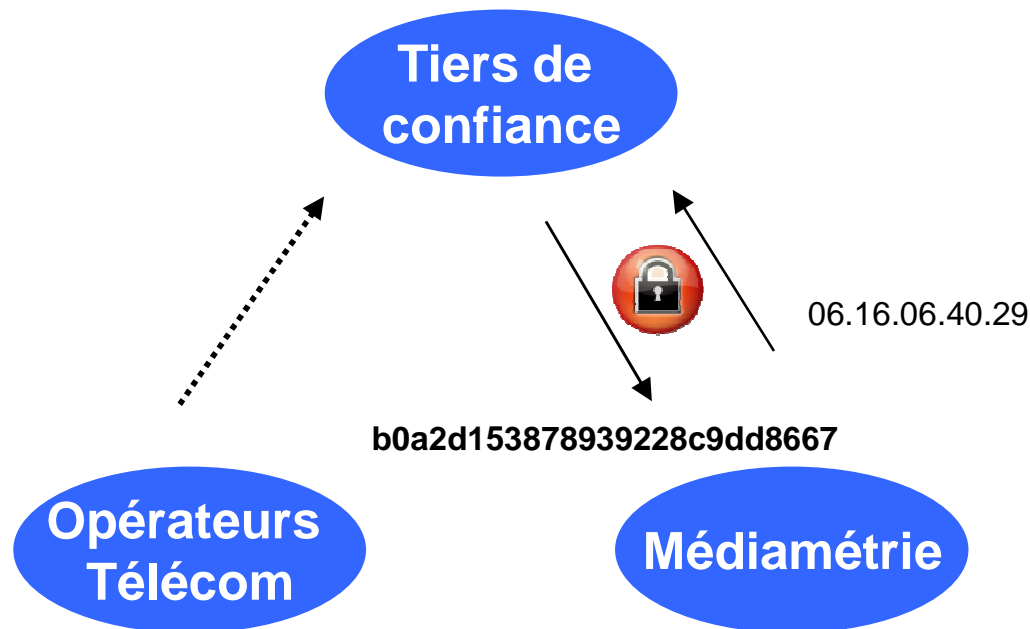
- **Données Logs** → partenariat entre les 3 principaux opérateurs Orange, SFR, Bouygues Telecom qui fournissent leurs logs de connexion 3G anonymisés de l'ensemble des français
- **Un panel qualifié** de 10 000 mobinautes pour lesquels les logs de connexion sont identifiés



# Mesure hybride Internet Mobile : *nécessité d'un tiers de confiance*

## Rôle du tiers de confiance :

Faire le lien entre un panéliste Médiamétrie et les logs opérateurs tout en conservant la confidentialité du panel vis-à-vis des opérateurs

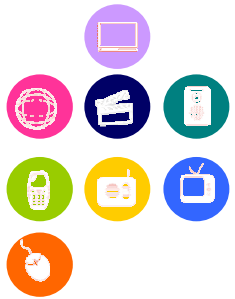


**Les opérateurs** : connaissent le surf de l'ensemble des mobinautes mais ne savent pas qui sont les panélistes. Responsables de l'envoi de la clef de cryptage et du surf associé.

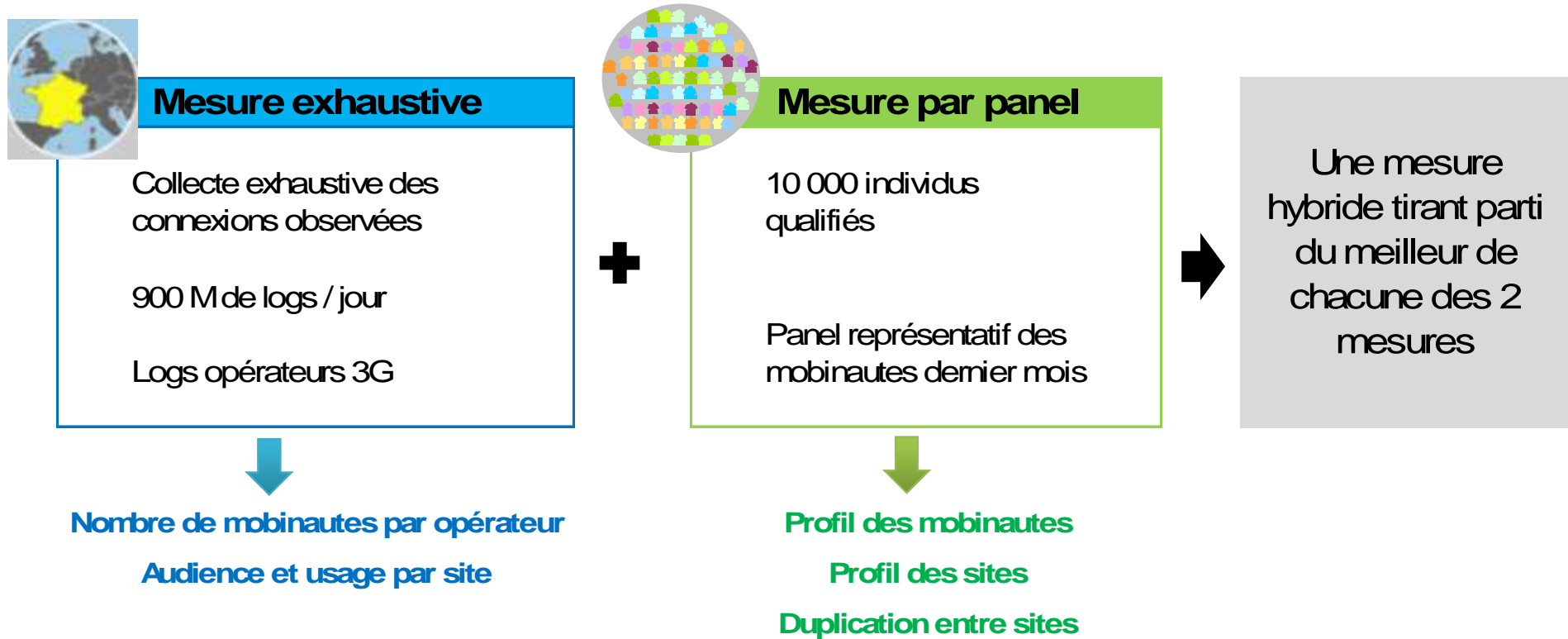
**Médiamétrie** : connaît le profil des panélistes et leur numéro de téléphone mais pas leur surf individuel.

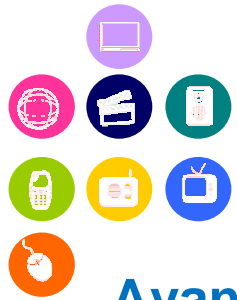
**Tiers de confiance** : permet de faire le lien afin de fournir à Médiamétrie le surf des mobinautes panélistes grâce à la clef de cryptage envoyée par les opérateurs.





# Mesure hybride Internet Mobile : *méthode*





# Mesure hybride Internet Mobile : *avantages et limites*

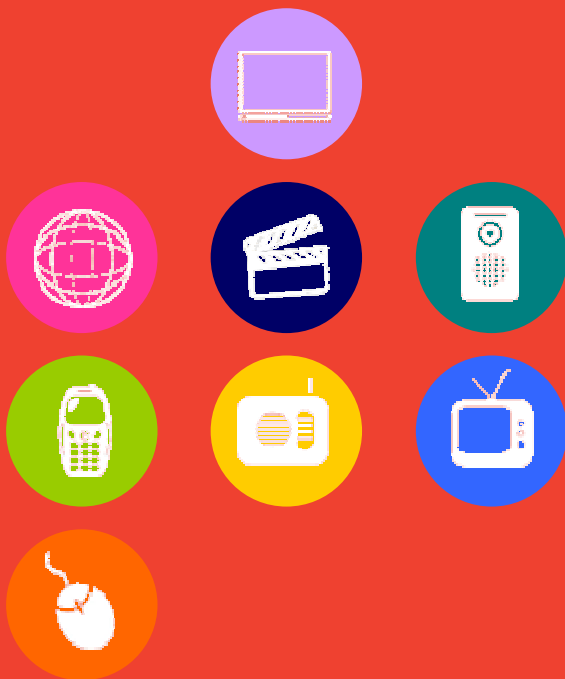
## Avantages

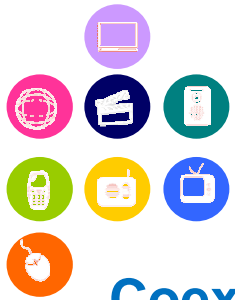
- Précision des résultats d'audience et d'usage sans les biais naturels d'une mesure fondée sur un panel
- Le couplage d'une mesure exhaustive et d'une mesure fondée sur un panel permet de disposer de tous les résultats classiques (classements, profils, duplication, etc.)

## Limites

- Dépendance aux opérateurs
- Volumétrie croissante des logs
- Périmètre des logs (Wifi, BlackBerry non inclus)

# Application à la mesure d'audience Internet Fixe

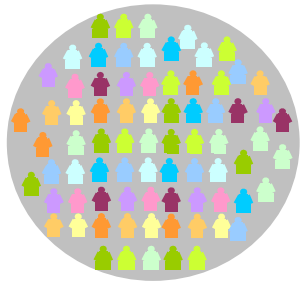




# Mesure hybride Internet Fixe : *enjeux*

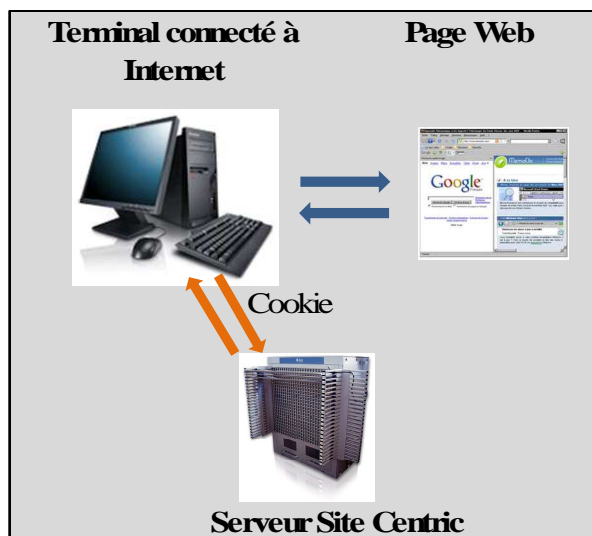
## Coexistence de 2 mesures Internet fixe

Une mesure fondée sur un panel de 25 000 internautes



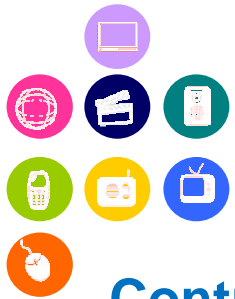
⇒ Des résultats estimés pour l'ensemble des sites

## Une mesure exhaustive fondée sur l'insertion d'un marqueur sur chaque page du site



⇒ Une mesure fine et détaillée pour tous les sites souscripteurs du service





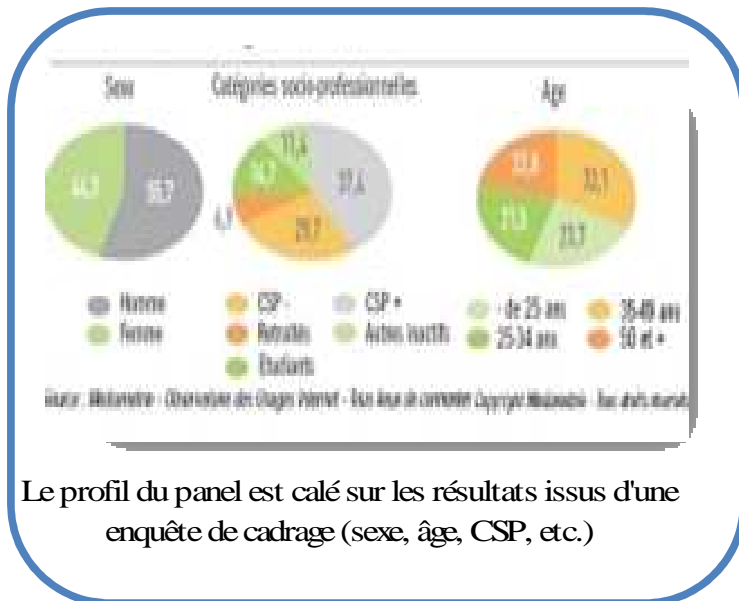
# Mesure hybride Internet Fixe : *méthode*

## Contraintes initiales

Tous les sites doivent bénéficier de la précision fournie par la mesure Site.  
La donnée Site Centric doit respecter le périmètre de mesure du panel.

## Méthode retenue : correction par redressement

### Objectifs Sociodémographiques

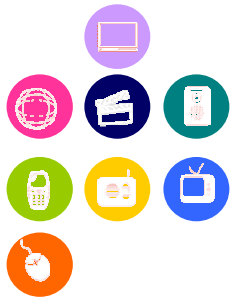


### Objectifs Site Centric

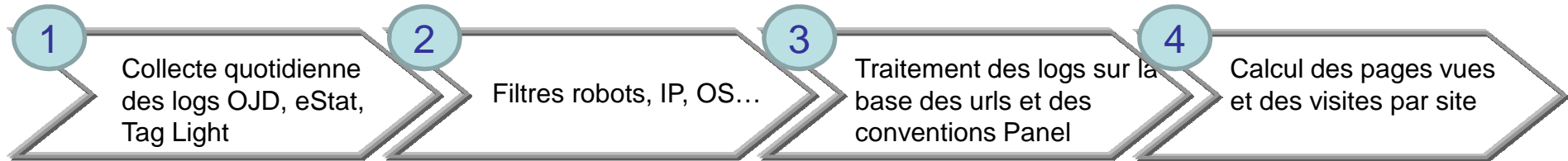
	Visites	Pages
Site 1		
Site 2		
Site 3		
..		
Site N		

Les résultats Site Centric ne sont connus que pour environ 400 sites

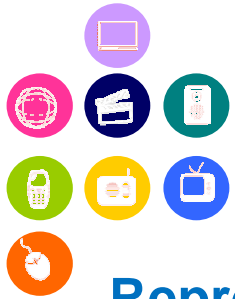
**Jeu de poids unique** assurant les deux groupes de contraintes  
(qualitatif pour les contraintes sociodémographique, quantitatif pour les données Site Centric)



# Mesure hybride Internet Fixe : *mise en cohérence des données Site Centric avec la mesure Panel*



Base site-centric	Hits enregistrés	Brand	Channel	Pages Vues	Visites
	url 1	Brand A	Channel B	---	---
	url 2	Brand N	Channel A	---	---
	url 3	exclude	exclude	---	---
	url 4	Brand A	Channel J	---	---
	url 5	Brand E	Channel F	---	---
	url 6	Brand E	Channel G	---	---
	url 7	exclude	exclude	---	---
	url 8	Brand Z	Channel D	---	---
	url 9	Brand A	Channel B	---	---
	url 10	exclude	exclude	---	---
etc.	etc.	etc.	etc.	etc.	



# Mesure hybride Internet Fixe : *difficultés*

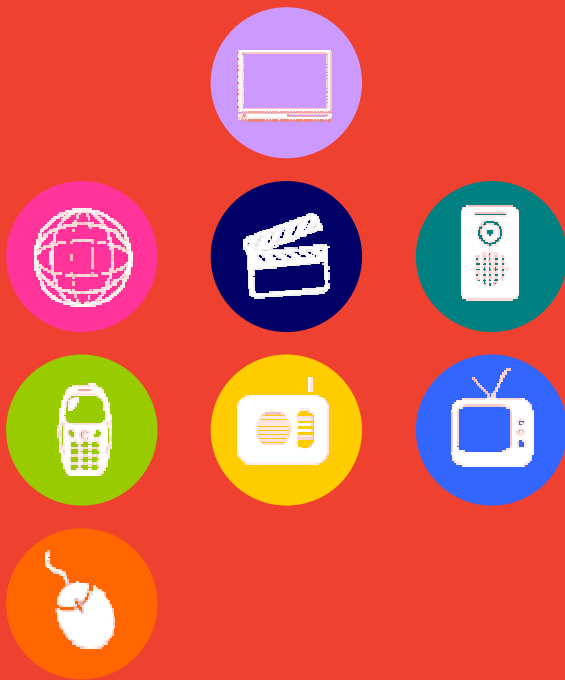
## Représentativité de la base Site Centric

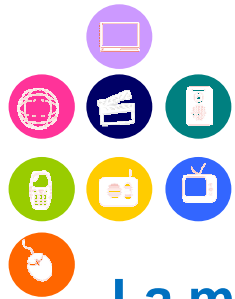
- Toucher l'ensemble des cibles clés (sexe, âge, CSP)
- Etre variée en termes de contenu (actualité, voyage, automobile, etc..)
- Etre d'une taille limitée afin de faciliter la convergence de l'algorithme de redressement
- ... sous contrainte de participation des éditeurs de sites

## Qualité du redressement

- Impact direct sur la qualité des poids de redressement
- Test de nouvelles techniques de redressement permettant de résumer les contraintes Site Centric (ACP) ou d'introduire une tolérance sur l'atteinte des objectifs (ridge)

# Perspectives d'application à la mesure d'audience TV





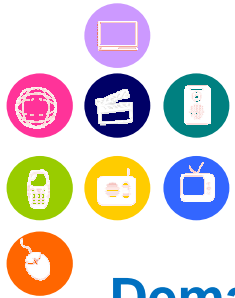
## Mesures hybrides : Perspectives d'application à la mesure d'audience TV

### La mesure de référence en TV = panel Médiamat

- 5000 foyer équipés d'au moins une TV active en France Métropolitaine
- Consommation TV sur un poste de télévision, au domicile, pour l'ensemble des individus de 4 ans et +
- Mesure audimétrique (semi-passive):
  - **Audimètres reliés aux postes de TV Actifs**
  - **Détection automatique des TV ON et des changements de chaînes**
  - **Déclaration des présences individus via une télécommande**
  - **Collecte en continu des données stockées par les audimètres**

### La voie de retour TV

- Pour les décodeurs numériques ADSL, Câble et Satellite connectés à Internet
- Log permettant de savoir sur quelle chaîne / service est allumé le décodeur



## Mesures hybrides : *Perspectives d'application à la mesure d'audience TV*

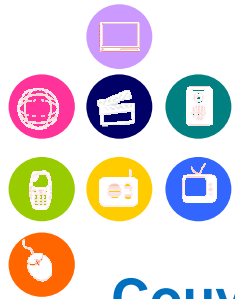
### Demandes clients

- Utiliser la mesure voie de retour pour valoriser des « petites » chaînes

### 1<sup>ère</sup> difficulté = Disponibilité des données voie de retour

- Même si techniquement une voie de retour est possible tous les opérateurs ne collectent pas les données TV
- Très peu d'opérateurs exploitent la voie de retour TV
- Pas de mesure marché dans l'immédiat (mise à disposition des données opérateur / certification des données ...)

### 2<sup>ème</sup> difficulté = Différences de périmètre panel vs. log



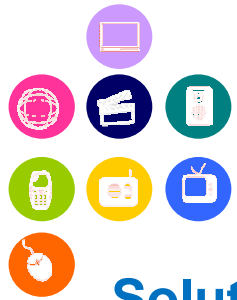
## Mesures hybrides : Perspectives d'application à la mesure d'audience TV

### Couverture de la voie de retour en TV

- Source = REM - 3<sup>ème</sup> trimestre 2012
- 52% des foyers équipés TV sont équipés d'un décodeur numérique
- 33% des postes TV sont reliés à un décodeur numérique
  - **Il s'agit d'un maximum car tous ces décodeurs ne sont pas nécessairement connectés à Internet.**

### Consommation individuelle vs. log

- Différence entre le poste TV et le décodeur
  - **Box On et TV Off**
  - **Consommation TV hors décodeur (tuner TV)**
- Différence entre le poste TV et l'individu
  - **Média familial ⇒ 1 poste TV ≠ 1 individu**
  - **Plus de 40% du temps passé devant la TV à plusieurs pour la cible 4+ (Médiamat – Septembre 2012)**



## Mesures hybrides : *Perspectives d'application à la mesure d'audience TV*

### Solution envisagée : Log UP

Etape 1 = Décodeur → TV

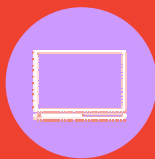
- Ecrêtage des audiences
- Restriction des analyses aux chaînes thématiques

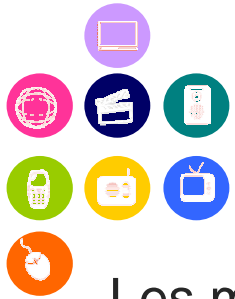
Etape 2 = TV → Individu

- Individualisation des données
- Logs :
  - **Mesure exhaustive**
  - **Ou échantillon de décodeurs avec des informations sur l'abonné**



# Bilan





## Mesures hybrides : *bilan*

Les méthodes d'hybridation consistent à combiner deux sources données de nature et granularité différentes pour en créer une troisième, plus riche et plus précise.

Au sein des études médias, l'hybridation est le plus souvent la combinaison de données d'enquêtes et de données voies de retour.

Les difficultés rencontrées peuvent être multiples :

- respecter la confidentialité des informations personnelles (anonymisation, tiers de confiance, etc.)
- rapprocher les périmètres des deux mesures (mesure foyer vs mesure individu, mesure tous terminaux vs mesure ordinateur, etc.)
- garantir la conformité des données exhaustives utilisées
- qualité des poids de redressement lorsque les résultats exhaustifs sont injectés en contraintes supplémentaires

**Merci de votre attention**

