

Aide-mémoire



# Les dix éléments de l'indication de la source

---

Quiconque exploite des données scientifiques doit toujours les accompagner d'une indication de la source, afin que chaque destinataire puisse reproduire les données. La source indique quelles données l'analyste a utilisées ainsi que les critères d'analyse choisis.

L'indication de la source s'est donc aussi imposée en relation avec l'exploitation des données du panel télé de Mediapulse auprès de tous les utilisateurs. Cela permet d'économiser nombre de questions superflues et facilite les échanges.

Les nouvelles possibilités d'analyse soulèvent cependant régulièrement des questions sur les règles à respecter pour une indication correcte de la source.



*Pour que les données soient reproductibles, il faut en indiquer la source.*

## Indication correcte de la source

Pour garantir la reproductibilité, l'indication de la source doit inclure les dix éléments suivants :

1. La base des données (Mediapulse TV Data)
2. Le système d'analyse (p.ex. Instar Analytics)
3. La zone géographique (p. ex. Suisse romande)
4. Le groupe cible (p. ex. personnes 15-49 ans, y compris les hôtes)
5. Les chaînes analysées (p. ex. TF1 CH ou RTS Un)
6. La période analysée (p. ex. 1<sup>er</sup> trimestre 2018)
7. La plage de temps (p. ex. lu-di, 24h)
8. La grandeur de mesure présentée (p. ex. R-M)
9. Les plateformes prises en compte (p. ex. toutes les plateformes)
10. L'utilisation en différé (p. ex. overnight +7)

## Exemple d'indication de la source

Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics), SR, personnes 15-49 y c. hôtes, TF1 CH, 1<sup>er</sup> semestre 2018, lu-di 24h, R-M, toutes plateformes, overnight +7

## Commentaire des différents éléments

1. « Mediapulse TV Data » est la nouvelle indication correcte pour **la base des données** à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2019. Elle remplace la vieille indication « panel Télévision Mediapulse ». Toute autre indication, telle que « données Kantar » ou « Panel TV Kantar », est erronée.
2. Le nom du **système d'analyse** doit être indiqué, afin d'exclure toute confusion avec des analyses provenant d'applications tierces ou avec des propres calculs.
3. La **zone géographique** à laquelle les données se rapportent doit être clairement indiquée (région linguistique, zone de concession, zone REMP, etc.).
4. Pour ce qui est du **groupe cible**, il faut indiquer tous les critères relatifs aux personnes ou aux foyers pris en compte ainsi que leur combinaison, avec ou sans hôtes. Si un groupe cible de référence est utilisé en sus, il faut également l'indiquer clairement.
5. S'agissant en particulier de **chaînes** étrangères diffusant un programme ou une fenêtre publicitaire en Suisse, le nom de la chaîne (p. ex. TF1 CH ou TF1 Total) doit être clairement signalé.
6. Il faut indiquer sur quelle **période** porte l'analyse (p. ex. Ø 2018 ou 1<sup>er</sup> juil.-31 août 2018). Si on se réfère en sus à une autre période, il faut également le signaler.
7. En ce qui concerne la **plage de temps**, il faut indiquer quelle tranche horaire de quels jours de la semaine est prise en considération (p. ex. Ø 24 heures lu-di ou Ø 18h-20h lu-ve).
8. Il y a lieu d'indiquer quel **fact (grandeur de mesure)** est présenté (p. ex. PDM R-M). En cas de publication, la grandeur de mesure doit être indiquée en toutes lettres (part de marché en %, rating en milliers).
9. La **plateforme** à laquelle les données se rapportent doit être clairement indiquée (p. ex. toutes plateformes TV ou plateformes web).
10. L'**utilisation en différé** doit être signalée comme telle (p. ex. overnight ou overnight +7).

## Kontakt

---

Mediapulse AG

### Geschäftsstelle Bern

Weltpoststrasse 5  
CH-3015 Bern

T +41 58 356 47 80

F +41 58 356 47 82

E-Mail: [info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)

Website: [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)

### Geschäftsstelle Zürich

Badenerstrasse 15  
CH-8004 Zürich

T+41 58 356 47 80

F +41 58 356 47 81