

## Conditions de publication pour les clients

### Mediapulse Online Data

#### Vous souhaitez connaître les critères à remplir pour une publication?

Avant leur publication, les Mediapulse Online Data sont soumises à un contrôle de qualité réalisé selon des critères préétablis. Le document suivant définit le processus de contrôle de qualité, les critères sous-jacents et les valeurs seuils ainsi que les mesures relatives à la publication.

#### 1. Le monitoring AQ permet d'identifier les erreurs de mesure

Les causes de données erronées peuvent survenir lors de la saisie du jour mesuré. Il est par ailleurs possible que des problèmes surgissent lors du traitement des données (data processing) et que certains jours ne puissent pas être mesurés.

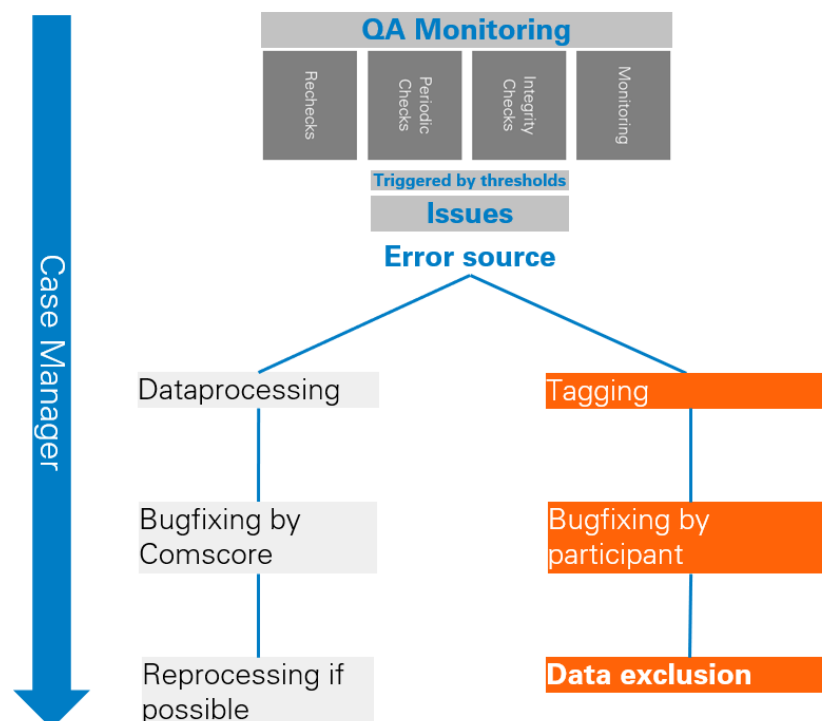


Fig. 1: Monitoring AQ, sources d'erreurs et exclusion des données

## 2. Les données erronées peuvent entraîner une exclusion des données

Les données d'une marque sont exclues de la publication sur une base quotidienne si elles ne satisfont pas aux exigences de qualité conformément aux prescriptions du monitoring AQ.

- Pour une exclusion de données, (a) une erreur unique (source d'erreur) doit être identifiée et (b) influencer excessivement une métrique publiée (définie par des valeurs seuils dans le monitoring AQ).
- En principe, les défaillances ne sont pas corrigées statistiquement.
- Si 20 jours d'un mois ou davantage sont mesurés correctement, le participant a la possibilité de contribuer à la publication mensuelle malgré les jours d'exclusion. Dans ce cas, seules des métriques basées sur des valeurs moyennes sont présentées dans la publication.
- Si moins de 20 jours mesurés sont corrects, aucune publication ne peut être effectuée pour la marque spécifique dans le mois concerné.

## 3. Dans le monitoring AQ, les données sont soumises à un contrôle de qualité

Le contrôle de qualité s'effectue par le biais du monitoring AQ, qui a lieu en continu selon des normes clairement définies (valeurs seuils, valeurs de tolérance). Les trois éléments suivants du contrôle de qualité sont pertinents pour la publication, c'est-à-dire qu'ils peuvent entraîner des exclusions de données ou des adaptations significatives de la publication (p. ex. exclusion des marques invalides).

### 3.1. Les valeurs seuils déclenchent des vérifications et peuvent entraîner l'exclusion de données

#### Identification:

À travers les valeurs seuils, des anomalies dans l'historique du trafic sont identifiées dans le monitoring AQ:

- Mode: jours ouvrables, le lundi pour ve, sa et di
- Responsabilité: Case Manager chez Kantar
- Objet: les visites journalières, les identités, les durées sur la base de l'appareil et du système d'exploitation sont contrôlées afin de détecter les anomalies.

#### Observation:

Dès que la valeur observée pendant plus de deux jours consécutifs se situe au-dessus ou au-dessous de la valeur moyenne des 28 derniers jours, des vérifications préliminaires sont effectuées:

Vérifications concernant

- i. l'identification d'une cause liée au contenu (si nécessaire, contact avec les responsables),
- ii. l'identification d'une erreur technique de mesure, y c. la distinction entre des erreurs au niveau de Comscore ou du balisage ainsi que le déclenchement immédiat de mesures correctives (reprocessing ou correction des bogues).

### Exclusion:

- a) Si une erreur de mesure a été identifiée par balisage ou dans les données mesurées, **et**
- b) que la valeur mesurée est supérieure ou inférieure à deux fois l'écart type pendant plus de trois jours, **et**
- c) qu'aucune cause liée au contenu n'explique l'aberration, les critères d'exclusion de la publication sont remplis pour une marque spécifique.

Le participant est informé de l'exclusion de certains jours ou du mois entier. Dans des cas indiscutables (erreur clairement identifiée plus absence de cause liée au contenu), il peut être procédé à l'exclusion de certains jours mesurés même après un jour d'écart excessif.

En cas d'erreur de mesure de la part de Comscore, tout est mis en œuvre pour corriger l'erreur par reprocessing.

Kriterien		Observation	Ausschluss
Schwellenwert		Standardabweichung (+/- 2) mehr als 2 Tage überschritten	Mehr als 3 Tage Standardabweichung (+/- 2) überschritten
Technischer Messfehler	Tagging	Fehlersuche/ Bugfixing	Fehler/ Issue nachgewiesen
	Comscore	Fehlersuche/ Reprocessing	Kein Fehler/ Issue seitens Comscore gefunden
Inhaltliche Ursache		Inhaltliche Abklärungen	Keine inhaltliche Ursache gefunden

Fig. 2: Matrice des critères d'exclusion de données

### 3.2. Seuils de contrôle des actifs et des marques

Des valeurs seuils sont également utilisées pour contrôler les actifs (assets) et les marques:

- Mode: jours ouvrables, le lundi pour ve, sa et di
- Responsabilité: Case Manager chez Kantar
- Objet: lors de la validation, les noms des marques et des actifs sont recoupés avec le formulaire Intake. Les marques et les actifs invalides sont exclus de la publication.

Asset	Brand	Massnahmen
<b>VALID</b>	<b>VALID</b>	Messdaten sind valide
<b>VALID</b>	<b>FALSE</b>	Ausschluss aus den Messdaten
<b>FALSE</b>	<b>VALID</b>	Sobald die Summe der nicht gültigen Assets bei einer beliebigen Metrik 5 % des Brandtotals überschreitet, wird der Brand ausgeschlossen. Liegt der Traffic, der auf falsche Asset-Bezeichnungen beruht, unter 5%, gilt der Brand noch als validiert.
<b>FALSE</b>	<b>FALSE</b>	Ausschluss aus den Messdaten

Fig. 3: Marques et actifs valides ou invalides

Si le total des actifs non validés est supérieur à 2% du total de la marque, le participant est contacté par Mediapulse.

### 3.3. Valeur de tolérance pour la part de domaines étrangers dans les actifs Web

Il existe des restrictions en matière de regroupement de domaines. La part de domaines étrangers est donc régulièrement examinée:

- Mode: mensuel
  - Responsabilité: Case Manager chez Kantar
  - Objet: le contrôle régulier visant à limiter les domaines étrangers peut entraîner des corrections pour le regroupement de domaines.
1. Regroupement d'actifs en marques: l'offre principale\* (ns\_site) doit constituer plus de 50% de l'ensemble des visites d'une marque sur le site. Ce qui limite l'inflation artificielle des données par le regroupement de plusieurs offres Web.
  2. Utilisation de plusieurs domaines pour les actifs: le domaine de haut niveau (ou son groupe) portant le même nom que l'actif doit représenter plus de 50% des visites des domaines observés dans la mesure. L'impact de l'intégration de la balise est ainsi limité aux domaines étrangers.



**Isabelle Waser**

Sr. Research Manager Online  
Isabelle.Waser@mediapulse.ch  
+41 58 356 47 30

Mediapulse SA  
Badenerstrasse 15  
8004 Zurich