

Les 11 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.



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. 1er trimestre 2021)
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)
11. **Le caractère éventuellement provisoire des données**

Exemple d'indication de la source

Source : MediapulseTV Data (Instar Analytics), SR, personnes 15-49 y c. hôtes, TF1 CH, 1er semestre 2021, lu-di 24h, R-M, toutes plateformes, overnight +7

Commentaire des différents éléments

1. « MediapulseTV Data » est la nouvelle indication correcte pour la **base des données** à partir du 1er janvier 2019. Elle remplace la vieille indication « panelTélévision Mediapulse ». Toute autre indication, telle que « données Kantar » ou « PanelTV 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 2021 ou 1er juil.-31 août 2021). 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 plateformesTV ou plateformes web).
10. L'**utilisation en différé** doit être signalée comme telle (p. ex. overnight ou overnight +7).
11. Le **caractère provisoire** des données doit être bien reconnaissable si l'on désire publier des données provisoires. *

* Avec l'introduction des données Hi-Res-Boost le modèle de livraison des données change. Comme dans le passé, les données seront mises à disposition le lendemain de la diffusion. Cependant, elles sont considérées comme « provisoires » ; elles seront complétées par les données « boostées » au bout d'une semaine et deviendront ainsi des données définitives. Les données finales « boostées » définitives « overnight+7 » seront disponibles au plus tôt quinze (15) jours après la première diffusion. Jusqu'à ce moment, il ne s'agit que de données provisoires. Elles sont mises en relief dans le calendrier présent dans le logiciel d'exploitation comme « Particular Publication Rules ».

Si vous souhaitez publier des données provisoires, celles-ci doivent absolument être accompagnées par l'indication « **provisoire** ». Cette indication obligatoire s'applique par exemple dans les cas suivants :

- exploitations de consommations « live », c'est-à-dire données de la veille, par exemple événements sportifs en direct,
- exploitations overnight+7, c'est-à-dire données dans les sept (7) jours après la diffusion,
- exploitations appartenant à différentes périodes dans la mesure où la période de l'exploitation contient un ou plusieurs jours avec des « données provisoires ».

En plus, il est important de noter ceci : si après avoir effectuées des exploitations provisoires sont disponibles les données définitives, celles-ci doivent être utilisées en cas de nouvelle publication. **Les données finales (définitives) n'ont pas besoin d'être marquées spécialement.**



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich