Règlement sur la publication et sur l'indication des sources des données TV

Le présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources règle, en cas de publication de données TV (ci-après les « données »), le traitement uniforme de ces données ainsi que l'indication de leur source. Tous les acteurs du marché, tous les utilisateurs des données ainsi que Mediapulse (ci-après les « parties ») sont tenus de le respecter. Il entre en vigueur le 1er juillet 2024 et remplace le règlement de janvier 2024.

Le présent règlement vise à garantir la traçabilité des données ainsi que leur publication correcte. La valeur de référence des données, sur laquelle tous les acteurs du marché et tous les utilisateurs des données s'appuient, doit être protégée contre toute atteinte résultant de malentendus, de fausses affirmations ou d'utilisations abusives. Même si le marché est le lieu par excellence de la concurrence, la recherche faisant référence doit être régie par des règles équitables ayant force obligatoire pour tous les utilisateurs des données.

Les données livrées par Mediapulse sur le marché ont valeur de référence. Les données d'audience TV se caractérisent par le fait qu'elles sont collectées en toute indépendance et selon des méthodes scientifiques reconnues et transparentes, garantes de l'égalité de traitement des acteurs du marché et adaptées aux possibilités de financement. Pour que les données soient acceptées comme standard de référence, Mediapulse se profile continuellement sur le marché, mène le dialogue avec les acteurs concernés et cherche à établir des conventions de marché acceptables par tous.

1. Définition de publication

1 Par publication, on entend toute communication publique des données hors du logiciel commercialisé par Mediapulse (actuellement : « Instar Analytics »).

2 Par publication, on entend en particulier la communication des données sur n'importe quelle plateforme médiatique, dans des communiqués de presse ainsi que dans des présentations lors de conférences spécialisées ou de manifestations publiques.

3 Ne sont pas considérées comme publication au sens du présent règlement :

a. la mise des données à la disposition du marché par Mediapulse ;

b. l'utilisation des données par les acteurs du marché et par leurs utilisateurs dans le cadre de leurs activités commerciales (p. ex. commercialisation de programmes, présentations clientèle) ;

c. la publication d'une vue du marché par Mediapulse (cf. ch. 8) ;

d. l'utilisation des données par Mediapulse lors de manifestations clientèle et de séminaires ;

e. l'utilisation des données par Mediapulse dans le cadre de ses obligations légales et de sa fonction de garante de leur valeur de référence.

2. Définition de standard de référence

4 Font office de référence de comparaison et de commercialisation pour le marché TV les données d'audience TV dont l'état est « final » (cf. ch. 16 État des données) et qui intègrent l'audience en différé jusqu'à sept jours après le jour de diffusion (cf. ch. 17 Activité).
Ce sont ces données qui doivent être utilisées pour les publications, en particulier pour les rapports d'activité.

5 La publication de données n'ayant pas encore acquis la valeur de standard de référence est autorisée, à condition d'indiquer expressément qu'elles n'ont pas cette valeur (cf. ch. 16 et 17).

3. Règles générales de publication et interdictions de publication

6 En cas de publication de données provenant du logiciel « Instar Analytics », la taille de l'échantillon (« Base Sample ») doit être de 100 personnes au minimum[1].

7 Les acteurs du marché n'ont le droit de publier des données de leurs concurrents qu'à titre de comparaison avec la présentation de leur propre chaîne TV.

8 Mediapulse publie les données de performance importantes pour le marché au moins une fois par semestre.

a. La publication semestrielle inclut les données des trois régions linguistiques.

b. Les chaînes sont présentées dans la région linguistique qui les concerne. Les chaînes régionales et locales sont présentées en sus dans leur zone de concession ou de diffusion.

9 Mediapulse ne joue aucun rôle dans la publication des données ni dans l'évaluation qualitative des différentes chaînes. Si des journalistes ou d'autres personnes lui posent des questions, elle les renvoie systématiquement et immédiatement à la chaîne concernée.

10 Les données ci-dessous, qui sont à disposition dans le logiciel « Instar Analytics » aux fins de la réalisation d'analyses, sont soumises à une interdiction de publication.

a. Les données des chaînes du groupe de chaînes système « Channel Groups (_T) with Program-Logs ».

b. Les données d'audience Online Proprietary non validées « Online Proprietary (no currency) ». Il est en revanche permis de publier les données d'audience Online Proprietary validées « Online Proprietary (in currency) », car elles font partie intégrante de l'audience TV totale.

c. Toutes les données calculées sur les plateformes « ALL Platforms (no currency) » et « Online Web TV ».

d. À la suite de l'implémentation du système de mesure hybride, il est interdit de publier des données correspondant à des cumuls nets couvrant plusieurs années ou périodes, autrement dit des résultats d'analyse concernant 2022 conjointement avec une période antérieure.

Attention : le logiciel permet d'effectuer des analyses couvrant plusieurs années ou périodes, mais le calcul du cumul n'est pas valable. Des raisons techniques empêchent cependant de bloquer la réalisation de telles analyses.

[1] La taille minimale de 100 personnes de l'échantillon s'applique pour toutes les publications. Le logiciel de Mediapulse permet d'effectuer des analyses portant sur un nombre inférieur de cas, mais il affiche alors un avertissement signalant que la taille de l'échantillon est insuffisante. Le rapport « Technical Card » présente la taille de l'échantillon (« Base Sample » et « Expanded Sample ») de tous les groupes cibles choisis pour l'analyse.

4. Règles générales d'indication des sources

11 Les parties sont tenues d'indiquer la source des données « Mediapulse TV Data » ainsi que le nom du logiciel utilisé, par exemple « Instar Analytics », de manière exacte et complète. Ces indications sont obligatoires.

12 Si des données provenant d'autres logiciels (p. ex. logiciel de planification publicitaire ou autre outil propre au client) sont utilisées, il y a obligation de l'indiquer expressément et les données doivent être clairement signalées comme provenant de ces autres logiciels.

5. Règles relatives à la première publication

13 Règles pour les chaînes sous contrat

a. Si une nouvelle chaîne sous contrat est valablement mesurée par Mediapulse, l'acteur du marché concerné dispose du droit de première publication.

b. L'acteur du marché informe Mediapulse par écrit de la date de la première publication au moins dix jours ouvrables à l'avance.

c. Mediapulse informe tous les utilisateurs des données du lancement de la nouvelle chaîne sous contrat par écrit le plus rapidement possible. Cette information à destination du marché est en principe fournie d'entente avec l'acteur du marché concerné.

d. Mediapulse informe tous les utilisateurs des données de la mise à disposition de la chaîne dans le logiciel par écrit, au plus tard trois jours ouvrables avant la date de première publication prévue.

14 Règles pour les chaînes supplémentaires

a. Définition de chaîne supplémentaire : il s'agit d'une chaîne qui est référencée sur mandat de Mediapulse, mais qui n'a pas conclu de contrat de recherche avec cette dernière. Les chaînes supplémentaires ne sont pas incluses dans la licence standard du logiciel ; les droits d'accès à ces chaînes sont réglés contractuellement entre les parties.

b. Les chaînes supplémentaires ne sont soumises à aucune règle particulière en matière de première publication. Si une chaîne supplémentaire est valablement mesurée par Mediapulse et qu'elle remplit tous les critères de mise à la disposition du marché (p. ex. pénétration quotidienne moyenne d'au moins 0,2 % sur un trimestre dans une région linguistique), Mediapulse informe tous les utilisateurs des données par écrit de la mise à disposition de la chaîne dans le logiciel.

c. Dès leur mise à la disposition du marché, les données des chaînes supplémentaires peuvent être publiées moyennant le respect de toutes les règles arrêtées dans le présent document.

6. Règles d'indication des sources applicables aux différents paramètres

15 Les règles d'indication des sources applicables aux différents paramètres définies dans le présent document visent à garantir qu'un tiers puisse connaître l'origine des données publiées.

Outre les règles générales d'indication des sources selon le chapitre 4, les paramètres ci-dessous doivent être clairement déclarés dans toutes les publications.

- État des données
- Activité
- Date (période)
- Fact
- Région
- Lieu
- Plateforme
- Écran
- Chaîne
- Tranche horaire
- Groupe cible

En cas d'utilisation de modules système provenant du logiciel, il faut se servir des dénominations figurant dans ce dernier.

16 **État des données**

Depuis le passage de la recherche TV suisse à un système de mesure hybride en juillet 2022, les données TV sont livrées dans deux états différents.

- Le jour suivant celui de la diffusion : les données d'audience TV livrées sont basées sur le panel TV. Il s'agit de données préliminaires *(preliminary data)*, qui doivent être expressément signalées comme telles.
- Après deux ou trois jours ouvrables au plus : les données d'audience TV livrées sont basées sur le panel TV hybride et remplacent les données préliminaires. Il s'agit des données finales *(final data)*, qu'il n'est pas nécessaire de signaler expressément comme telles.

Mediapulse informe chaque jour sur l'état des données TV à disposition en se servant de deux canaux différents :

- dans un widget implémenté sur son site Web ;
- dans un tableau sur la page d'accueil d'Instar Analytics.

De plus amples informations sur la cadence de livraison des données TV préliminaires et finales sont fournies dans le document « Mise à disposition plus rapide des données TV finales ».

17 **Activité**

L'activité d'utilisation analysée doit être clairement indiquée.
Par exemple : « Live » ou « TSV Day 3 » ou « Overnight +7 » ou « VOD ».

18 **Date (période)**

La période analysée doit être clairement indiquée.
Par exemple : « Année 2021 » ou « 1er semestre 2021 » ou « 1er juillet - 31 août 2021 ».

Si on se réfère en sus à une autre période, il faut également l'indiquer clairement.

19 **Fact**

Il faut indiquer clairement quel Fact est présenté, en veillant à se servir des dénominations figurant dans les logiciels utilisés.
Par exemple : « PN-M » ou « Coverage-% (Rating) » ou « ExcRch-% » ou « PDM-% ».

Les propres calculs et estimations doivent aussi être clairement signalés.

20 **Région**

La région géographique à laquelle les indications se rapportent doit être clairement précisée.
Par exemple : « Suisse Romande » ou « ZC-9-Suisse centrale » ou « REMP Région 24 Zoug ».

21 **Lieu**

Le lieu analysé doit être clairement indiqué.
Par exemple : « All Locations » ou « In-Home » ou « Out-of-Home ».

22 **Plateforme**

La plateforme de diffusion à laquelle les indications se rapportent doit être clairement précisée.
Par exemple : « ALL Platforms » ou « ALL TV Platforms ».

De plus, les interdictions de publication selon le ch. 10 doivent être respectées.

23 **Écran**

Le type d'appareil analysé doit être clairement indiqué.
Par exemple : « All Devices » ou « PC/Laptop » ou « Tablet » ou « Smartphone ».

24 **Chaîne**

La chaîne doit être clairement indiquée. Cela vaut en particulier pour les chaînes étrangères diffusant des fenêtres de programme et/ou de publicité et pour les chaînes ayant plusieurs signaux nationaux.
Par exemple : « RTL CH » ou « RTL D » ou « RTL_T ».

25 **Tranche horaire**

Il faut indiquer quelle fourchette horaire de quels jours de la semaine est prise en considération.
Par exemple : « Ø 24 h lu-di » ou « Ø 18:00-20:00 lu-ve ».

26 **Groupe cible**

Le groupe cible doit être clairement indiqué, en précisant tous les critères relatifs aux personnes ou aux ménages utilisés ainsi que leur combinaison. Il faut également indiquer si les invités selon la définition des deux groupes cibles sont pris en compte. Il n'y a pas d'obligation de préciser le nombre de cas (taille de l'échantillon).
Par exemple : « Personnes 3+ avec invités » ou « Hommes 14-49 ans sans invités ».

Si on se réfère en sus à un groupe cible de référence, il faut également l'indiquer clairement.

7. Procédure et mesures en cas d'infraction

27 En cas d'infraction aux dispositions du présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources, la procédure ci-dessous s'applique, étant entendu que les parties doivent s'efforcer de trouver le plus rapidement possible une solution amiable.

a. Si l'une des parties enfreint une règle, l'autre partie la met en demeure par écrit en exposant clairement, également par écrit, les motifs de la mise en demeure.

b. La partie en infraction dispose d'un délai de cinq jours ouvrables pour prendre position par écrit sur les faits qui lui sont reprochés.

c. Si la mise en demeure est justifiée, la partie en infraction est tenue de se conformer sans délai aux règles applicables et de stopper immédiatement toute publication erronée.

d. Si cela est insuffisant aux yeux de la partie lésée, Mediapulse publie elle-même un rectificatif. Les frais qui en découlent sont à la charge de la partie en infraction.

28 Si elle ne réagit pas à la mise en demeure ou si elle commet une nouvelle infraction aux dispositions du présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources, la partie en infraction est redevable d'une peine conventionnelle de CHF 10 000.- au plus. Le paiement de la peine conventionnelle n'exclut pas l'exercice de prétentions de tiers fondées sur l'infraction commise.