

## 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. Vous trouverez ci-dessous les instructions pour citer correctement vos sources lorsque vous utilisez des données Mediapulse.**



### 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. TV Analytics)
3. La zone géographique (p. ex. Suisse romande)
4. Le groupe cible (p. ex. personnes 15-49 ans, y compris les invités)
5. Les chaînes analysées (p. ex. TF1 CH ou RTS Un)
6. La période analysée (p. ex. 1er trimestre 2025)
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 (TV Analytics), SR, personnes 15-49 y c. hôtes, TF1 CH, 1er semestre 2025, 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 2025 ou 1er juillet–31 août 2025). 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 le passage au système de mesure TV hybride, le modèle de livraison des données change. Comme jusqu'à présent, les données d'utilisation TV sont libérées le lendemain de la diffusion sur la base du panel de mesure TV. Elles sont toutefois considérées comme « provisoires », par opposition aux données « finales » basées sur le panel de mesure TV hybride, qui sont mises à disposition au maximum 3 jours ouvrables après la diffusion et remplacent alors les données provisoires. Pour l'indication de la source, cela signifie que les évaluations basées sur les données d'utilisation TV provisoires doivent toujours être identifiées comme telles avec le complément « provisoire ». En revanche, les données d'utilisation TV finales ne doivent pas être marquées séparément, mais nécessitent également la spécification de l'utilisation en différé qui a été prise en compte dans l'analyse (voir point 10).

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