



Mesure TV de Mediapulse

Fiche méthodologique

Juillet 2024

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Table des matières

1	Introduction	3
2	Objet de la recherche	3
3	Univers	3
4	Design méthodologique	3
5	Panel de mesure TV	4
5.1	Recrutement du panel	4
5.2	Taille et structure du panel	4
5.3	Garantie de la qualité du panel	4
5.4	Mesure technique	5
5.5	Garantie de la qualité de la mesure technique	6
5.6	Traitement des données	6
5.7	Garantie de la qualité du traitement des données	6
5.8	Données de sortie	6
6	Panel Set top boxes virtuel (panel STB)	6
6.1	Source des données	6
6.2	Base de données	7
6.3	Transformation des données	7
6.4	Données de sortie	7
7	Panel de mesure TV hybride	8
7.1	Source des données	8
7.2	Objet de l'hybridation	8
7.3	Processus d'hybridation	8
7.3.1	Boosting	8
7.3.2	Matching	8
7.3.3	Remplacement	9
7.4	Données de sortie	9
7.5	Monitoring de la qualité	9
8	Mise à disposition des données	9
8.1	Logique de la mise à disposition des données	9
8.2	Moment de la mise à disposition des données	10
8.3	Exhaustivité des données mises à disposition	10
8.4	État du boosting des données finales	10
8.5	Outil d'analyse	11

1 Introduction

Le présent document décrit le système de mesure de la télévision (système de mesure TV hybride) appliqué en Suisse depuis juillet 2022, dont Mediapulse a la responsabilité et sur la base duquel les données d'audience TV sont collectées et mises à la disposition du marché de la télévision, où elles font office de référence. Il a pour but de présenter de manière simple et compréhensible les bases méthodologiques de ce système ainsi que le processus de recherche reposant sur ces bases. Les utilisateurs doivent ainsi être à même de comprendre comment les données sont collectées et traitées par le système TV hybride et d'en évaluer la qualité.

2 Objet de la recherche

Le système de mesure TV hybride mesure toute forme de consommation vidéo et audio sur des appareils de télévision par des personnes à partir de l'âge de 3 ans vivant dans des ménages privés en Suisse ayant au moins un téléviseur utilisé pour cette consommation. Il rend compte de l'audience TV en direct et en différé (jusqu'à sept fois 24 heures après la première diffusion) séparément pour chaque chaîne TV référencée et sous une forme regroupée par catégories pour les chaînes non référencées. Est également mesurée l'audience des programmes TV indépendante du lieu sur des appareils dits à petit écran (*small screen devices*), tels qu'ordinateurs de bureau, laptops, tablettes électroniques et smartphones, pour autant que les diffuseurs mettant à disposition les players vidéo utilisés à cet effet participent à la recherche et en remplissent les conditions techniques.

3 Univers

L'univers TV est constitué de la population résidente permanente de Suisse à partir de l'âge de 3 ans vivant dans des ménages privés ayant au moins un téléviseur en état de fonctionner, à l'exclusion des ménages collectifs.

La taille de l'univers TV est recalculée au début de chaque année civile.

Le calcul de la taille de l'univers TV repose sur les données de l'enquête Establishment Survey réalisée annuellement par Mediapulse ainsi que sur les indicateurs démographiques officiels de l'Office fédéral de la statistique (OFS).

4 Design méthodologique

Le système de mesure TV hybride de Mediapulse repose sur une approche hybride de la mesure comportant trois éléments centraux :

- la collecte de base des données d'audience TV, qui est réalisée à l'aide d'un panel de mesure TV représentatif de l'univers TV défini. Ce panel de mesure est exploité par Kantar Media sur mandat de Mediapulse ;
- en complément à cette mesure de base, les données d'audience TV sont également enregistrées à partir des boîtiers décodeurs (*set top boxes*, STB), puis transformées, profilées et présentées sous la forme d'un panel STB virtuel, le tout selon une méthode développée par Mediapulse ;
- le processus d'hybridation, qui consiste à enrichir les données d'audience TV individuelles du panel de mesure TV avec les données d'audience TV profilées du panel STB virtuel.

L'audience TV sur appareils à petit écran est mesurée exclusivement sur la base du panel de mesure TV et n'est pas prise en considération lors de l'hybridation, ce qui signifie qu'elle est présentée dans les données d'audience TV sous une forme non granulaire.

5 Panel de mesure TV

5.1 Recrutement du panel

Un panel de ménages est recruté comme base de la mesure. Ce panel est représentatif de l'univers TV défini et à même de fournir des données d'audience TV valables, fiables et objectives.

Les ménages du panel sont recrutés dans le pool d'adresses des ménages interrogés dans le cadre de l'Establishment Survey.

Le recrutement est effectué soit par téléphone, soit sous forme écrite.

Le recrutement a lieu en continu, tout au long de l'année.

Lors du recrutement du panel, il n'y a pas d'exclusion systématique de ménages au sein de l'univers TV défini.

5.2 Taille et structure du panel

Le panel est structuré en tant qu'échantillon par quotas régionaux-linguistiques non proportionnels au niveau des ménages.

La taille nette quotidienne du panel est d'au moins 1870 ménages, répartis comme suit entre les trois régions linguistiques (sous-panels) :

- Suisse alémanique : 1 000 ménages ;
- Suisse romande : 600 ménages ;
- Suisse italienne : 270 ménages.

Dans les trois sous-panels régionaux-linguistiques, le recrutement a lieu en fonction des caractéristiques des ménages suivantes :

- ménages par région linguistique (allemand, français ou italien) ;
- nombre de téléviseurs (1, 2, 3 ou plus) ;
- taille du ménage (1, 2, 3, 4, 5 personnes ou plus) ;
- enfants âgés de 0 à 14 ans (oui/non) ;
- plateforme de réception (IPTV, câble, satellite/terrestre/app) ;
- ménages par zone élémentaire (ZE).

Les zones élémentaires résultent des chevauchements entre zones de concession et régions linguistiques.

Les spécifications de la structure du panel sont recalculées au début de chaque année civile, exceptionnellement en milieu d'année également.

5.3 Garantie de la qualité du panel

Kantar Media vérifie la taille nette des trois sous-panels régionaux-linguistiques avant chaque mise à disposition des données. Si la taille nette convenue contractuellement n'est pas atteinte, Mediapulse en est immédiatement informée.

Kantar Media veille à maintenir un niveau élevé de conformité aux règles (compliance) de la part des membres du panel. Cela inclut l’instruction correcte de ces derniers, la mesure continue d’indicateurs comportementaux de compliance, la saisie immédiate de toute modification ou adaptation des données relatives aux caractéristiques démographiques ou techniques ainsi que la détection et la prévention des manipulations de données par les membres du panel.

Kantar Media établit en permanence des rapports relatifs aux principaux critères de qualité en vigueur et contrôle le respect de ces critères chaque jour ouvrable. Ce système d’assurance qualité génère des messages (*work orders*) dès qu’il identifie des ménages présentant des problèmes (potentiels) de mesure ou de comportement individuel d’annonce de l’utilisation de la télévision. Kantar Media traite les *work orders* immédiatement. Mediapulse a connaissance des *work orders* exécutés et est informée de toutes les adaptations.

5.4 Mesure technique

La méthode utilisée pour mesurer la consommation TV sur téléviseurs est une mesure technique comportant trois éléments centraux : premièrement, la mesure de l’utilisation de la télévision et de qui l’utilise dans les ménages du panel au moyen d’un appareil de mesure ad hoc ; deuxièmement, l’enregistrement (référencement) des signaux audio des chaînes TV à mesurer ; troisièmement, l’identification des chaînes regardées moyennant l’application d’un processus de mise en corrélation des deux premiers éléments (*audiomatching*).

Kantar Media recense l’équipement technique du ménage panéliste et installe sur chaque téléviseur utilisé dans le ménage l’appareil de mesure qui en enregistre l’utilisation.

Les appareils de mesure enregistrent les signaux audio de chaque téléviseur fonctionnant dans le ménage panéliste ainsi que les informations d’annonce d’utilisation de chaque membre du ménage et les transmettent quotidiennement à un centre de calcul.

Parallèlement, les signaux audio des chaînes TV figurant sur une liste convenue avec Mediapulse sont référencés.

Le processus d’*audiomatching* permet ensuite de comparer les signaux audio enregistrés dans les ménages avec ceux qui ont été référencés et d’attribuer l’audience aux chaînes TV concernées.

La mesure de l’audience TV sur appareils à petit écran nécessite que les diffuseurs de contenus TV munissent les players vidéo sur lesquels les contenus peuvent être visionnés d’un tag de mesure mis à disposition par Mediapulse. Ce tag de mesure journalise tous les accès aux players ainsi que les contenus visionnés.

Dans le même temps, chaque ménage du panel de mesure TV est équipé d’un appareil de mesure supplémentaire, ou *router meter*. Cet appareil enregistre l’utilisation de chaque appareil connecté du ménage panéliste, cette utilisation étant ensuite attribuée au membre du ménage concerné par l’équipe de gestion du panel. Ainsi, si un appareil connecté enregistré par le *router meter* accède à un player muni du tag de mesure, l’utilisation des contenus du player est attribuée au détenteur de l’appareil. Cette attribution a lieu indépendamment du fait que l’appareil connecté soit utilisé au domicile ou en déplacement.

5.5 Garantie de la qualité de la mesure technique

Lors de l'installation initiale des appareils de mesure dans les ménages du panel, puis lors de chaque visite, le technicien de Kantar Media vérifie à l'aide d'une procédure de test standardisée que l'utilisation de la télévision est correctement reconnue sur tous les téléviseurs sous mesure du ménage.

Afin de garantir une fiabilité élevée, le référencement est conçu de manière redondante. Les signaux audio de chaque chaîne TV sont si possible enregistrés sur plusieurs sites et sur différents vecteurs de réception.

La mesure correcte de l'audience TV sur les appareils à petit écran est garantie par la validation du tagging une fois ce dernier réalisé ainsi que par le monitoring permanent du *router meter* et de son bon fonctionnement.

5.6 Traitement des données

Le processus de traitement des données consiste à regrouper les données d'audience TV résultant de l'*audiomatching* et de l'identification de tags avec les données des utilisateurs qui se sont annoncés, puis à les épurer, à les pondérer et, enfin, à extrapoler les résultats pondérés à l'ensemble de l'univers TV.

Une procédure de pondération quotidienne au niveau des personnes s'applique dans le panel. Les valeurs de consigne des cellules de pondération sont fixées lors du calcul de l'univers TV. Mediapulse et Kantar Media conviennent des cellules de pondération et de leurs caractéristiques.

5.7 Garantie de la qualité du traitement des données

Kantar Media vérifie chaque jour ouvrable que le traitement des données se déroule correctement, au moyen de nombreux contrôles de qualité. Le contrôle des données, la pondération ainsi que l'extrapolation de l'utilisation mesurée ont pour condition préalable que les séquences d'utilisation enregistrées par la mesure technique soient complétées par les caractéristiques des membres concernés du panel.

Kantar Media vérifie la pondération chaque jour ouvrable.

5.8 Données de sortie

Le panel de mesure TV fournit les données d'audience TV de toutes les personnes faisant partie des ménages du panel. Dans la configuration actuelle de ce dernier, le nombre de ces personnes s'élève à environ 4500. Leurs données d'audience TV sont préparées, pondérées et extrapolées à l'ensemble de l'univers TV quotidiennement.

6 Panel Set top boxes virtuel (panel STB)

6.1 Source des données

Les données du panel STB virtuel proviennent des boîtiers décodeurs numériques – et par conséquent compatibles avec le canal de retour – des distributeurs TV collaborant à la mesure. Il s'agit actuellement de Swisscom et d'UPC, les deux principaux distributeurs TV de Suisse.

Le panel STB virtuel est constitué d'une partie de ces boîtiers décodeurs.

La sélection des boîtiers décodeurs faisant partie du panel STB virtuel est opérée conformément à une procédure aléatoire définie par Mediapulse.

La base de sélection comprend tous les boîtiers décodeurs des distributeurs TV collaborant à la mesure installés dans les ménages du panel. Ne sont toutefois pas pris en considération les boîtiers dont le réglage des paramètres de protection de la sphère privée empêche la transmission de données d'utilisation.

L'échantillon est actuellement constitué de 100 000 boîtiers décodeurs de Swisscom et de 40 000 d'UPC.

L'échantillon des boîtiers décodeurs du panel STB virtuel est régulièrement renouvelé.

6.2 Base de données

Servent de base de données, d'une part, les données d'utilisation des boîtiers décodeurs (données STB) pris en considération et, d'autre part, les informations disponibles dans les contrats clients relatifs à ces boîtiers.

Les données STB informent sur les heures de début et de fin de chaque événement d'utilisation du boîtier décodeur concerné, ventilées par chaîne TV et selon que l'utilisation a eu lieu en direct ou en différé.

Les informations disponibles dans les contrats clients renseignent sur l'âge et le sexe du partenaire contractuel et permettent également de procéder à l'attribution régionale des boîtiers aux zones élémentaires de la recherche TV de Mediapulse.

Les distributeurs TV structurent les données STB conformément aux instructions de Mediapulse et les fournissent sur une base quotidienne. Actuellement, ces données sont disponibles au plus tard cinq jours après le jour de la diffusion et de la mesure.

6.3 Transformation des données

Les données STB sont transformées en données d'audience TV individuelles – dites données PIN (*personenindividuellen Nutzungsdaten*) – à la faveur d'un processus en trois étapes développé par Mediapulse.

La première étape consiste à identifier les données STB ne reposant pas sur une utilisation réelle et à les exclure de la suite du processus de traitement. De cette étape résultent des données STB épurées au niveau du ménage.

La deuxième étape consiste à estimer et fixer la taille et la structure démographique du ménage qui se trouve derrière un ou plusieurs boîtiers décodeurs. Cette estimation se fonde premièrement sur les données STB épurées, deuxièmement sur les informations disponibles dans les contrats clients et troisièmement sur les données d'utilisation et les données des utilisateurs du panel de mesure TV.

La troisième étape consiste à attribuer les données STB épurées au niveau du ménage aux membres de ce dernier estimés lors de la deuxième étape.

6.4 Données de sortie

Les trois étapes de transformation ci-dessus débouchent sur la constitution d'un panel STB virtuel qui fournit des données d'audience TV actualisées quotidiennement. Ce panel compte actuellement plus de 300 000 panélistes virtuels, qui peuvent être structurés selon les principales caractéristiques des ménages ainsi qu'en fonction de critères sociodémographiques et régionaux.

7 Panel de mesure TV hybride

7.1 Source des données

Le panel de mesure TV hybride résulte de l'enrichissement des données d'audience du panel de mesure TV générées par la consommation sur téléviseurs (cf. chapitre 5) avec les données d'audience TV provenant du panel STB virtuel (cf. chapitre 6).

7.2 Objet de l'hybridation

L'hybridation opérée dans le panel de mesure TV hybride a pour objet l'audience des chaînes TV pertinentes pour Mediapulse. Cela représente actuellement quelque 90 chaînes ayant une importance commerciale ou journalistique sur le marché suisse de la télévision.

Les autres chaînes ainsi que l'audience TV sur appareils à petit écran ne sont pas prises en considération lors de l'hybridation, ce qui signifie que l'utilisation de ces chaînes et appareils continue d'être mesurée avec la granularité propre au panel de mesure TV. Il en va de même pour les autres offres qui sont certes mesurées dans le panel de mesure TV, mais pas dans le panel STB virtuel (DVD, jeux vidéo, playback, Online TV, etc.).

7.3 Processus d'hybridation

La base technique de l'hybridation est un processus d'imputation multiple, qui comporte trois étapes successives : le *boosting* du panel de mesure TV, le *matching* de jumeaux statistiques et le remplacement des données d'audience TV.

7.3.1 Boosting

Le *boosting* consiste à sélectionner tous les membres du panel de mesure TV qui reçoivent les programmes TV au moyen d'un boîtier décodeur d'un distributeur TV collaborant à la mesure et à les multiplier par un facteur de *boosting*. Les autres membres du panel ne sont pas pris en considération dans les étapes suivantes du processus, si bien que rien ne change pour eux en ce qui concerne leurs données d'audience TV et leur pondération.

Le facteur de *boosting* est fixé en accord avec le marché TV, avec une limite supérieure dépendant de la capacité des systèmes de traitement de données environnants. Dans la configuration actuelle du panel de mesure TV hybride, on a fixé un facteur de *boosting* de 8. Il en résulte un panel de mesure TV multiplié, constitué de ses membres d'origine et des clones nés de la multiplication.

Toutes les informations disponibles sur les membres du panel sélectionnés sont transmises à leurs clones. Cela inclut la pondération des panélistes d'origine.

7.3.2 Matching

Le *matching* consiste à identifier, pour tous les panélistes sélectionnés du panel de mesure TV, les membres du panel STB virtuel présentant une structure similaire et à les classer selon leur degré de correspondance avec les panélistes d'origine.

Les membres du panel STB virtuel dont le degré de correspondance est le plus élevé sont ensuite définis et fixés comme des jumeaux statistiques des panélistes d'origine. Le nombre de jumeaux statistiques par panéliste d'origine pris en considération dans la suite du processus d'hybridation est égal au facteur de *boosting* moins 1.

7.3.3 Remplacement

Lors de la dernière étape du processus, les informations d'utilisation relatives aux clones générés par multiplication (receveurs) qui doivent être hybridées sont effacées et remplacées par les informations d'utilisation relatives aux jumeaux statistiques provenant du panel STB virtuel (donneurs).

Les informations d'utilisation qui ne sont pas hybridées restent inchangées (cf. ch. 7.2).

Enfin, les pondérations des receveurs et des donneurs sont divisées par le facteur de *boosting*.

7.4 Données de sortie

Le panel de mesure TV hybride combine les données d'audience TV des membres du panel de mesure TV et des membres du panel STB virtuel. Le nombre actuel de cas du panel de mesure TV hybride s'élève à environ 20 000 panélistes. Les données d'audience TV hybrides obtenues avec le panel de mesure TV hybride sont préparées, pondérées et extrapolées à l'ensemble de l'univers TV quotidiennement.

7.5 Monitoring de la qualité

Le contrôle qualité de l'ensemble du processus d'hybridation repose sur un large système d'indicateurs clés de performance (ICP), qui se décline en quatre dimensions principales.

Les ICP de processus mesurent les performances techniques de la production quotidienne des données aux niveaux des données d'entrée, du traitement des données et des données de sortie. Les anomalies sont immédiatement traitées par l'équipe de production.

Les ICP d'exactitude (*accuracy*) visent à identifier les erreurs dans les données importées et exportées. Si des erreurs sont identifiées et ne peuvent être supprimées immédiatement, la production des données suit un processus prédéfini d'exclusion des données erronées.

Les ICP de modélisation contrôlent les performances des modèles statistiques lors de la transformation des données STB et de l'hybridation des données des panels. L'observation se focalise en particulier sur les modifications non intentionnelles des modèles utilisés.

Enfin, les ICP de résultat contrôlent la relation entre les données de sortie du panel de mesure TV et celles du panel de mesure TV hybride, afin d'identifier les éventuelles modifications en temps utile et – si nécessaire – de les soumettre à un contrôle de plausibilité.

Les éventuelles anomalies détectées dans les ICP de modélisation ou les ICP de résultat sont analysées et traitées par l'équipe de recherche de Mediapulse ou par le prestataire de recherche responsable.

8 Mise à disposition des données

8.1 Logique de la mise à disposition des données

Les données d'audience TV du système de mesure TV hybride sont mises à disposition en deux étapes.

Les données d'audience TV du panel de mesure TV sont considérées comme des données préliminaires n'ayant pas le caractère de référence.

Les données d'audience TV du panel de mesure TV hybride sont considérées comme des données finales ayant le caractère de référence.

8.2 Moment de la mise à disposition des données

Les données préliminaires n'ayant pas le caractère de référence sont mises à disposition les jours ouvrables à 9 h 30 au plus tard pour l'audience TV du jour de diffusion précédent.

Les données finales ayant le caractère de référence sont mises à disposition les jours ouvrables à 11 h au plus tard, avec un décalage de trois jours ouvrables par rapport au jour de diffusion. Elles remplacent alors les données préliminaires. Pour le jeudi, le vendredi et le samedi, le délai de mise à disposition des données finales est de deux jours ouvrables après le jour de diffusion.

Un tableau synoptique renseignant sur l'état des données à disposition (préliminaires/finales) est disponible sur le site Web de Mediapulse.

8.3 Exhaustivité des données mises à disposition

La référence TV en Suisse inclut l'utilisation des offres de chaque jour de diffusion qui a lieu jusqu'à sept jours après le jour de diffusion concerné. En raison de cette convention de marché, les données d'audience d'un jour de diffusion donné ne sont disponibles dans leur intégralité que sept jours après leur première mise à disposition. Jusqu'à leur remplacement par les données finales, les données préliminaires d'un jour de diffusion sont complétées quotidiennement par les données d'audience en différé.

Après la première mise à disposition, les données finales de chaque jour de diffusion sont également complétées quotidiennement par les données d'audience en différé finales et sont disponibles dans leur intégralité dix jours ouvrables au plus tard après le jour de diffusion concerné.

Un tableau synoptique renseignant sur l'exhaustivité des données préliminaires et des données finales est disponible sur le site Web de Mediapulse.

8.4 État du boosting des données finales

Les distributeurs TV collaborant à la mesure s'engagent à livrer les données STB quotidiennement conformément aux instructions de Mediapulse, mais ne peuvent toutefois pas garantir que leur livraison aura toujours lieu dans les délais et sans erreurs. En cas de retard ou d'erreurs, Mediapulse ne procède pas ou ne procède que partiellement au *boosting* des données finales d'audience TV du jour concerné, autrement dit à leur enrichissement par les données STB.

Cette procédure permet de garantir que le marché TV dispose à tout moment des données d'audience TV, dont l'état du *boosting* peut cependant varier en fonction des données STB disponibles. Trois scénarios de *boosting* des données finales sont prévus :

- *Boosting* complet : toutes les données STB sont disponibles.
- *Boosting* partiel : les données STB ne sont pas disponibles pour tous les distributeurs TV collaborant à la mesure.
- Aucun *boosting* : il n'y a pas de données STB disponibles.

Un tableau synoptique renseignant sur les jours avec *boosting* complet ou partiel (état du *boosting*) est disponible et continuellement mis à jour sur le site Web de Mediapulse.

8.5 Outil d'analyse

La mise à disposition des données préliminaires et finales est assurée au moyen d'un outil d'analyse fourni par Mediapulse.

Cet outil informe également sur l'état des données et sur leur exhaustivité, ainsi que sur l'état du *boosting* des données finales.



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich