

MISE EN PLACE D'UNE MESURE D'AUDIENCE INDIVIDUELLE DES TABLETTES

Magdalena Auvinet¹ & Lorie Dudoignon²

¹ Médiamétrie, 70 rue Rivay, 92532 Levallois-Perret Cedex, mauvinet@mediametrie.fr

² Médiamétrie, 70 rue Rivay, 92532 Levallois-Perret Cedex, ldudoignon@mediametrie.fr

Résumé. Depuis 2012, Médiamétrie mesure les usages iPad via un panel d'utilisateurs principaux de tablettes de la marque Apple âgés de 15 ans et plus. Ce média a beaucoup progressé depuis les débuts de la mesure en termes d'équipement et de multi-équipement des foyers, d'assiduité des utilisateurs et de part de marché des tablettes Android. C'est pourquoi il était nécessaire de faire évoluer en conséquence la mesure des tablettes. La première évolution est l'intégration d'utilisateurs principaux de tablettes Android dans le panel. La seconde évolution est le passage d'une mesure d'audience « tablettes » à une mesure d'audience « individus ». Pour ce faire, une application de déclaration a été développée: chaque panéliste doit l'installer sur les tablettes de son foyer et s'identifier dans la liste pré-remplie des prénoms des membres du foyer. Cela implique d'intégrer l'installation de cette application au recrutement pour les nouveaux panélistes et de contacter les individus existants pour les inviter à faire l'installation. Le déploiement de l'application sera effectif à partir de septembre 2014 mais nous savons d'ores et déjà que les panélistes existants ne seront pas tous joignables ou refuseront d'installer ou d'utiliser l'application voire décideront de quitter le panel. Le passage à une mesure individuelle implique donc une imputation de la déclaration individuelle manquante.

Cette communication a pour but de présenter le déploiement de l'installation de l'application sur le panel Tablettes ainsi que la solution retenue par Médiamétrie pour l'imputation des données de déclaration individuelle manquantes dans la mesure d'audience des tablettes.

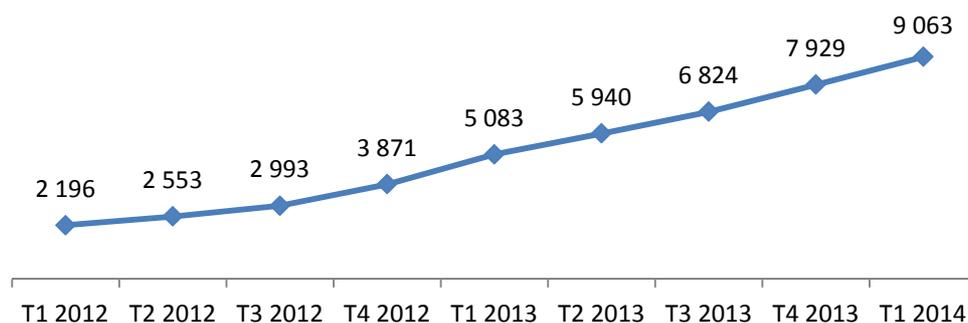
Mots-clés. analyse de données d'enquête, mesure d'audience, traitement de la non-réponse

1 Introduction

Depuis 2012, Médiamétrie mesure l'audience des tablettes trimestriellement via un panel d'individus. Chaque panéliste recruté est invité à paramétrer sa tablette afin de permettre à Médiamétrie de recevoir automatiquement et en continu les données d'audience, la technologie utilisée étant celle du proxy. Jusqu'à fin 2013, le panel était constitué de 1 000 utilisateurs principaux d'iPad âgés de 15 ans et plus. Cependant, de fortes évolutions ont été constatées sur ce média depuis les débuts de la mesure d'audience, à savoir :

- l'augmentation de l'équipement au sein des foyers :

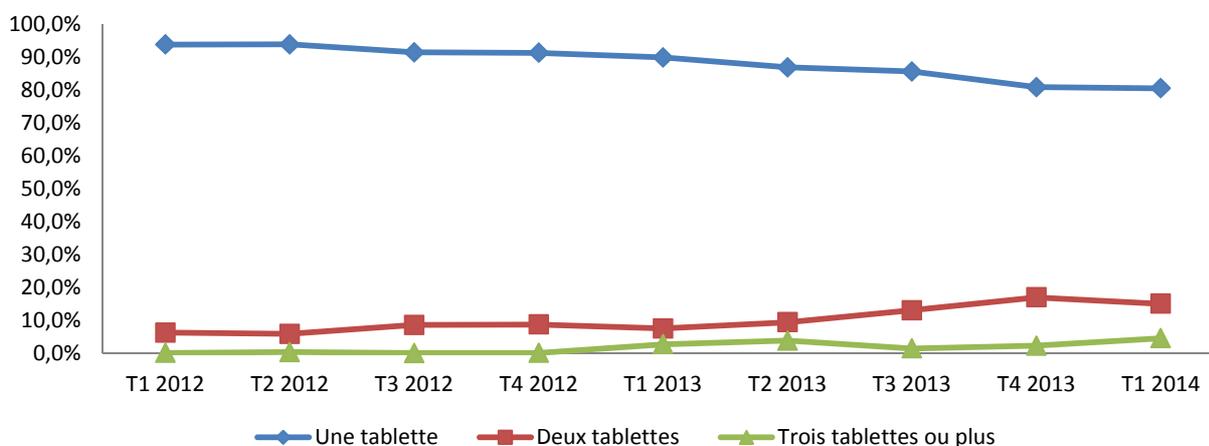
Evolution du nombre de foyers équipés en tablettes (en millions)



Source : Médiamétrie – Référence des Equipements Multimédias du T1 2012 au T4 2013 et Home Devices au T1 2014

- la progression du multi-équipement :

Evolution du taux de multi-équipement en tablettes dans les foyers équipés (en %)



Source : Médiamétrie – Référence des Equipements Multimédias du T1 2012 au T4 2013 et Home Devices au T1 2014

- le fort développement de la part de marché des tablettes sous Android :

Nombre d'individus équipés en tablettes Android et iOS (en millions)

	T1 2014
Android	10 592
iOS	6 282

Source : Médiamétrie – Web Observatoires

- l'augmentation des usages.

C'est pour cette raison et dans l'optique d'une harmonisation des mesures d'audience de l'internet fixe (via les ordinateurs), de l'internet mobile et des tablettes qu'il a été nécessaire de faire évoluer le périmètre de cette mesure d'audience.

Tout d'abord, des panélistes utilisateurs principaux d'une tablette sous Android ont intégré le panel Tablettes au 1^{er} semestre 2014. Ce panel, composé de 1 000 utilisateurs principaux d'iPad et de 500 utilisateurs principaux d'une tablette sous Android, permet une meilleure représentativité des sites et applications visités par l'ensemble des utilisateurs principaux de tablettes. Dans un second temps, la notion d'utilisateur principal a été affinée afin que la mesure d'audience des tablettes devienne individuelle, ce qu'on appellera l'individualisation des tablettes.

Actuellement, les données sociodémographiques utilisées pour caractériser l'audience d'une tablette sont celles de l'individu déclaré comme utilisateur principal et ce, malgré le fait que d'autres individus du foyer peuvent utiliser la tablette. Cela se justifiait dans le contexte du début de la mesure mais cela devient problématique avec les évolutions de ce média évoquées précédemment, notamment dans le cas de foyers avec différentes tranches d'âge (foyers avec enfants par exemple) où il existe une diversité importante des sites et applications visités selon les individus. Le passage à une mesure individuelle permet également de mieux traiter le cas des multi-équipés : dans un foyer multi-équipé en tablettes, les tablonauts peuvent ne pas utiliser toutes les tablettes du foyer et il est nécessaire de suivre les sites et applications visités par chaque utilisateur de tablettes du foyer, quelle que soit la tablette utilisée. Il s'agit donc de faire évoluer la mesure d'audience actuelle qui est faite « tablette par tablette » sans distinction de l'utilisateur vers une

mesure d'audience où l'objectif est de connaître l'utilisation des tablettes « tablonaute par tablonaute ».

La solution technique choisie pour l'individualisation des tablettes est une application de déclaration développée pour Médiamétrie. Elle sera déployée dès le mois de septembre auprès des nouveaux panélistes recrutés et proposée aux panélistes existants, ce qui implique de pouvoir contacter ces derniers et qu'ils acceptent d'installer l'application. Pour les foyers panélistes existants injoignables ou qui refusent d'installer voire d'utiliser l'application de déclaration dans le cas où il y a deux utilisateurs ou plus sur la tablette (ou les tablettes) du foyer, les données de déclarations individuelles de chacune des tablettes seront imputées.

Cette communication a pour but de présenter, dans un premier temps, le déploiement de l'installation de l'application de déclaration sur le panel Tablettes ainsi que les difficultés rencontrées notamment chez les panélistes existants et, dans un second temps, la solution retenue par Médiamétrie pour le traitement de la non-réponse dans l'individualisation de la mesure d'audience des tablettes.

2 Déploiement de l'application de déclaration sur le panel Tablettes

Le principe de l'application de déclaration est le suivant :

- chaque foyer panéliste doit installer l'application sur les tablettes de son foyer ;
- au lancement de l'application, les panélistes se connectent avec un login/password qui leur a été communiqué à la suite de leur recrutement et qui est spécifique à chaque tablette de leur foyer ;
- une fois connecté, chaque panéliste voit s'afficher la liste des membres de son foyer ;
- le panéliste doit s'identifier via l'application ;
- à chaque changement d'utilisateur, le panéliste doit ouvrir l'application pour sélectionner son nom dans la liste ;
- une notification est envoyée régulièrement pour inviter l'utilisateur à lancer l'application de déclaration s'il ne s'agit pas du même utilisateur depuis la dernière déclaration.

Il est difficile d'estimer le nombre de panélistes qui seront injoignables, le nombre de panélistes qui refuseront d'installer ou d'utiliser l'application sur leur tablette parmi les panélistes contactés et ceux qui décideront de quitter le panel suite à cette prise de contact. En termes de joignabilité sur les adresses email, les études faites précédemment sur le panel (recensement pour mise à jour des données sociodémographiques des panélistes et questionnaires ad-hoc pour compléter la mesure automatique selon les besoins des clients) nous indiquent que la moitié des panélistes clique sur le lien du questionnaire présent dans l'email. Nous savons également que, pour chaque traitement trimestriel des données d'audience, la répartition des panélistes actifs au moins une fois sur le trimestre d'étude selon leur date de recrutement est la suivante :

- environ 10% des panélistes actifs ont été recrutés pendant le trimestre ;
- environ 10% des panélistes actifs ont été recrutés le trimestre précédent le trimestre d'étude ;
- environ 80% des panélistes actifs ont été recrutés plus de trois mois avant le début du trimestre d'étude.

Le début de l'installation de l'application de déclaration chez les panélistes est prévu pour mi-septembre 2014. A partir de cette date, chaque nouveau panéliste devra installer l'application pour intégrer le panel.

Le passage à une production de résultats individuels est prévu sur le mois de décembre 2014, ce

qui signifierait que :

- environ 20% des panélistes auront été recrutés depuis le déploiement de l'application de déclaration (ce pourcentage pourrait être plus important pour pallier les chutes de panélistes suite à la demande d'installation de l'application) : sur cette partie, les données d'individualisation manquantes seront nécessairement liées à un « refus » d'utilisation de l'application (qui peut éventuellement être partiel)
- environ 80% des panélistes seraient existants et à contacter pour installer l'application : sur cette partie, en plus des cas de « refus » d'utilisation de l'application, nous aurons des cas de non-installation de l'application avec donc une absence totale de données individuelles pour ces foyers.

3 Quelles méthodes pour le traitement de la non-réponse dans le cadre de l'individualisation de la mesure des tablettes ?

Pour le traitement de la non-réponse, nous disposons des données suivantes :

- les données d'audience du foyer remontées automatiquement et attribuées jusqu'à présent à l'utilisateur principal de la tablette : il s'agit d'estimer, pour chaque session d'audience, qui utilise la tablette parmi les membres du foyer ;
- la composition du foyer des panélistes, les données sociodémographiques des individus du foyer ainsi que les données d'usage déclaratives pour une partie des panélistes permettant de connaître :
 - o les individus du foyer qui utilisent la tablette,
 - o la fréquence d'utilisation de la tablette pour chaque individu,
 - o les tranches horaires auxquelles chaque individu du foyer utilise la tablette en distinguant la semaine et le week-end ;

Ces données d'usage n'étant disponibles que pour certains panélistes (les questions ont été insérées dans le questionnaire de recrutement au 1^{er} semestre 2014), une imputation pourra être effectuée, la méthode d'imputation de la non-réponse expliquée par Gaël Crochet [1] (2013); sera alors étudiée.

- les données d'audience individuelle des panélistes ayant installé l'application de déclaration.

Comme vu précédemment, nous devons distinguer plusieurs phénomènes de non-réponse :

- (1) le foyer n'a pas installé l'application
- (2) le foyer a installé l'application mais une ou plusieurs personnes refusent systématiquement d'utiliser l'application
- (3) le foyer a installé l'application mais les individus ne se déclarent pas systématiquement (une seule fois par jour par exemple).

Le premier phénomène sera certainement assez élevé au démarrage mais doit, au fur et à mesure du déploiement et du renouvellement du panel, disparaître.

Pour les autres phénomènes, l'idée est de pouvoir, à partir des données d'audience disponibles, distinguer les cas (2) et (3) afin d'adopter la meilleure stratégie d'imputation pour chaque phénomène.

Lorsque le nombre de panélistes ayant téléchargé l'application de déclaration sera assez conséquent, ce sous-panel pourra servir d'échantillon d'apprentissage pour le modèle d'individualisation. Il sera alors étudié si la méthode de la mesure hybride de l'audience TV

présentée par Aurélie Vanheuverzwyn et Lila Zydorczak [2] (2013) ainsi que par Lorie Dudoignon et Jean Logeart [3] (2014) pourra être adaptée aux données tablettes.

Bibliographie

[1] Crochet G. (2013), Imputation de la non-réponse : Application au Panel Radio, *5^{ème} journée MAASC*, Levallois-Perret.

[2] Dudoignon L., Logeart J. (2014), Mesure Hybride de l'audience TV, *46^{èmes} Journées de Statistique*, Rennes.

[3] Vanheuverzwyn A., Zydorczak L. (2013), Panorama des dispositifs hybrides de mesure d'audience des médias en France, *Symposium international de 2013 sur les questions de méthodologie de Statistique Canada*, Ottawa.