

Les études d'audience de la presse

Pourquoi une mesure d'audience de la presse?

- Les quotidiens et magazines communiquent en général sur leur diffusion
 - ✓ Abonnés, ventes au numéro, diffusion non payée
 - ✓ Chiffres certifiés par Diffusion Contrôle
- Pour un annonceur, le seul chiffre de la diffusion est insuffisant:
 - ✓ Plusieurs individus peuvent lire le même exemplaire d'un quotidien ou d'un magazine
 - ✓ Il est important de décliner l'audience d'un journal par cibles

Les principales études en France

- **Enquête sur la presse quotidienne nationale et régionale et sur la presse hebdomadaire régionale**
 - ✓ Réalisée par Ipsos
- **Enquête AEPM sur la presse magazine (hebdomadaire, mensuelle,...)**
 - ✓ Réalisée par Ipsos , TNS et ISL
- **Enquêtes sur cibles particulières ou thématiques**
 - ✓ Ipsos: France des Cadres Actifs, France des Hauts Revenus,...
 - ✓ TNS: SIMM
 - ✓ Millward Brown: TGI

Revue de Presse...

Après la publication des derniers résultats de l'AEPM....

- **Le Point** parle des « farceurs »
- **Marianne**: « Ces sondages sont faits dans une cuisine ou...c'est plus grave »

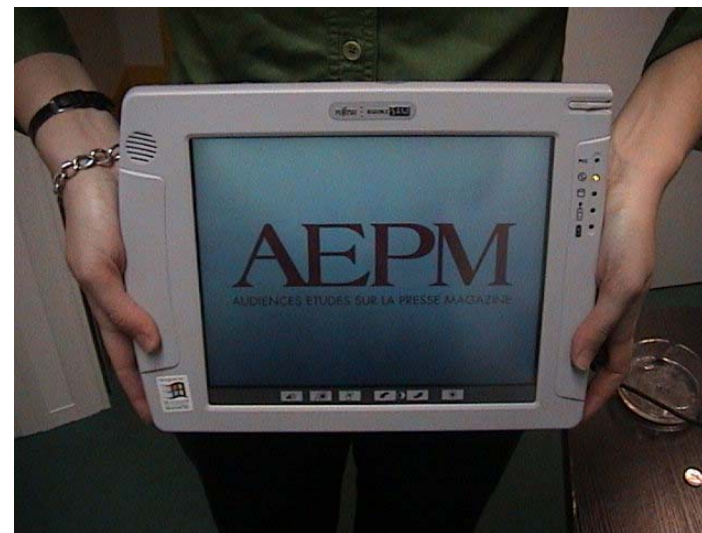
L'enquête sur la presse quotidienne

- 22 000 interviews par an
- 100 titres étudiés
- Réalisation en continu tout au long de l'année
 - ✓ 2000 interviews par mois
 - ✓ 2000 en juillet/août
- Questionnaire téléphonique pour la mesure de l'audience
 - ✓ Par quotas
 - ✓ Génération aléatoire de numéros
 - ✓ 5 appels de chaque numéro
- Questionnaire auto-administré envoyé après l'interview téléphonique
 - ✓ Questions sur la consommation, le mode de vie, l'équipement

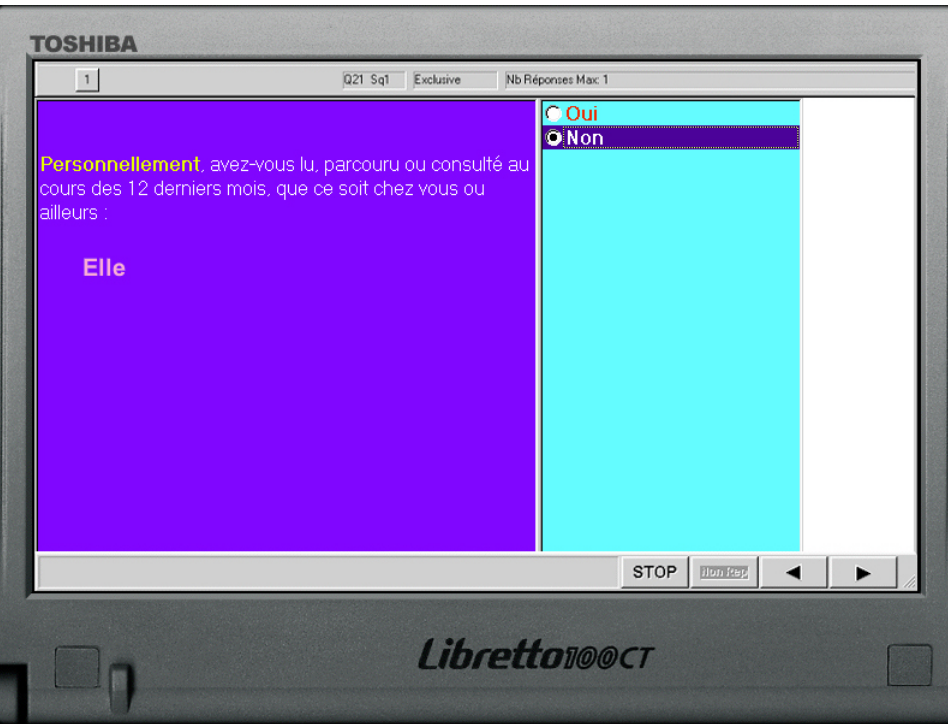
L'enquête sur la presse magazine

- 20 000 interviews par an
- 160 titres étudiés
- Questionnaire en face à face CAPI
 - ✓ Par quotas
 - ✓ CAPI double écran depuis 1999
- Questionnaire auto-administré remis à l'interviewé
 - ✓ Questions sur la consommation, le mode de vie, l'équipement

Le CAPI double écran



Le CAPI double écran



Les indicateurs d'audience

- Normés internationalement
- Lecture Dernière Période (LDP)
 - ✓ Ensemble des individus ayant lu un numéro d'une publication, même ancien, au cours d'une période correspondant à sa périodicité: la veille, la dernière semaine, le dernier mois
- Habitudes de lecture
 - ✓ Fréquence de lecture d'une publication
- Lecture au numéro moyen (LNM)
 - ✓ Indicateur spécifique aux quotidiens
 - ✓ Nombre de numéros lus au cours des 7 derniers jours

Les indicateurs d'audience

- Pourquoi LDP et habitudes de lecture?
- Les études de mesure d'audience permettent aux annonceurs
 - ✓ De faire l'évaluation prévisionnelle de l'impact d'une campagne
 - ✓ D'optimiser leurs insertions publicitaires
- C'est ce qu'on appelle le médiaplanning
- Nécessité de probabiliser la LDP
 - ✓ Prise en compte de duplications de lecture
 - ✓ Prise en compte des lectures de plusieurs numéros d'un même magazine
 - ✓ La question d'habitudes de lecture joue un rôle primordial dans la probabilisation de la LDP

Déroulement du questionnaire

- Le déroulement est normé internationalement
- Il n'est pas possible de poser la question d'habitude et de LDP sur tous les titres
- Le questionnaire commence par une question filtre
 - ✓ Lecture au cours des 12 derniers mois
- Les questions d'audience ne sont posées que pour les publications ayant passé la question filtre
- Le déroulement du questionnaire est vertical
 - ✓ Lecture 12 mois pour toutes les publications (Ou par groupe)
 - ✓ Habitude de lecture pour toutes la publications ayant passé le filtre
 - ✓ LDP pour toutes les publications ayant passé le filtre

Déroulement du questionnaire

Habitudes de Lecture

Quotidiens	Hebdomadaires	Mensuels
Tous les jours	Toutes les semaines	Tous les mois
3 à 5 fois par semaine	2 à 3 fois par mois	6 à 10 fois par an
1 à 2 fois par semaine	1 fois par mois	3 à 4 fois par an
2 à 3 fois par mois	5 à 6 fois par an	1 à 2 fois par an
Moins souvent	Moins souvent	Moins souvent

Déroulement du questionnaire

Date de Dernière Lecture

Quotidiens	Hebdomadaires	Mensuels
Hier	Hier	Hier
Avant hier	Avant hier	Il y a moins de 8 jours
Il y a moins de 8 jours	Il y a 3 ou 4 jours	Il y a 8 à 15 jours
Il y a 8 jours et plus	Il y a moins de 8 jours	Il y a 15 à 30 jours
	Il y a 8 à 15 jours	Il y a 1 à 3 mois
	Il y a 15 à 30 jours	Il y a 3 à 6 mois
	Il y a plus d'un mois	Il y a plus de 6 mois

Déroulement du questionnaire

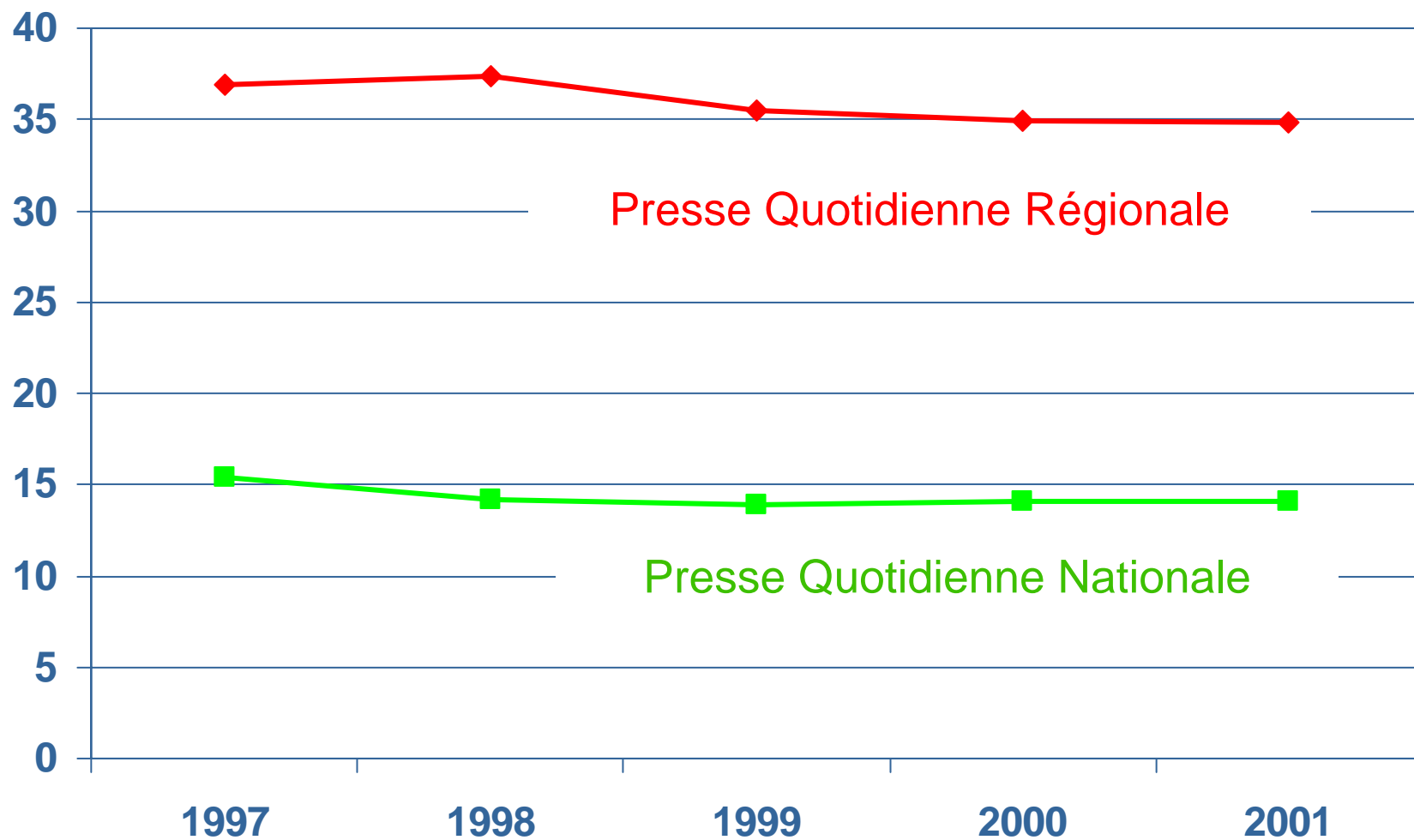
Date de Dernière Lecture - LDP

Quotidiens	Hebdomadaires	Mensuels
Hier	Hier	Hier
Avant hier	Avant hier	Il y a moins de 8 jours
Il y a moins de 8 jours	Il y a 3 ou 4 jours	Il y a 8 à 15 jours
Il y a 8 jours et plus	Il y a moins de 8 jours	Il y a 15 à 30 jours
	Il y a 8 à 15 jours	Il y a 1 à 3 mois
	Il y a 15 à 30 jours	Il y a 3 à 6 mois
	Il y a plus d'un mois	Il y a plus de 6 mois

Le déroulement du questionnaire

- **Durée moyenne du questionnaire:**
 - ✓ Presse quotidienne: 20 minutes
 - ✓ Presse magazine: 40 minutes
- **La formation et le suivi des enquêteurs joue un grand rôle dans la qualité des résultats**
 - ✓ Passage du papier crayon au CAPI double écran dans l'AEPM: +10% de magazines passant le filtre, +12% de lectures veille
- **Nécessité d'un système de suivi et de contrôle**

Évolution de la LDP - 1997-2001



LDP et Diffusion - 2001

	LDP (Milliers)	Diffusion payée (Milliers)	Taux de circulation
<i>L'ÉQUIPE</i>	1 912	360	5,3
Le Monde	1 514	359	4,2
LE FIGARO	1 102	353	3,2
Libération	686	163	4,2

Mesure de l'effet enquêteur

- Question posée par le CESP (Organisme de contrôle)
 - ✓ Les enquêteurs suivent une session de formation en Janvier et une autre en Septembre
 - ✓ Le nombre de questionnaires qu'ils réalisent est très variable
 - ✓ Faut-il faire plus de séances de formation?

- Autres questions:
 - ✓ Les pratiques des enquêteurs sont-elles homogènes du point de vue de la mesure de l'audience?
 - ✓ Transfert de l'enquête du site de Paris au site de Bordeaux et plus grande difficultés de recrutement: quelles conséquences?

Nombre de questionnaires par enquêteur

- **1997: 175 enquêteurs**
 - ✓ 50% réalisent moins de 100 questionnaires
 - ✓ 3% réalisent plus de 350 questionnaires
- **1998, 1999: 90 enquêteurs**
- **2001, 2001: 80 et 72 enquêteurs**
 - ✓ 20 à 25% réalisent moins de 100 questionnaires
 - ✓ 25 à 35% réalisent plus de 350 questionnaires

Mesure de l'effet enquêteur

- Étude réalisée sur les données 1997 à 2001 de l'enquête sur la presse quotidienne
 - ✓ Modélisation de la LDP par un modèle Logit
- Mesure de la qualité du modèle par validation croisée
 - ✓ 10% des observations ne participent pas à l'estimation du modèle

Mesure de l'effet enquêteur

- **Modélisation la réponse de l'interviewé – son audience - en fonction**
 - ✓ De ses caractéristiques socio-démographiques: âge croisé avec le sexe, région, habitat, profession, profession du chef de famille, niveau d'instruction, revenu, ...
 - ✓ Du jour d'interview: jour nommé, mois
 - ✓ Du nombre de questionnaires réalisés par l'enquêteur au moment de l'interview
 - ✓ D'un effet enquêteur – Variable dichotomique 0/1

- **Introduction de l'effet enquêteur si l'enquêteur a réalisé plus de 10 questionnaires dans l'année**

Résultats de la validation croisée

	Pourcentage de bien classés
Presse Quotidienne Régionale	62%-66%
Presse Quotidienne Nationale	67%-70%
L'Équipe	65%-70%
Le Monde	72%-74%
Le Figaro	73%-76%
Libération	69%-73%

Résultats

- **Le nombre de questionnaires réalisé au jour de l'interview n'est quasiment jamais significatif**
 - ✓ **Sauf pour la modélisation de la LDP de la Presse Quotidienne Régionale en 1999**
- **Il ne semble pas qu'il y ait un effet de la durée écoulée depuis la formation sur la qualité du travail des enquêteurs**
- **Mais hétérogénéité significative des effets enquêteurs**
 - ✓ **Pour chaque titre ou groupe de titres étudiés, on isole les enquêteurs qui ont un effet individuel significativement différent de la majorité des autres**

Résultats

Nombre d'effets individuels - enquêteurs

	1997	1998	1999	2000	2001
PQR	7	19	24	10	24
L'Équipe	2	3	7	14	13
Le Monde	7	13	9	17	10
Le Figaro	4	9	3	8	5
Libération	4	7	8	11	12
Nombre d'enquêteurs	175	89	90	80	72

Mesure de l'impact sur la mesure globale

- Quel impact de l'hétérogénéité des pratiques des enquêteurs sur la mesure agrégée de l'audience?
- Recalcul en enlevant les effets individuels?
 - ✓ Quel est l'enquêteur qui fait la bonne mesure?
- Validation croisée avec et sans les effets enquêteurs

Résultats de la validation croisée

% de bien classés - 2001

	Avec effets enquêteurs	Sans effets enquêteurs
Presse Quotidienne Régionale	64%	64%
Presse Quotidienne Nationale	69%	69%
L'Équipe	66%	65%
Le Monde	73%	72%
Le Figaro	75%	73%
Libération	74%	72%

Conclusion

- **Outil opérationnel de mesure de la qualité du travail de chaque enquêteur**
- **Pas de besoin de formations supplémentaires des enquêteurs**
- **Nécessité d'une présence forte des chefs d'équipe pour harmoniser les pratiques**