

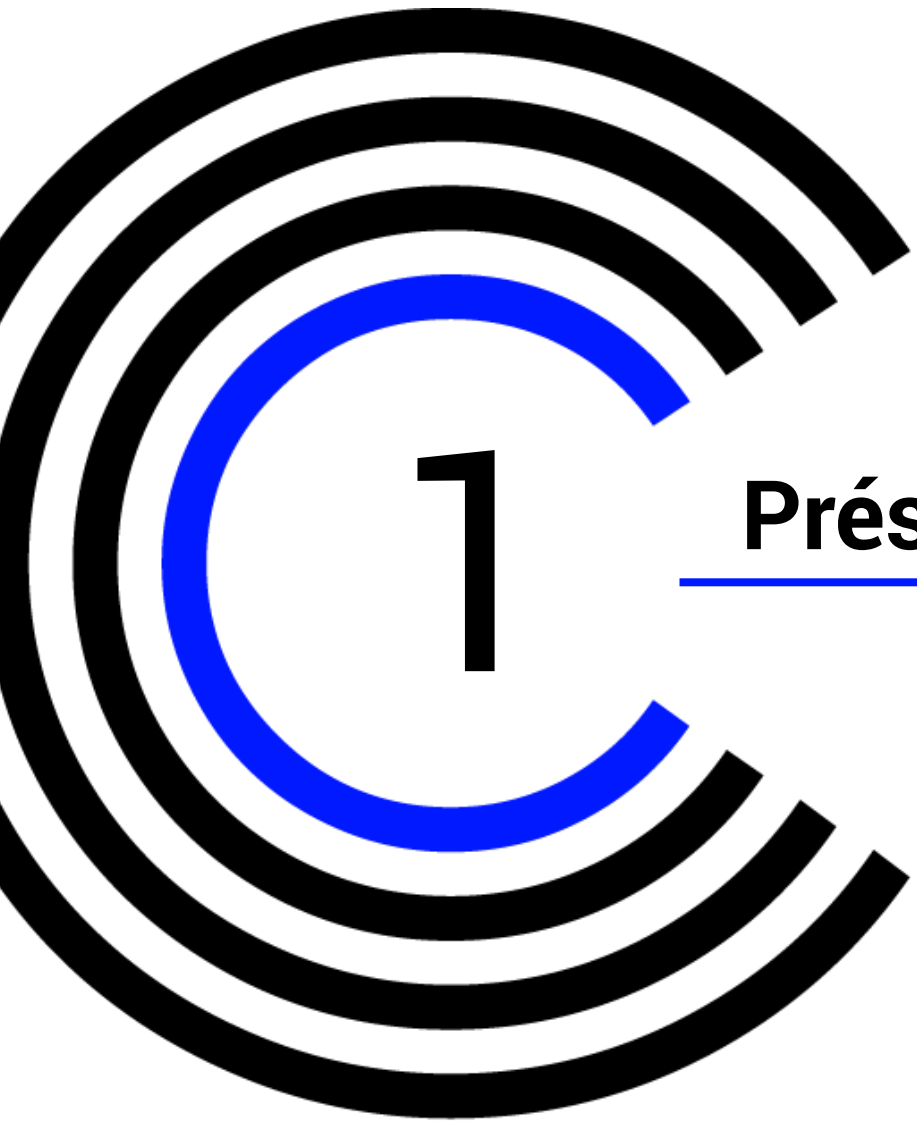
CESP

# Enjeux et impacts de la crise sanitaire pour une étude d'audience : l'exemple de la presse.



Séminaire SFdS : "Évolution de la pratique des enquêtes pendant l'épidémie de Covid-19"

25 mars 2021



# **Présentation du dispositif d'enquête**

---



# OneNext : le dispositif d'enquête

OneNext

1 KANTAR

Recrutement

Téléphone 100%

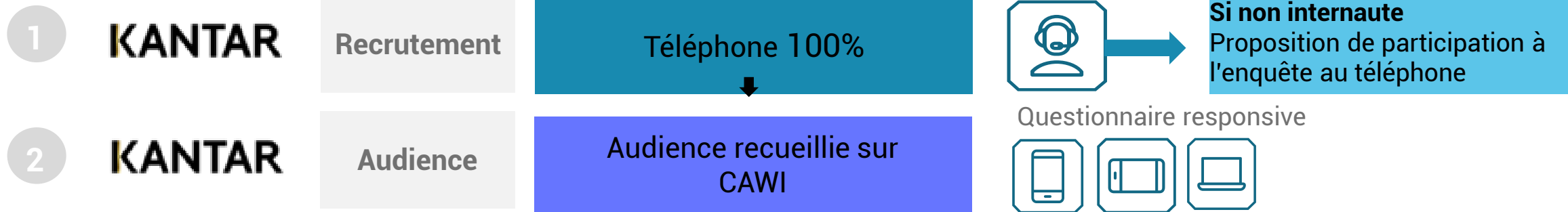


- Cette enquête est réalisée pour le compte de l'ACPM.
- Environ 41 000 recrutements pour un objectif de 26 250 questionnaires audience en 2020.
- Environ 200 enquêteurs sur 2 sites en 2020.



# OneNext : le dispositif d'enquête

## OneNext



Étapes contrôlées et auditées par le CESP



- Cette enquête est réalisée pour le compte de l'ACPM.
- Environ 41 000 recrutements pour un objectif de 26 250 questionnaires audience en 2020.
- Environ 200 enquêteurs sur 2 sites en 2020.

# OneNext : plusieurs populations cibles

**Objectif 2020 : 26 250 questionnaires valides audience**

## **Population française des 15 ans et + = Socle**

Recrutements sur bases  
d'enquêtes téléphoniques  
et sur panel

**24 000 interviews**

dont

**1200 non internautes**

## **Sur-échantillon Top Cadres**

Recrutement en journée  
sur le lieu de travail

**1 250 interviews**

## **Sur-échantillon Top Revenus**

Recrutements sur  
fichiers spécifiques

**1 000 interviews**

- Des recrutements étalés sur l'année, du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre et sur les jours de la semaine
- Tous les types de presse sont étudiés : presse quotidienne, presse régionale, presse magazine (entre 600 et 700 titres de presse).



2

## **Les changements dans l'organisation du terrain Kantar et dans les contrôles du CESP**

---

# Le premier confinement et la reprise des terrains

## **Du 16 mars au 11 mai : fermeture des sites de Lyon et de Nice**

- Une petite équipe d'enquêteurs (Socle et Top Revenus) reprend rapidement le travail à distance : réalisation de 30% de l'objectif en termes de recrutements sur la période de confinement.
- Les recrutements sur le sur-échantillon Top Cadres et les Non-Internautes sont stoppés.

## **À partir du 11 mai : réouverture des sites de Lyon et de Nice**

- La capacité des sites de Lyon et Nice : environ 50% par rapport à avant le confinement

## **Semaine du 25 juin : retour à la normale de l'activité des terrains (avec le respect des règles sanitaires)**

- Les objectifs de recrutements par semaine peuvent être tenus.



# La continuité de nos contrôles

Le CESP réalise deux types d'intervention sur le terrain : écoutes et suivi des formations.

## 1. Le contrôle du travail des enquêteurs au travers des écoutes (contact, respect des consignes, implication...)

- Avant le confinement : elles étaient principalement faites sur place (ou de chez Kantar à Paris)
- Mise en place des écoutes à distance du domicile des inspecteurs, en respectant les points suivants :
  - Pouvoir écouter les enquêteurs et vérifier la saisie à l'écran (notamment la saisie de la profession)
  - Ne pas prévenir en amont l'enquêteur qu'il est écouté
  - Pouvoir réagir rapidement si nécessaire en contactant le chef d'équipe avec deux cas de figure : enquêteur sur site ou à distance
- Des écoutes possibles dès le 27 mars qui nous ont permis de suivre le travail en période de confinement : en 2020, 88 enquêteurs ont pu être contrôlés (45%).
- Depuis mars 2020, les écoutes se font principalement du domicile des inspecteurs. 1 seule visite sur site.

## 2. Le suivi des formations : qualité et homogénéité dans le temps

- Les enquêteurs ont quasiment tous été formés sur site ;
- Le CESP a suivi les formations principalement à distance

# Nos premiers constats sur les écoutes

## **Sur les écoutes : un système qui fonctionne plutôt bien et qui n'altère pas la qualité des contrôles**

- La disponibilité des chefs d'équipe permet de réagir rapidement (correction ou remarque)
- Une plateforme commune qui permet aux inspecteurs de passer d'un module à l'autre lors d'une même séance d'écoutes.
- Les rapports d'écoutes du CESP sont documentés pour servir de support lors des retours aux enquêteurs.
- Les enquêteurs en télétravail sont le plus souvent des enquêteurs expérimentés : la qualité reste la même et les conditions techniques sont bonnes.
- Un nouvel indicateur à prendre en compte dans nos contrôles et nos analyses : télétravail / sur site

## **Les points d'attention :**

- Les conditions techniques
- Pour pallier la distance : un suivi des actions va être mis en place entre les différents acteurs (Kantar, Leaderfield et le CESP).
- Ne pas se cantonner au contrôle mais participer à l'amélioration du travail (en formalisant plus nos remarques par écrit).

# Nos premiers constats sur les formations

**Sur les formations : elles restent de grande qualité même lorsqu'elles sont animées à distance.**

- D'une manière générale, les outils utilisés permettent de suivre la formation dans de bonnes conditions et d'intervenir si besoin.
- Pour les formations entièrement réalisées à distance : on note une participation un peu plus importante des enquêteurs soit avec le système des mains levées, soit via le chat. Les échanges sont plus riches.
- Nous contrôlons prioritairement les nouveaux enquêteurs formés à distance : nous ne notons pas de dégradation du travail (les consignes sont connues et appliquées dans leur ensemble)

**Les points d'attention pour les formations à distance :**

- La longueur des formations et le maintien de l'attention des enquêteurs
  - Développer les interactions
  - Utiliser le système des mains levées pour manifester sa présence
- La formation des nouveaux enquêteurs

# Quel impact sur la joignabilité ?

**Sur le terrain, être attentifs aux retours de nos inspecteurs et des enquêteurs.**

La question du télétravail par exemple :

- Pour les études en entreprises (comme c'est le cas sur le dispositif OneNext) : réticences encore plus importantes de la part des standards et des secrétariats à donner des informations sur des contacts potentiels. Il faut adapter l'argumentaire pour aider les enquêteurs :
  - à identifier la cible
  - Et à obtenir un numéro de téléphone.

**Dans nos audits : analyser les résultats d'appels et vérifier s'il n'y a pas d'effets durables dans le temps**

- Des analyses sur les résultats d'appels selon l'heure, selon le n° de téléphone appelé ... sont faites à chaque édition :
  - Les statistiques ont-elles changé ?
  - Y a-t-il un effet confinement ?



3

**Les réflexions sur la valeur de l'indicateur  
d'audience pendant le confinement**

---

## Avis sur le maintien du terrain

La mesure d'audience de la presse consiste à mesurer des comportements sur une période passée afin d'évaluer un nombre de contacts à venir. Les chiffres d'audience mesurés en 2020 serviront donc à valoriser les marques de presse et à les commercialiser en 2021.

### Qu'est ce qui fait de la période de confinement une période atypique ?

**Cette période est atypique si l'on considère les conditions de diffusion et de terrain. Elle ne permet pas de mesurer l'audience des titres de manière équitable.**

1. Les conditions d'accès aux supports de presse, notamment papier, sont profondément modifiées
  - Pour certains titres : diffusion arrêtée ou limitée (acheminement difficile, Poste au ralenti, points de vente fermés...)
  - Déplacements restreints pour la population: donc moins d'opportunités d'entrer en contact avec la presse papier (achat, prêt, don, consultation au travail, dans les transports ou autres lieux, peur de la contamination par le papier)
2. Les conditions de réalisation de l'enquête ont été restreintes :
  - Les sites sont fermés et seul un petit nombre d'enquêteurs travaille à distance
  - Enfin, il n'est plus possible de recruter des individus sur leur lieu de travail ou les non internautes

**Ces constats ont amené le Comité Scientifique du CESP à recommander à l'ACPM et à ses adhérents (éditeurs et régies) de ne pas intégrer les questionnaires d'audience recueillis pendant le confinement à la mesure d'audience 2020.**

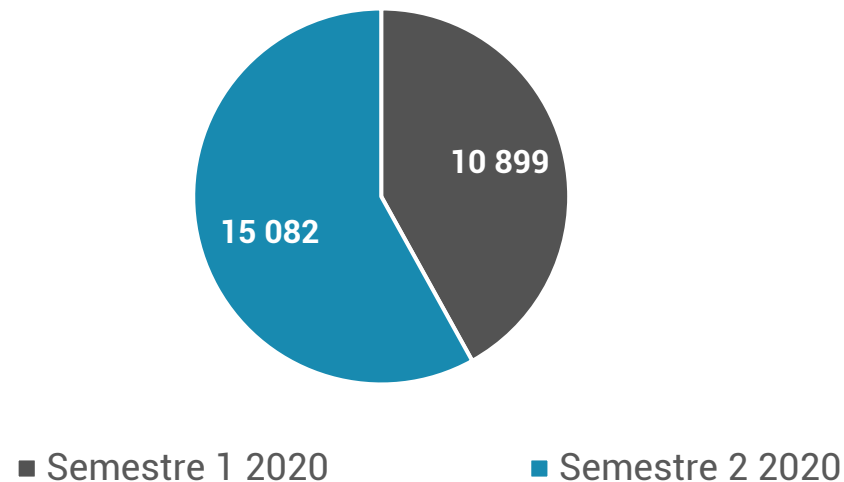
# Quelle a été la décision de l'ACPM?

Concernant la période de neutralisation, plusieurs scénarios ont été proposés au Comité Audience :

- Neutraliser les interviews du 16 mars au 11 mai, soit 1 243 interviews
- Neutraliser les interviews du 16 mars au 24 mai, soit 1 945 interviews
- Neutraliser les interviews du 16 mars au 1<sup>er</sup> juin, soit 2 814 interviews

**La première option a été choisie, avec la période de neutralisation qui correspond au confinement strict.**

Répartition des questionnaire Audience en 2020





**4**

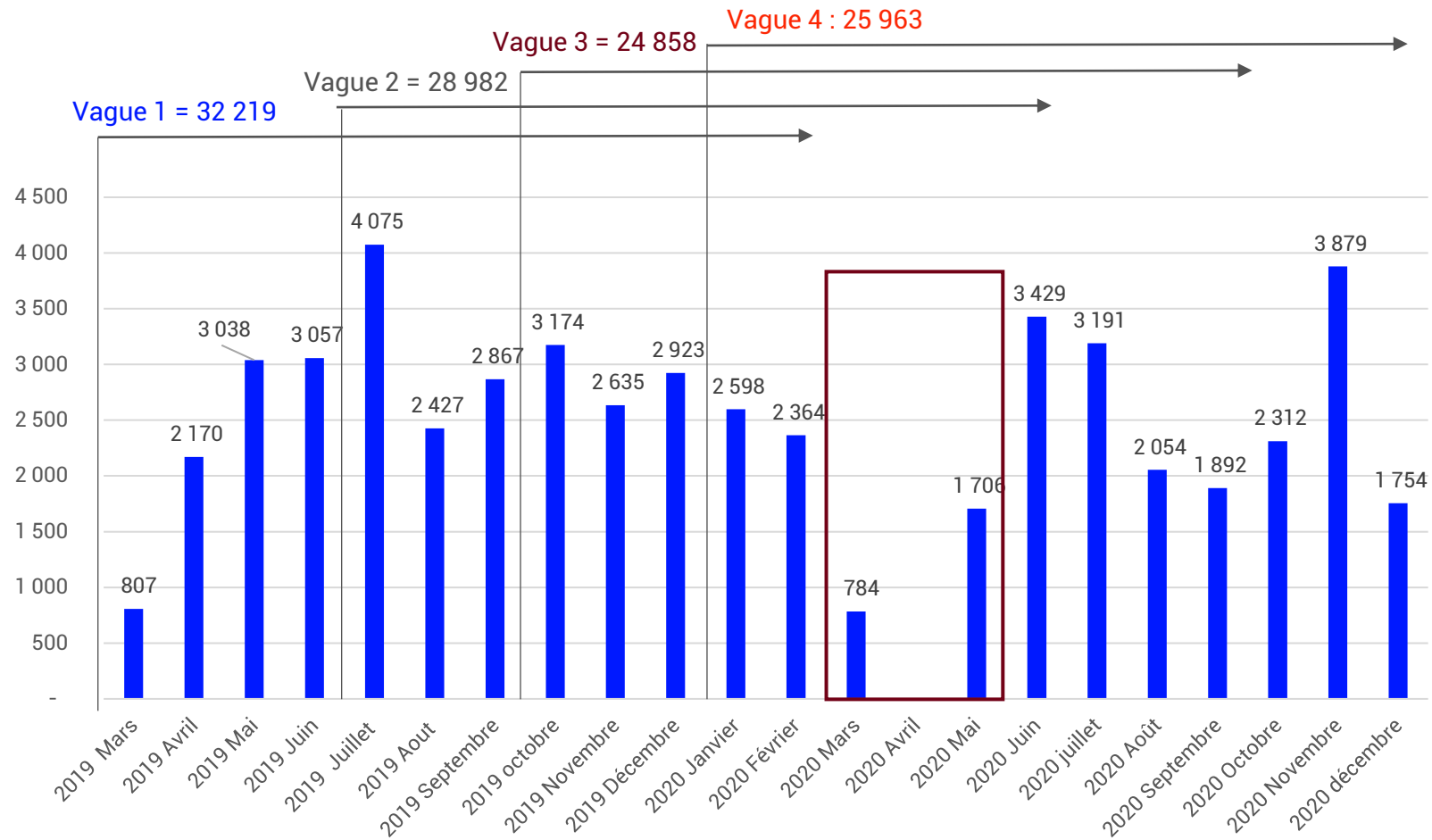
**L'impact sur les résultats : le cas du redressement**

---



# Répartition de l'échantillon audience par mois

- Depuis le lancement de l'étude au premier trimestre 2019 : une difficulté à stabiliser le nombre de recrutements par mois
- Une situation aggravée par la neutralisation des données du 16 mars au 11 mai 2020.



# Les choix pour le redressement

Des résultats qui paraissent tous les trimestres sur des cumuls 12 mois glissants : un redressement par vague.

- Un prérequis pour le redressement de l'enquête Presse : donner le même poids à chacun des mois (soit 8,4%) pour lisser les effets de saisonnalité sur une année et tout au long des publications.

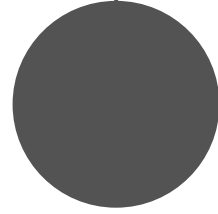
Cela n'a pas été possible pour les 4 vagues de 2020.

Nos décisions ont été pragmatiques :

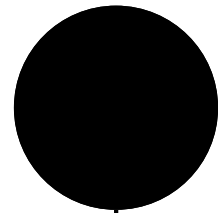
- Adapter les théoriques à chaque vague en veillant à ne pas trop s'éloigner de la répartition brute.
- Assurer une dispersion des poids acceptable.

**Au sein d'une même vague, les mois n'ont pas le même poids et le poids d'un même mois varie d'une vague à l'autre.**

**La qualité du redressement a été privilégiée à la théorie.**



**En conclusion**



## La crise sanitaire : un révélateur

La crise sanitaire a montré la capacité d'adaptation et la réactivité de l'ensemble des terrains et des instituts, qui a permis la poursuite des interrogations : des évolutions qui nous ont fait progresser.

Nous avons dû dans certains cas concilier règles théoriques et pragmatisme.

Enfin, cette situation inédite nous a amené à nous poser des questions sur la finalité des indicateurs qu'on utilise et sur l'objectif des mesures.

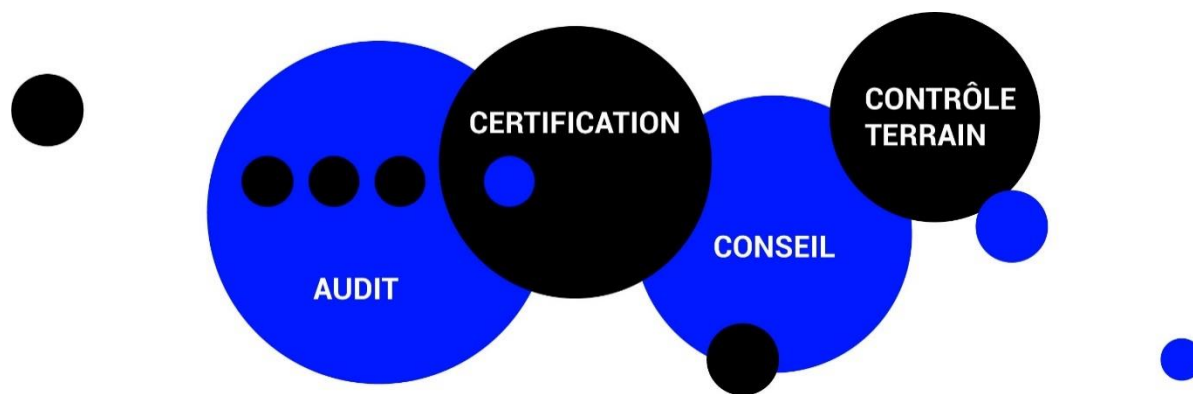
## CONTACT

Patricia SCHULTZ

Directrice de projets

[pschultz@cesp.org](mailto:pschultz@cesp.org)

+33 1 40 89 63 65



[www.cesp.org](http://www.cesp.org)

