

# PANEL MEMBER INFO

Chère lectrice, cher lecteur,

Nous sommes très heureux de pouvoir vous présenter notre nouveau logo à l'occasion de la présente newsletter. Si le nom de notre société, Kantar Switzerland AG, demeure inchangé, le logo a été complété par le nom de notre secteur d'activité: KANTAR MEDIA.

Les changements, les adaptations et les mises à jour jalonnent notre quotidien. Parfois, ils s'insinuent même dans nos vies sans que nous ne nous en apercevions. Pour ne rien laisser au hasard et conserver une vue d'ensemble, il est essentiel d'effectuer régulièrement des contrôles. Qu'il s'agisse d'un bilan de santé ou de la révision technique de sa voiture avant les grandes vacances, peu importe: chaque contrôle se fait toujours sur la base des mêmes analyses et des mêmes questions.

Au printemps, nous vous avons ainsi invités à participer au sondage que nous effectuons tous les deux ans afin de maintenir nos données à jour et d'en garantir la qualité. Une qualité élevée de données est en effet indispensable pour l'enquête sur la consommation de médias en Suisse que nous réalisons sur mandat de la Confédération.

Des informations manquantes, des données saisies à double ou de manière erronée nuisent à la qualité des données. Avec par exemple pour conséquence que nos techniciens se rendent à la mauvaise adresse. Ou encore une prise de contact plus compliquée pour les administrateurs du panel. C'est pourquoi il est crucial que toutes les données que nous saisissions soient correctes.

Dans la présente édition de notre newsletter, nous vous donnons un aperçu des nombreuses facettes de notre étude et vous montrons pourquoi la mise à jour régulière des données relatives à votre ménage est si importante. Dans les pages suivantes, nous vous expliquons dans quelle mesure les informations concernant le niveau de formation atteint, la possession d'un véhicule ou encore le nombre d'animaux domestiques présents dans le ménage sont déterminantes non seulement pour la qualité des données de consommation, mais aussi pour leur interprétation.

Et c'est avec ses moments de plénitude au soleil couchant que nous vous souhaitons un très bel été! Nous vous remercions sincèrement de votre confiance et de votre participation au Mediapulse Media Panel.

L'équipe Kantar



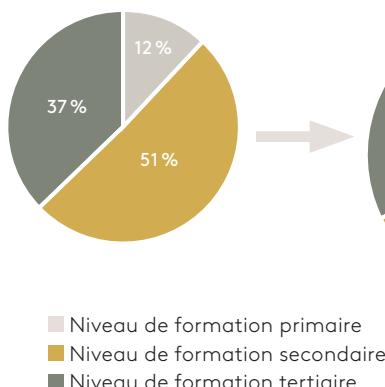
# SAISIE DES DONNÉES PERSONNELLES

La participation au Mediapulse Media Panel implique que vous nous transmettiez des informations sur votre ménage et vos centres d'intérêt. Nous souhaitons ci-après vous présenter en toute transparence trois raisons pour lesquelles les données à caractère personnel et les informations relatives aux appareils doivent être régulièrement actualisées.

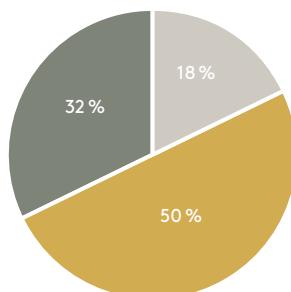
## a.) Représentativité du panel

Les données démographiques (p. ex. l'âge, le sexe, etc.) que nous collectons auprès de vous servent à effectuer une comparaison directe avec les chiffres démographiques relevés par la Confédération et indiquent si les participants à l'étude représentent correctement la population suisse. Une étude est considérée comme représentative lorsque la composition des personnes qui y participent reflète le plus fidèlement possible l'ensemble de la population. Le niveau de formation le plus élevé atteint par les participants à une étude constitue par exemple un bon indicateur de représentativité. Ainsi, les personnes les plus représentées dans notre panel sont diplômées du degré secondaire, tout comme dans la population suisse. Les données de notre panel sont adaptées aux chiffres de la population suisse à l'aide d'une méthode de pondération statistique.

### Données du panel non pondérées



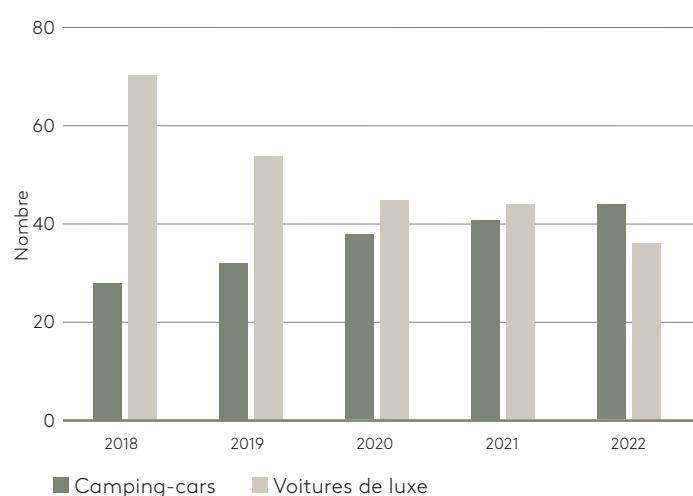
### Données du panel pondérées



## b.) Répartition des groupes cibles et interprétation des chiffres de consommation

Afin de pouvoir interpréter les chiffres de consommation des médias par rapport à leur contenu, il faut notamment disposer d'informations sur les centres d'intérêt sociétaux. Cela permet aux groupes de médias et aux publicitaires d'améliorer de manière ciblée l'offre qu'ils vous proposent. La catégorisation des groupes cibles est déterminante pour identifier le potentiel du marché et améliorer le marketing. En combinant les données démographiques avec vos données personnelles (centres d'intérêt sociétaux, p. ex.), il est possible de savoir quel groupe d'âge regarde quelle chaîne de télévision, avec quel centre d'intérêt et à quelle heure.

Les tendances se reflètent aussi dans le panel: l'intérêt de la société pour des vacances en camping a augmenté ces dernières années. Ainsi, depuis 2018, le nombre de camping-cars n'a cessé de grimper dans le panel, alors que celui des voitures de luxe tend à diminuer. Dans ce contexte, l'interprétation de la consommation de médias pourrait fournir de nouvelles informations sur l'évolution des centres d'intérêt et des biens individuels.



**Source graphique 1:** Mediapulse Online Content Audience Data, Base: Suisse, personnes 3+, formation terminée, All TV-Platforms, overnight+7 (total TV), état: mai 2023

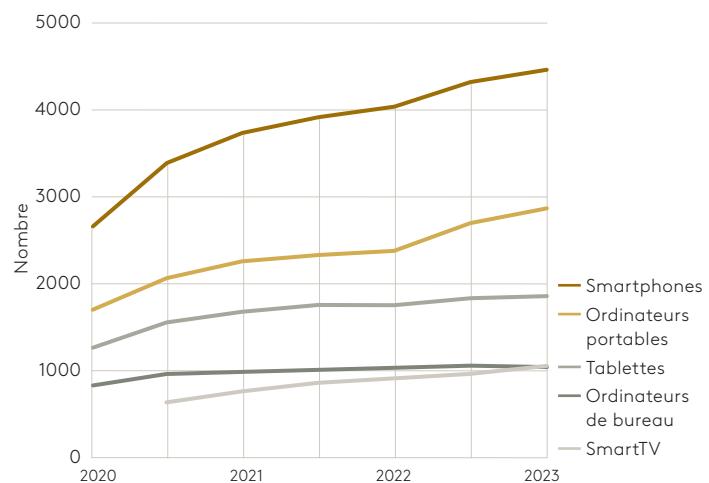
**Source graphique 2:** Mediapulse Online Content Audience Data, Base: Suisse, personnes 3+, total des ménages possédant un camping-car ou une voiture de luxe, All TV-Platforms, Overnight+7 (Total TV), 2018–2022

## c.) Évolution de la répartition des appareils

L'équipe du panel vous contacte de temps en temps, car notre appareil de mesure en ligne Focal Meter signale à notre système des smartphones, ordinateurs portables, tablettes, etc. qui lui sont pour l'instant encore inconnus. La consommation de médias sur des appareils qui ne sont pas attribués au sein de votre ménage n'est pas prise en compte dans notre étude et fausse donc la qualité des données. Pour un relevé complet de la consommation de médias, il est important que nous connaissions en tout temps la répartition actuelle des appareils et que nous sachions qui utilise quel appareil dans votre ménage.

Au cours des trois dernières années, le nombre de smartphones a considérablement augmenté dans le Mediapulse Media Panel. Mais on observe aussi d'autres modifications: parfois, un ancien téléphone portable est remplacé par un nouveau ou change de propriétaire au sein du ménage. Pour garantir une saisie et une analyse correctes des données, les administrateurs du panel doivent être informés de ce type de changement.

Même si aucun changement ne s'est produit dans votre ménage, il est important de nous en informer lors de l'enquête de suivi ou par téléphone. Nous vous remercions sincèrement de nous aider ainsi à garder vos données à jour.



**Source graphique 3:** Mediapulse Online Content Audience Data, Base: Suisse, personnes 3+, All Devices, All TV-Platforms, 2020–2023; état: mai 2023

Pour terminer, faisons ensemble un geste en faveur de l'environnement: nous aimerais à l'avenir vous envoyer notre newsletter par e-mail. Si vous préférez néanmoins continuer de la recevoir par courrier, veuillez nous en aviser. Nous envisageons également de proposer les bons Coop et Migros sous une forme numérique. Nous vous fournirons en temps voulu plus d'informations à ce sujet.

Pour toute question ou suggestion, n'hésitez pas à nous contacter par téléphone au 0800 55 11 22 ou par e-mail à l'adresse [panel@kantar.ch](mailto:panel@kantar.ch).

## QUELQUES RÈGLES À RESPECTER!

- › N'oubliez pas, lorsque vous regardez la télévision, même durant une courte période, d'annoncer au moyen de la télécommande **toutes** les personnes qui se trouvent dans la pièce et qui regardent la télévision.
- › Si vous partez en vacances, n'oubliez pas d'appuyer sur la **touche vacances** de la télécommande et de confirmer votre saisie en appuyant simplement sur la touche. Veuillez toutefois **ne pas** débrancher vos appareils de mesure de la consommation TV et en ligne pendant les vacances.
- › Pensez également à nous **signalier les changements intervenus au sein de votre foyer** en ce qui concerne les personnes qui le composent ou les appareils (TV, smartphones, ordinateurs portables, tablettes, etc.). Lorsque vous transmettez l'un de ces appareils à un autre membre de votre ménage, il est également important que vous nous le signaliez.
- › Assurez-vous à la maison que votre smartphone/ordinateur portable/tablette est bien connecté à votre réseau Wifi/WLAN. Ce n'est qu'ainsi que votre consommation en ligne pourra être correctement mesurée.

### Les heureux gagnants de notre concours d'été:

Nous organisons deux fois par an un grand concours. Trois personnes seront tirées au sort et se verront remettre chacune un bon Coop ou Migros d'une valeur de CHF 500.

**Nous adressons toutes nos félicitations aux lauréates du concours d'été 2023:**

Sandra A., Patricia S. et Fabienne F.

# NOUS NOUS PRÉSENTONS



**Demime Abduli** a été Panel Administrator chez Kantar pendant trois ans avant d'intégrer l'équipe QC en 2019. Avant 2016, elle a travaillé en tant que collaboratrice technique dans diverses entreprises. Après des études d'histoire et de sciences économiques, **Reto Leibundgut** a rejoint Kantar en 2016 en tant que Quality Controller.

**Julia Da Silva** est venue compléter l'équipe QC en 2021. Auparavant, elle était très souvent en contact avec les participants au panel comme Panel Administrator.

## Demime Abduli, Reto Leibundgut et Julia Da Silva; Quality Controller

### Quelles sont les tâches de l'équipe Quality Control?

L'équipe QC est responsable de tous les contrôles qualité concernant le panel. Au total, 35 contrôles doivent être effectués chaque jour. À cela s'ajoutent huit contrôles réalisés toutes les deux semaines et deux autres contrôles mensuels. L'équipe QC traite aussi en continu les messages d'erreur et attribue les tâches en résultant aux personnes concernées. Divers systèmes et fichiers de données sont utilisés à cet effet.

### L'équipe QC sert d'intermédiaire entre les administrateurs du panel, qui sont en contact par téléphone avec les participants à l'étude, et les techniciens, qui sont en contact direct avec les ménages. Comment coordonnez-vous la communication entre les deux équipes?

En cas de questions ou de problèmes, nous sommes les premiers interlocuteurs des deux équipes. Nous recueillons les demandes et transmettons les ordres aux personnes compétentes. Afin d'éviter tout malentendu, nous formulons les directives de manière aussi détaillée que possible et utilisons des mots-clés récurrents au sein de l'entreprise afin que les collaborateurs soient parfaitement informés de la situation et sachent en même temps comment procéder.

### Les participants à l'étude reçoivent tous les deux ans une enquête de suivi afin de mettre à jour leurs données personnelles. Que se passe-t-il avec les formulaires renvoyés dûment complétés à Kantar?

Les questionnaires papier retournés à Kantar sont scannés par une machine, alors que ceux complétés en ligne sont directement saisis dans le système. L'équipe QC contrôle ensuite si des changements ont eu lieu. Si ceux-ci sont plausibles, l'équipe QC effectue les adaptations directement dans le système. Par contre, s'il est indiqué par erreur dans un questionnaire qu'un enfant par exemple conduit un cabriolet, alors l'équipe QC signale cette incohérence à l'administrateur du panel concerné à des fins de clarification.

### Une étude nationale d'une telle portée implique l'utilisation d'une grande quantité de données. Comment conservez-vous une vue d'ensemble de toutes ces données et comment découvrez-vous les erreurs de saisie?

Nous travaillons avec des systèmes de codage et des bases de données qui permettent de saisir, de gérer et d'analyser les données. Grâce à une répartition très précise des tâches au sein de l'équipe et à des contrôles de routine, nous pouvons garantir une qualité de données élevée. En cas de situation critique, nous agissons selon le principe du double contrôle. Mais chaque membre de l'équipe doit prendre ses responsabilités et garantir en tout temps une saisie et un traitement corrects des données.