



Annexe 1

NET-Metrix-Profile: Concept et contenu

L'étude NET-Metrix-Profile a pour objectif de compléter les données de mesure de NET-Metrix-Audit par des informations descriptives sur les utilisateurs et utilisatrices des offres Web inscrites et par la constitution d'un taux de pénétration «Unique Users» comparable (= personnes) servant de base fiable à la planification média.

Afin d'obtenir des informations descriptives sur les utilisateurs d'un offre Web, une enquête sur site est réalisée dans le cadre de NET-Metrix-Profile, sur une période de trois mois. Un échantillon d'environ 15 000 personnes est interrogé par vague d'enquête.

L'étude NET-Metrix-Profile sera réalisée et publiée dans un premier temps sur une base semestrielle. La première édition de l'étude NET-Metrix-Profile pour une année civile sera publiée au deuxième trimestre (1^{re} vague), la seconde au quatrième trimestre (2^{de} vague).

Des invitations à participer à l'enquête sur site s'affichent sur toutes les offres Web inscrites, selon une sélection aléatoire effectuée parmi tous les clients évalués (base: mesure NET-Metrix-Audit). Afin de pouvoir exploiter au mieux cet échantillon, un Client sera contacté plusieurs fois, sur différentes offres Web et à différents moments de la journée. Il a toutefois été décidé de limiter le nombre de ces contacts afin de ne pas trop solliciter l'utilisateur.

Le format de l'invitation évoluera en fonction des conditions techniques du client (formats prévus: Flash-Layer, HTML-Layer, pop-up). La routine de livraison technique sera adaptée en permanence. Les questionnaires sur site seront aussi succincts que possible afin que les personnes interrogées ne passent pas trop de temps à les compléter. Les données collectées seront pondérées conformément aux consignes édictées par un «Establishment Survey» représentatif.

Le nombre de personnes («Unique Users») pouvant être déduit des «Unique Clients» selon NET-Metrix-Audit pour chaque offre Web inscrite, ainsi que leur profil, seront évalués sur la base des informations fournies par l'enquête sur site.

1. Contenu de l'étude : données publiées

- Pénétration «Unique Users» (= personnes) pour les offres Web inscrites ainsi que les sections et les réseaux (combinaison d'offres Web/sections)
- Interférences de pénétration entre les offres Web inscrites, les sections ainsi que les réseaux

- Page Impressions des Unique Users (contacts bruts)
- Données sociodémographiques relatives aux utilisateurs (ex. sexe, âge, formation, profession, région de domicile, revenu)
- Intérêt pour différents thèmes