propulseur digital

Outils pour mesurer les audiences des médias en ligne

Pour les annonceurs, disposer de données d'audience fiables est indispensable afin d'évaluer correctement la portée réelle des médias, comparer les supports, optimiser les investissements et éviter des arbitrages basés sur des estimations inexactes ou non comparables.

Les chiffres d'audience de référence sont généralement produits par des JIC (Joint Industry Committee), organismes réunissant éditeurs, annonceurs, agences et régies pour créer une mesure commune et reconnue du marché. Ces données servent de «currency», c'est-à-dire de standard utilisé pour comparer, acheter et vendre des espaces publicitaires.

Différentes méthodes existent pour mesurer les données :

- **Mesure certifiée** : données officielles, auditées et reconnues par le marché pour comparer et acheter des espaces publicitaires.
- **Mesure déclarative** : données issues d'enquêtes ou panels représentatifs permettant d'analyser les profils et comportements des audiences.
- **Estimation modélisée** : données estimées à partir de signaux techniques et de clickstream, utiles pour le benchmark mais non reconnues comme référence officielle.

International

Nielsen One est une solution de mesure cross-média multi-écrans basée sur un panel individuel et des modèles de déduplication cross-device.
Méthode : mesure déclarative
nielsen.com/solutions/audience-measurement/nielsen-one

Fifty5Blue (Kantar Media) propose une mesure cross-média et cross-platform pour les annonceurs et éditeurs, fondée principalement sur des panels et des études consommateurs.
Méthode : mesure déclarative
fifty5blue.com/services/audience-measurement/cross-media-and-cross-platform-measurement

---

Comscore MMX Multi-Platform mesure les audiences digitales de manière dédupliquée sur desktop, mobile et social à partir de panels, données census et modélisation.
Méthode : mesure déclarative
comscore.com/Products/Digital/Multi-Platform-Content-Measurement

---

Ipsos offre des études d'audience et de consommation médias à l'échelle internationale, principalement via enquêtes et panels.
Méthode : mesure déclarative
ipsos.com/en/insights-hub

Gemius propose une mesure hybride d'audience internet combinant panel et census, déployée dans plus de 30 pays.
Méthode : mesure déclarative
gemius.com

AudienceProject permet de mesurer les audiences digitales cross-device via panels et données publicitaires.
Méthode : mesure déclarative
audienceproject.com

Similarweb offre une estimation de trafic web et mobile ainsi que des outils d'intelligence compétitive par pays à partir de clickstream, extensions et modélisation.
Méthode : estimation modélisée
https://www.similarweb.com/fr/

Semrush propose des estimations de trafic, des analyses SEO et des classements de sites par pays à partir de données clickstream et modélisées.
Méthode : estimation modélisée
fr.semrush.com

Audience Measurement Coalition est une coalition européenne regroupant des JIC et instituts d'études pour promouvoir une mesure d'audience indépendante, transparente et harmonisée.
Méthode : non applicable (organisme de coordination)
audiencemeasurementcoalition.eu

GWI fournit des données sur les usages digitaux, les réseaux sociaux, les profils consommateurs et les comportements médias via enquêtes internationales.
Méthode : mesure déclarative
gwi.com

YouGov est utile pour les études d'opinion, la notoriété média et les profils d'audience via panels consommateurs.
Méthode : mesure déclarative
yougov.com

Statcounter permet de suivre les parts de marché navigateurs, devices, OS et moteurs de recherche à partir de tags installés sur des sites partenaires.
Méthode : estimation modélisée
gs.statcounter.com

DataReportal publie des rapports détaillés sur les usages numériques, réseaux sociaux, devices et publicité digitale à partir de compilations de sources tierces.
Méthode : mesure déclarative
datareportal.com

France

Médiamétrie / NetRatings est la référence nationale française pour la mesure d'audience internet, basée sur un panel et des données cross-device.
Méthode : mesure certifiée
mediametrie.fr

ACPM certifie la diffusion et mesure l'audience de la presse et des médias en ligne.
Méthode : mesure certifiée
acpm.fr

OneNext est l'étude de référence de l'ACPM pour l'audience des marques de presse.
Méthode : mesure certifiée
acpm.fr/Adherer/Etude-d-Audience-OneNext

OneNext Global de l'ACPM combine les audiences print et digital des marques média.
Méthode : mesure certifiée
acpm.fr/Les-chiffres/Audience-Presse/Resultats-par-etudes/OneNext-Global

---

Comscore MMX Multi-Platform peut être utilisé en complément pour les comparaisons internationales.
Méthode : mesure déclarative
comscore.com/Products/Digital-Media

Semrush permet de consulter le classement des sites les plus visités en France.
Méthode : estimation modélisée
fr.semrush.com/analytics/ranks/rank/?db=fr

Similarweb offre une estimation du trafic filtrée sur le marché français.
Méthode : estimation modélisée
similarweb.com/fr/top-websites/france

Suisse

WEMF / REMP publie les études MACH Basic, MACH Consumer et Audience Totale, combinant données print et digital pour les marques de médias suisses.
Méthode : mesure certifiée
remp.ch

Online Data Switzerland (ODS) de la REMP est devenu depuis début 2025 le principal dispositif de mesure de trafic online en Suisse.
Méthode : mesure certifiée
remp.ch/fr/etudes-media/etudes-externes-et-speciales/donnees-de-trafic-en-ligne

MACH Total Audience de la REMP combine la portée print et online des marques média.
Méthode : mesure certifiée
remp.ch/fr/etudes-media/etudes-intermedia/mach-total-audience

MACH Strategy de la REMP est utilisé pour le média planning et les profils de consommation.
Méthode : mesure déclarative
remp.ch/fr/etudes-media/etudes-intermedia/mach-strategy

N.B. Mediapulse Brand View Ranking a été la principale mesure online suisse entre 2021 et fin 2024 après la reprise des activités de NET-Metrix. Mediapulse a annoncé l'arrêt de sa recherche online à partir de fin 2024, faute de financement durable.

IGEM – Digimonitor est une étude annuelle sur l'usage des médias numériques en Suisse.
Méthode : mesure déclarative
igem.ch/digimonitor

Nextlevel / M-Cloud propose des données d'audience en ligne sur le marché suisse et sert aussi d'interface de visualisation pour certaines données WEMF / ODS.
Méthode : mesure certifiée
nextlevel1.ch/m-cloud/nextlevel_login.aspx

Monitoring médias Suisse est un observatoire annuel mandaté par l'OFCOM analysant l'influence des médias sur l'opinion, les structures de propriété et le poids économique des groupes médias.
Méthode : mesure déclarative
monitoring-medias-suisse.ch

Semrush permet de consulter le classement des sites les plus visités en Suisse.
Méthode : estimation modélisée
fr.semrush.com/analytics/ranks/rank/?db=ch

Similarweb offre une estimation du trafic filtrée sur le marché suisse.
Méthode : estimation modélisée
similarweb.com/fr/top-websites/switzerland/

Belgique

CIM est le JIC belge couvrant les études d'audience TV, radio, presse et digital en Belgique et au Luxembourg.
Méthode : mesure certifiée
cim.be

Gemius est le partenaire technologique principal du CIM pour la mesure digitale.
Méthode : mesure déclarative
https://gemius.com/

e.Gemius est l'interface de consultation des données d'audience digitale produites pour le CIM.
Méthode : mesure certifiée
https://e.gemius.com

Semrush permet de consulter le classement des sites les plus visités en Belgique.
Méthode : estimation modélisée
fr.semrush.com/analytics/ranks/rank/?db=be

Similarweb offre une estimation du trafic filtrée sur le marché belge.
Méthode : estimation modélisée
https://www.similarweb.com/fr/top-websites/belgium/
