

# MIS | GROUP

MADE IN SURVEYS • MADE IN STUDIOS



■

## RÉPONSES AUX 28 QUESTIONS ESOMAR POUR AIDER LES ACHETEURS DE PANEL EN LIGNE

■

**ESOMAR<sup>23</sup>**  
Corporate

# ■ PROFIL DE L'ENTREPRISE

## 1. De quelle expérience dispose votre entreprise en ce qui concerne les études de marché ?

MIS GROUP est depuis 2001 un institut expert en réalisation d'études quantitatives sur Internet (conseils, méthodologies, mise en place des projets, accompagnement et recommandations post-études).

Le groupe est basé en France (Paris, Lyon et Lille) sous le nom de MIS GROUP et possède une filiale (MIS GROUP UK) basée au Royaume-Uni (Londres & Birmingham) ainsi qu'une filiale (MIS GROUP IT) basée en Italie (Milan).

Via ses Access-panels propriétaires en France et à l'international (près d'un million de panélistes à travers le monde), MIS GROUP a mené de nombreux projets d'études en ligne pour ses clients depuis sa création.

MIS GROUP fournit des solutions qui vont du simple panel à l'étude complète pour d'autres cabinets d'études français et européens, mais aussi pour certains grands comptes.

Les échantillons, les cibles peuvent être très spécifiques et peuvent varier en taille à partir d'un nombre limité de répondants jusqu'à plus de 25 000 participants.

Nos domaines d'intervention :

- Études de notoriété
- Enquêtes de satisfaction
- Image de marque
- Tests de : - Packagings
  - Logos
  - Affiches
  - Spots radio
  - Spots TV
  - Annonces presse
  - Sites Internet
  - Emailings
  - Newsletters
  - Services
  - Concepts
  - Intentions d'achats
  - ...

## ■ LES SOURCES D'ÉCHANTILLONS

**2. Veuillez décrire et expliquer les sources utilisées pour les échantillons de répondants que vous fournissez. S'agit-il de bases de données, d'un panel activement managé, de listes de marketing direct, d'échantillons recueillis sur Internet, d'enquêtes en temps réel (river sampling), etc. ?**

MIS GROUP est propriétaire de plus de 30 sites Internet de recrutements de panélistes, à travers lesquels les personnes peuvent s'inscrire pour participer à des études marketing.

Nous animons et gérons nos panels en garantissant le respect des lois liées à la protection de la vie privée.

Il s'agit donc d'Access-panels propriétaires : fichiers double opt-in qualifiés de répondants.

Les Access-panels de MIS GROUP comptent aujourd'hui :

- Plus de 500 000 panélistes en France
- Plus de 200 000 panélistes au Royaume-Uni
- Près d'un million et demi de panélistes à travers le monde

MIS GROUP assure la stratégie de recrutement, la qualification et le renouvellement de son panel sur ses sites Internet propriétaires et insiste sur la qualité de celui-ci (taux de réponse, réactivité, respects des délais...).

Le recrutement se fait par l'intermédiaire de ces sites, sites dont les personnes ont connaissance à travers le référencement, des programmes de parrainage, le bouche à oreilles, des campagnes de publicité on-line, des flyers...

MIS GROUP peut également réaliser des terrains ou des études sur vos Access-panels propriétaires (fichiers clients ou fichiers prospects).



[www.avispanel.com](http://www.avispanel.com) // [www.pipeul.com](http://www.pipeul.com) // [www.reunionsdeconsommateurs.com](http://www.reunionsdeconsommateurs.com)  
[www.trynewperfumes.com](http://www.trynewperfumes.com) // [www.testerdessproduits.fr](http://www.testerdessproduits.fr) // [www.devenirclientmystere.com](http://www.devenirclientmystere.com)  
[www.yoopinion.com](http://www.yoopinion.com) // [www.surveymystere.co.uk](http://www.surveymystere.co.uk) // [www.free-cosmetic-testing.com](http://www.free-cosmetic-testing.com)

## ■ LES SOURCES D'ÉCHANTILLONS

**3. Si vous fournissez plus d'une source d'échantillons, comment combinez-vous ces différentes sources pour garantir leur validité ? Comment cela peut-il être reproduit dans le temps pour en garantir la fiabilité ? Comment gérez-vous le risque de double participation des participants au sein d'une même source ?**

• MIS GROUP contrôle les réponses des panélistes (par exemple - straight liners, racers etc...) provenant de tous les sites de panélistes.

• Nous pouvons également vérifier les identités des panélistes anonymement pour prévenir les risques de doublons.

• Notre politique de renouvellement de panélistes est vraiment importante pour nous. Nous ne voulons pas que nos membres deviennent des "professionnels" dans les études de marché en ligne.

C'est pourquoi nous ne payons pas individuellement les répondants pour leur contribution. Nous préférons offrir le système de tirage au sort (où les points cumulés peuvent être utilisés pour gagner des prix) ou le système de donation (où les points collectés peuvent être transformés en dons pour des associations humanitaires ou des ONG). Cela donne un taux de participation plus élevé. En attendant, afin de gérer le panel, cela permet de limiter les annulations d'inscriptions.

• MIS GROUP est capable d'obtenir rapidement un nombre important de répondants (provenant de nos propres Access-panels, fichiers clients ou d'un recrutement extérieur via Internet) grâce à la mise en place d'un site de projet dédié.

## ■ LES SOURCES D'ÉCHANTILLONS

### 4. Vos sources d'échantillons sont-elles uniquement utilisées pour des études de marché ? Si non, veuillez expliquer de quelles autres façons vous les utilisez.

Les échantillons des Access-panels MIS GROUP sont employés exclusivement à des fins d'études de marché et demeurent la propriété de MIS GROUP (pas de locations de fichiers).

### 5. Comment contactez-vous les groupes difficilement accessibles sur Internet ?

Nos Access-panels propriétaires nous permettent déjà de toucher de nombreuses cibles, même des cibles difficilement accessibles.

Néanmoins, nous pouvons lancer des campagnes de recrutements spéciales quand cela s'avère nécessaire. Les campagnes de recrutement sont basées sur des actions de communication ciblées et performantes :

- Lancement de site événementiel
- Buzz
- Presse
- Concours
- Emailing – mailing
- Opération de parrainage
- Campagnes AdWords
- Etc.

### 6. Si, pour un projet spécifique, vous devez compléter vos échantillons avec les échantillons d'un autre fournisseur, comment choisissez-vous ces partenaires ? Prévenez-vous vos clients avant de faire appel à un fournisseur tiers ?

MIS GROUP fait appel à des fournisseurs extérieurs quand il n'y a pas assez de potentiel dans son propre panel pour répondre à la taille de l'échantillon nécessaire demandé par les clients.

MIS GROUP informe ses clients au cours de la phase d'évaluation du terrain de l'usage d'un partenaire extérieur. Le client peut parfois – si il le désire - connaître la société partenaire sélectionnée pour l'étude.

MIS GROUP sélectionne ses partenaires sur la base de plusieurs critères :

- Réputation du prestataire de services sur le marché
- L'utilisation préférentielle des partenaires locaux pour les enquêtes multi-pays

## ■ GESTION DES ÉCHANTILLONS DE RÉPONDANTS ET DE PROJETS

### 7. Quelles mesures prenez-vous pour obtenir un échantillon représentatif de la population cible ?

MIS GROUP utilise les quotas de représentativités fournis par les organes officiels de chaque pays. Par exemple, MIS GROUP utilise les données issues des dernières publications de l'INSEE en France, et les publications de l'ONS en Grande-Bretagne.

### 8. Utilisez-vous un système de routage d'enquêtes ?

Oui, MIS GROUP utilise un système de routage d'enquêtes qui a été développé en interne par notre équipe informatique. Cela permet de maintenir un niveau de qualité élevé des échantillons, sa représentativité pour chaque projet et pays ainsi que pour améliorer l'expérience des panélistes.

### 9. Si vous utilisez un système de routage, veuillez décrire le processus d'échantillonnage utilisé. Comment décidez-vous quelles enquêtes pourraient être attribuées à un répondant ? Quel est le principe utilisé pour affecter un répondant à une enquête ?

MIS GROUP détermine avec son client le profil de panéliste précis et souhaité. Selon les critères du client et de notre taux de réponses (variable en fonction des profils des répondants), nous sélectionnons un groupe de nos panélistes et les invitons à participer à l'enquête (compte tenu de leur participation à d'autres enquêtes aussi). Il y a une période de temps fixe entre les deux enquêtes durant laquelle le répondant peut être contacté. Une priorité peut être réglée en fonction de la date de fin du travail sur le terrain des projets.

### 10. Si vous utilisez un système de routage : quelles mesures mettez-vous en place pour garantir ou optimiser l'impartialité ? Comment mesurez-vous l'impartialité et comment rédigez-vous des comptes-rendus ?

MIS GROUP utilise le routeur dans les pays où son panel est suffisamment large pour ne pas influencer les résultats des études en cours.

Le routeur permet également de prendre en compte la participation des répondants dans différents projets et exclut ceux qui ont participé récemment. Pour certains projets, un screener est mis en place au début du questionnaire pour sélectionner et filtrer les répondants avec plus de précision.

MIS GROUP contrôle en permanence et analyse les données de son panel (le taux de réponses, la réactivité, la qualité du profil, etc.)

## ■ GESTION DES ÉCHANTILLONS DE RÉPONDANTS ET DE PROJETS

**11. Si vous utilisez un système de routage : qui, dans votre entreprise, est chargé de définir les paramètres du système ? S'agit-il d'une équipe spécialisée ou des chefs de projet ?**

Seule une équipe spécialement dédiée peut changer les paramètres du routeur et gérer sa fonctionnalité.

Cette équipe met en place et mesure tous les aspects fonctionnels du système de routage : les règles d'échantillonnage, les paramètres système, la qualité des données, les règles de participation pour les répondants et ainsi de suite. Tout ce travail est effectué dans le but de proposer et d'exécuter les possibles améliorations.

**12. Quelles sont les données conservées à propos des répondants ? Comment sont-elles conservées ? Quelles sont les différences entre les différentes sources d'échantillons ? Comment ces données sont-elles mises à jour ? Si vous ne conservez pas de données de profiling comment gérez-vous les projets à faible incidence ?**

Lors de l'inscription, nous recueillons les données suivantes (au moins) : adresse e-mail, titre, nom, prénom, adresse, code postal, ville, et la date de naissance. Sur certains sites Internet, l'inscription consiste à fournir des informations supplémentaires telles que : CSP du répondant, CSP du chef de famille, statut marital, niveau d'éducation, statut professionnel, information sur le ménage (type de logements, nombre de personnes vivant dedans), informations sur les enfants, etc.

Après l'inscription, nous suggérons à nos panélistes de compléter leurs profils à travers différents questionnaires de qualification qui couvrent plusieurs thèmes :

- Travail
- Équipement de la maison
- Intérêts (sports, loisirs, etc.)
- Habitudes alimentaires
- Finance
- Voyage
- Auto/Moto
- Textile
- etc.



Ces questionnaires de profil sont mis à jour tous les 3 mois - tous les 12 mois en fonction des sujets. Nous offrons des récompenses supplémentaires à nos panélistes pour les encourager à faire ces mises à jour plus fréquemment.

## ■ GESTION DES ÉCHANTILLONS DE RÉPONDANTS ET DE PROJETS

**13. Expliquez comment les participants sont invités à prendre part à une enquête. À quoi ressemble une invitation type ? Quelles sont les informations fournies à propos du projet lui-même ? En dehors des invitations directes à participer à certaines enquêtes spécifiques (ou à un système de routage), quelles sont les autres invitations auxquelles sont exposés les participants ? À noter, les invitations ne se limitent pas aux e-mails.**

Les panélistes de MIS GROUP sont invités à prendre part à une enquête via un e-mail d'invitation qui contient les informations suivantes :

- Durée de l'enquête
- Le thème principal de l'enquête
- La récompense qu'ils pourront gagner en répondant au questionnaire
- Lien qui leur permet d'accéder à leur compte et à l'enquête

Nous informons toujours les répondants qu'il s'agit d'un sondage anonyme. De plus, l'e-mail d'invitation contient un lien leur permettant de se désinscrire automatiquement de nos panels.

**14. Veuillez décrire la nature du système de récompenses offertes aux répondants. Comment varie-t-il selon la durée de l'enquête, les caractéristiques des répondants ou d'autres facteurs dont vous tenez compte ?**

Le système de récompenses de MIS GROUP varie selon les différents sites de panels.

Nous offrons les récompenses suivantes :

- La participation à un tirage au sort pour gagner un ou plusieurs chèques cadeaux
- L'attribution des points permettant aux panélistes de :
  - participer à un tirage au sort
  - participer à des lots mis aux enchères
  - transformer leurs points sous forme de dons pour les organismes de bienfaisance comme l'UNICEF, Macmillan Cancer Support, British Heart Foundation, etc.

## ■ GESTION DES ÉCHANTILLONS DE RÉPONDANTS ET DE PROJETS

### 15. De quelles informations avez-vous besoin pour déterminer la faisabilité d'un projet ?

Tout dépend de l'étude de marché :

- La durée
- Le sujet de l'enquête
- Le profil des panélistes
- La structure du questionnaire
- etc.

### 16. Mesurez-vous la satisfaction des répondants ?

La satisfaction des personnes interrogées est évaluée de plusieurs manières :

- à travers le taux d'abandon lors d'une enquête. Un taux d'abandon « anormal » peut nous signaler un souci dans l'architecture du questionnaire, la longueur de celui-ci...
- à travers le nombre de désinscriptions à notre panel. Même si cette variable est à prendre avec considération, car notre objectif n'est pas d'avoir des professionnels des études dans notre panel.
- à travers des études internes réalisées tous les ans, permettant de connaître les points de satisfaction/insatisfaction de notre panel.
- à travers un système de notation à la fin de chaque questionnaire, où les participants sont invités à s'exprimer sur la qualité de celui-ci.

### 17. Quelles informations fournissez-vous pour présenter un bilan à votre client une fois le projet terminé ?

Nous mettons en place des tableaux de suivi en temps réels des résultats pour permettre à nos clients de suivre l'avancée d'un terrain d'étude, selon les différents quotas demandés.

Nous leur donnons également des informations complémentaires telles que :

- nombre de personnes qui ont répondu à l'enquête au total,
- nombre de personnes qui ont été filtrées,
- nombre de personnes qui ont répondu partiellement à l'enquête,
- nombre de personnes qui sont allées jusqu'au bout du questionnaire.

Ces informations ne sont pas remises à la fin du projet, mais disponibles en temps réel à travers une interface sécurisée avec identifiant et mot de passe.

## ■ QUALITÉ ET VALIDATION DES DONNÉES

### 18. Qui est responsable du contrôle de la qualité des données ? Si vous en êtes responsable, avez-vous mis en place des procédures pour réduire ou éliminer des comportements indésirables dans l'enquête tels que : (a) des réponses au hasard, (b) des réponses illogiques ou incohérentes, (c) l'utilisation abusive des éléments de non réponse (comme « ne sais pas »), (d) ou des réponses brèves (enquête terminée trop rapidement) ? Veuillez décrire ces procédures.

La gestion du panel MIS GROUP :

- Pré-qualification lors de l'inscription
- Contrôle des doublons (adresses électroniques, adresses postales, numéros de téléphone, mot de passe, date de naissance, etc.)
- Campagne annuelle de requalification
- Contrôle permanent
- Validation des nouveaux profils
- Contrôle de l'adresse IP des répondants
- Politique de fidélisation
- Attribution des « marques de confiance » (si nous avons le moindre doute sur la qualité d'un répondant, nous le « blacklisterons » et nous ne prendrons plus ses réponses en considération)
- Etc.

MIS GROUP vérifie systématiquement les critères de panel suivant lors de la réalisation d'une étude de marché :

- Le temps pris par le répondant sur le questionnaire (globalement et par question)
- L'adresse IP du répondant pour identifier les propriétaires du compte
- La qualité de réponses aux questions ouvertes
- La cohérence des réponses
- Etc.

Nous utilisons toutes ces techniques pour nous assurer de la qualité des réponses des panélistes et pour condamner les membres non-fiables.



## ■ QUALITÉ ET VALIDATION DES DONNÉES

**19. Quelles limites fixez-vous (le cas échéant) aux invitations à prendre part à des enchères ? C'est-à-dire, à quelle fréquence une personne peut-elle être contactée pour participer à une enquête, qu'elle réponde ou non à cette invitation ? Ces limites sont-elles les mêmes pour vos différentes sources d'échantillons ?**

Les répondants ne peuvent pas participer à deux enquêtes de longue durée sur le même sujet dans les 6 mois. De plus, les répondants ne peuvent pas participer à une enquête d'une durée de plus de 20 minutes plus de 5 fois par an.

**20. À quelle fréquence un individu peut-il participer à une enquête ? Cela varie-t-il selon vos sources d'échantillons ? Comment gérez-vous ces limites au sein des catégories d'enquête et/ou des délais imposés ?** Se référer à la question 19.

**21. Maintenez-vous des données au niveau individuel (l'historique de participation, la date d'entrée au sein du panel, la source, etc.) ? Pouvez-vous fournir à votre client une analyse de ces données au niveau individuel pour chaque projet ?**

MIS GROUP conserve un historique des critères de panélistes suivants :

- Date d'inscription sur nos panels
- Sources d'inscription (des moteurs de recherche, invitations d'ami, directe, etc.)
- Dates de participations aux études
- Les dossiers de modification du profil
- Etc.

**22. Avez-vous une procédure relative à la vérification de l'identité du répondant ? Disposez-vous de procédures pour détecter les fraudes ? Veuillez décrire ces procédures telles qu'elles sont implémentées au moment de l'enregistrement de l'échantillon source ou au point d'entrée à une enquête ou un routage. Si vous proposez des échantillons B2B, quelles sont les procédures spécifiques dont vous disposez (le cas échéant) ?**

Au moment de l'inscription, nous vérifions automatiquement les doublons d'adresses e-mail. Nous gardons un œil sur chaque inscription afin que « les escrocs » et panélistes qui se sont inscrits deux fois soient repérés. Dans ce cas, nous comparons différents types d'informations, comme le nom d'utilisateur, mot de passe, date de naissance et plus. Nous vérifions également les adresses IP de nos ordinateurs membres. Si nous avons le moindre doute, notre politique nous permet de blacklister le panéliste. L'intervenant ne sera pas informé afin d'éviter de nouvelles inscriptions sous un autre nom ou adresse e-mail, mais le panéliste pourra toujours avoir accès à certaines enquêtes. Nous ne tiendrons pas compte de ses réponses pour les résultats du client.

## ■ POLITIQUE ET CONFORMITÉ

**23. Veuillez décrire les processus de « consentement à la participation aux études de marché » pour tous vos panels.**

MIS GROUP utilise le principe de double opt-in.

Le double opt-in, adopté par MIS GROUP, signifie que les panélistes doivent donner leur consentement pour participer et ce de deux façons :

- Les panélistes remplissent volontairement un formulaire d'inscription sur nos sites de recrutement
- Les panélistes activent leur compte en cliquant sur un lien envoyé automatiquement par e-mail

Leur inscription sera alors validée et ils n'auront accès à notre site qu'après avoir cliqué sur ce lien de confirmation par e-mail.

**24. Veuillez fournir un lien vers votre charte de confidentialité. Comment vos répondants ont-ils accès à votre charte de confidentialité ?**

Nos répondants ont accès à la charte de confidentialité sur tous nos sites panélistes, soit via la FAQ, soit dans un lien en bas du site, soit directement via le menu.

Lien vers notre charte de confidentialité : <http://www.free-cosmetic-testing.com/politique-de-confidentialite>

## ■ POLITIQUE ET CONFORMITÉ

### **25. Veuillez décrire les mesures prises pour garantir la protection et la sécurité des données.**

Tous nos bases de données sont sécurisées et conservées au sein de l'entreprise. Toutes les informations sont conservées conformément aux lignes directrices fournies par les autorités de protection des données au Royaume-Uni et en France. Nous sommes également vigilants et nous rappelons toujours à nos clients que nous ne pouvons pas donner de renseignements personnels sur les répondants.

### **26. Quelles démarches effectuez-vous pour décider si une étude en ligne est appropriée au partage des données ou des documents confiés appartenant à un client avec les panélistes ?**

Tout d'abord, au cours du processus d'inscription nos panélistes sont priés de respecter l'accord de confidentialité.

Deuxièmement, avant le lancement du projet, nous nous assurons du niveau de confidentialité que notre client souhaite appliquer pour celui-ci et demandons à nos panélistes d'accepter les conditions spéciales de confidentialité si nécessaire. Nous avons plusieurs solutions techniques nous permettant de protéger les données, telles que l'interdiction de la fonction de capture d'écran, l'interdiction des fonctions copier/coller et utilisons des vidéos en streaming afin d'éviter que le navigateur internet stockent des données.

### **27. Possédez-vous une certification auprès d'un système de qualité ? Si oui, lequel/lesquels ?**

Comme mentionné dans la question 18, MIS GROUP vérifie systématiquement les critères tels que :

- Le temps pris par le répondant sur le questionnaire (globalement et par question)
- L'adresse IP du répondant pour identifier les propriétaires du compte
- La qualité de réponses aux questions ouvertes
- La cohérence des réponses
- Etc.

Nous utilisons toutes ces techniques pour nous assurer de la qualité des réponses des panélistes et pour condamner les membres non-fiables.

## ■ POLITIQUE ET CONFORMITÉ

### **28. Organisez-vous des enquêtes en ligne auprès d'enfants et de jeunes adultes ? Si oui, respectez-vous les normes établies par ESOMAR ? À quelles autres règles et normes, par exemple COPPA aux États-Unis, vous conformez-vous ?**

L'âge minimum pour s'inscrire sur nos panels est de 15 ans.

Les enquêtes réservées aux enfants âgés de moins de 15 ans ne sont possibles qu'en présence des parents. Nous leur demandons de répondre à l'enquête avec leur enfant.





■

# NOUS CONTACTER

■

**Nicolas KELLER**

Directeur Associé FR  
+33 (0)1 48 78 00 55  
n.keller@misgroup.io

**Cécile KING**

Country Director UK  
+44 (0)20 7687 1234  
c.king@misgroup.io

**Mathieu CICHY**

Chef de projet - Panels Online  
+33 (0)3 74 09 60 70  
m.cichy@misgroup.io

[www.misgroup.io](http://www.misgroup.io)