

Mesure d'audience sur le Net: Nielsen et ComScore sont mis en cause

L'IAB (*Interactive Advertising Bureau*) américain s'est lancé dans une campagne visant à exiger des instituts d'études Nielsen/Netratings et Comscore qu'ils se soumettent à un audit pour évaluer leurs méthodes de mesure d'audience de sites Internet.

L'IAB demande qu'un organisme indépendant, le Media Rating Council (MRC), soit chargé de cet audit.

La direction de Nielsen/Netratings a répondu positivement par écrit.

En France, le CESP (*Centre d'Etudes des Supports de la Publicité*), organisme syndical paritaire, s'est engagé sur la même voie: il demande, lui aussi, un audit pour évaluer les méthodes de Comscore, le géant américain qui vient de débarquer en Europe.

IAB France a rebondi en approuvant la demande du CESP. Cette démarche rejoint l'initiative d'élaboration d'une charte des Déclarants Internet qui s'imposera à ses membres.