

Médiamétrie édicte un code de bonne conduite des pratiques Internet.

Le comité Internet de Médiamétrie, qui réunit annonceurs, agences médias, associations professionnelles et éditeurs de sites, vient de publier un «code de bonne conduite des pratiques internet». Ce document définit une éthique de la mesure d'audience sur l'internet, basée sur des règles communes partagées par les sites «mesurés», les utilisateurs de ces mesures et les «mesureurs». Constitué de dix articles, ce code définit, d'une part, la mesure elle-même (périmètre, indicateurs, méthodes, résultats,?) et, d'autre part, les conditions et règles déontologiques d'utilisation et de communication des résultats. Selon Médiamétrie, ce code a pour objectif de « répondre à la demande du marché en termes de clarification et de simplification des outils de mesure d'audience et de performance d'internet».