

**Toluna**<sup>TM</sup> 

# Esomar 26

26 questions to help  
research buyers of online samples





## PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

Q1. Quelle expérience a votre société dans le domaine des échantillonnages en ligne pour les études de marché ?

Fondée en 2000, la société Toluna s'est toujours située au premier plan dans le développement des panels en ligne.

Considérée par la plupart des

experts comme la principale créatrice du concept de « communauté » de panels, Toluna a lancé sa première communauté de panels en France en 2000. Elle a par ailleurs déployé ses premiers portails Web 2.0 à partir de 2007. Toluna dispose aujourd'hui d'un réseau unique de communautés de panels de plus de 2,4 millions de membres dans 30 pays. Elle fournit en outre des échantillonnages en ligne, une programmation des sondages et sa plate-forme hébergée de gestion de communautés de panels (PanelPortal) consacrée à la recherche de professionnels dans plus de 700 organisations sur les 5 continents.

En 2008, Toluna a accueilli Common Knowledge Research Services dans le groupe pour compléter ses forces traditionnelles en Europe et dans la zone Asie-Pacifique grâce à son fort débit d'échantillonnage en ligne aux États-Unis et au Canada. Common Knowledge dessert la communauté d'études de marché depuis 1988 et réalise des échantillonnages en ligne pour les études de marché depuis 1997.

Actuellement, Toluna présente plus de 1 000 projets de commerce électronique entreprise à consommateur et interentreprise par mois, dont beaucoup sont présentés dans plusieurs pays.

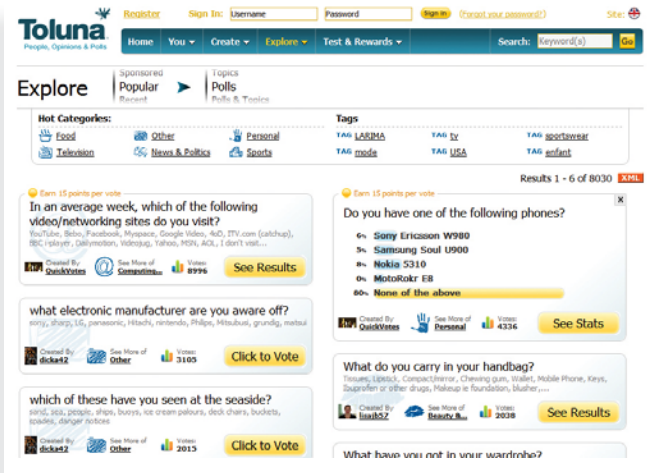
## SOURCE D'ÉCHANTILLONNAGE

Les 30 communautés de panels appartenant à Toluna sont des panels gérés activement.

L'équipe chargée des plans médias gère l'intégralité du processus de recrutement et utilise des méthodes comme les bannières, les indications de membres, le paiement au clic, l'optimisation des recherches naturelles, le marketing des filiales, les emails et les relations publiques en ligne.

En particulier pour les professionnels qualifiés du commerce interentreprise, Toluna a conclu des accords médias avec les principaux éditeurs de titres professionnels. Par exemple, Toluna a conclu un partenariat exclusif avec Incisive Media en vue d'utiliser ses listes d'abonnés à divers titres dans les secteurs de l'informatique, de la finance, de la comptabilité et de la gestion des risques. Par exemple, ceux-ci sont recrutés en ligne et hors ligne dans une communauté dédiée de professionnels des affaires [www.incisiveopinion.co.uk](http://www.incisiveopinion.co.uk).

Les membres sont recrutés à partir d'une large gamme d'opinions en ligne et hors ligne qui représentent le mieux la communauté en ligne dans son ensemble dans chaque pays – l'exemple de copie d'écran ci-dessous vient du Royaume-Uni.



Contrairement aux autres panels en ligne, Toluna a adopté le concept de médias sociaux et a développé les « communautés de panels » afin d'optimiser l'engagement des membres et de surmonter le problème continu de l'industrie relatif à la baisse des taux de réponse aux sondages et à l'adhésion à plusieurs panels. Toluna a lancé toluna.com, sa « communauté sociale votante », où les membres peuvent créer leurs propres enquêtes ou débats pour que les autres membres y répondent et y contribuent.

Dans le cadre de la « stratégie d'engagement » continue, qui se concentre sur l'amélioration de l'expérience des panélistes en ligne tout en apportant une certaine valeur ajoutée, la communauté déploie régulièrement de nouvelles fonctionnalités comme les enquêtes vidéo, l'évaluation de la Commission des sondages pour les membres et les pages des profils personnels. Depuis le lancement de nos communautés sociales votantes en Europe, nous avons enregistré une croissance vertigineuse du nombre « d'inscriptions internes ». De nombreux nouveaux membres sont attirés vers les communautés en raison de la valeur unique qu'elles offrent (voir la Question 3 pour plus d'informations).

Grâce à nos panels, nous offrons un avantage énorme avec notre approche communautaire qui optimise l'engagement des personnes interrogées. Le

public des consommateurs en ligne d'aujourd'hui est vite saturé d'emails d'invitation à des sondages. En se concentrant sur l'engagement croissant des membres grâce à l'utilisation du concept de médias sociaux, Toluna peut générer de meilleurs taux de réponse que ceux des normes professionnelles et améliorer la fiabilité des données pour soutenir les décisions marketing.

De plus, nous pensons que les personnes qui gèrent notre panel ont une grande expérience qu'ils ont acquis en ayant eux-mêmes été des spécialistes des études de marché (afin de parler le même langage que vous), ou grâce à leur expertise spécifique en matière de communauté en ligne. Toluna est fière de l'intégrité, de l'expérience et des pratiques de son équipe chargée des panels, ce qui permet de garantir qu'ils sont gérés de façon à vous inspirer confiance et à vous donner satisfaction.

Le fait que Toluna se concentre sur l'optimisation de l'engagement des membres lui permet de réaliser plusieurs objectifs cruciaux :

En tant que membres d'une communauté en ligne, les particuliers bénéficient d'une « récompense sociale » au niveau de l'interaction et de la communication sur des portails comme [www.toluna.com](http://www.toluna.com). Nos panélistes peuvent faire leurs propres enquêtes et mener leurs propres débats, évaluer les opinions des autres et créer leurs propres pages de profil de communauté.



Le fait qu'ils répondent généralement à 10 enquêtes par mois est un exemple de leur niveau d'engagement (rien qu'au Royaume-Uni, les personnes interrogées répondent à plus de 150 000 enquêtes par jour). En conséquence, la marque Toluna attire de nombreux nouveaux membres qui n'auraient jamais envisagé de rejoindre un panel et elle les garde plus longtemps. Ceci représente pour nos clients un renouvellement interne des personnes interrogées tout en limitant la dépendance vis-à-vis d'un noyau dur de personnes qui répondent régulièrement à des sondages.

Deuxièmement, chaque fois qu'un membre répond à une enquête sur [toluna.com](http://toluna.com), les données sont enregistrées et mises à jour dans le cadre de son profil. Autrement dit, cela complète la méthode classique de collecte des données de profil (grâce à l'utilisation de questionnaires spécialisés de dépistage) et crée une vaste plate-forme très flexible qui permet d'évaluer la faisabilité grâce au calcul des taux d'incidence de la communauté de panels, quelque que soit le profil de consommateur demandé. Par ailleurs, les tableaux de bord personnels des panélistes encouragent et récompensent les questionnaires de profil remplis ET mis à jour régulièrement (16 questionnaires spécialisés de dépistage de sous-panels, adaptés à chaque pays, sont actuellement disponibles). Toluna enregistre en moyenne 750 caractères qualitatifs par panéliste (sur 1 700 possibles), qui sont tous régulièrement mis à jour.

Enfin, grâce à l'interaction entre les membres, à la création d'enquêtes et aux votes, à la participation des membres aux débats et à la gestion de leur profil en ligne, leur niveau d'engagement vis-à-vis du panel est beaucoup plus élevé que si nous accordions une récompense purement financière, c'est-à-dire un bon d'achat. C'est pourquoi les invitations à des sondages que nous envoyons à nos membres émanent d'une marque qu'ils connaissent et avec laquelle ils interagissent et « s'impliquent ». Cela nous permet de

nous assurer que les personnes interrogées n'appuient pas sur le bouton « Supprimer » comme s'il s'agissait encore une fois d'un email pour un sondage.

En résumé, comme Toluna se concentre sur l'engagement et l'implication des personnes interrogées envers la communauté Toluna, cela aboutit à des profils plus élaborés, à de meilleurs taux de réponse et à des taux de remplissage plus élevés et en fin de compte, à des données plus fiables.

Les communautés de panels de Toluna sont accessibles seulement à des fins d'étude de marché.

Nous ne partageons en aucun cas les données des panélistes avec des organisations externes et nous ne faisons aucune forme de publicité ou de marketing direct auprès de nos membres

Les panels de communauté de Toluna et le large éventail d'enquêtes et d'opinions qu'ils créent, attirent une grande variété de groupes, de profils et de groupes sociodémographiques. Grâce à sa capacité à attirer les placements médias des publics de niche et les partenariats conclus avec les titres médias spécialisés,

Q4. Si la source d'échantillonnage est un panel ou une base de données, ce panel ou cette base de données est-il/elle utilisé(e) uniquement pour des études de marché ? Sinon, veuillez expliquer.

Q5. Comment approchez-vous les groupes qui sont peu accessibles sur Internet ?



Toluna pense avoir la capacité enviable d'atteindre des publics peu accessibles.

La valeur interactive de nos portails, produite par les utilisateurs, permet de générer des opinions et d'échanger des points de vue sur n'importe quel sujet, ce qui constitue un attrait intéressant (c'est-à-dire la création d'enquêtes, l'affichage des résultats, la contribution aux débats, etc.). Cela a doublé le taux de conversion des visiteurs grâce au bouche à oreille/aux indications de membres et/ou à l'optimisation des recherches naturelles, tout en attirant des profils sociodémographiques de consommateurs très larges et/ou très difficiles à atteindre (comme les adolescents), ainsi que des consommateurs qui ne sont pas normalement prédisposés à se joindre aux panels en ligne.

L'équipe de Toluna chargée des plans médias utilise une large gamme de programmes de médias et de programmes affiliés pour recruter sur demande des segments sociodémographiques spécifiques pour notre réseau mondial de communautés de panels. Notre équipe a beaucoup d'expérience dans la conception de communications adaptées en fonction des différents publics des 30 pays dans lesquels elle travaille.

Un processus d'inscription optimisé et soigneusement planifié assure un taux de conversion maximal de l'adhésion initiale tandis que le processus de gestion des profils garantit le traitement progressif et homogène des données de profil supplémentaires.

Toluna est particulièrement équipée pour fournir un accès fiable aux larges cibles de consommateurs, ainsi qu'aux profils correspondant à de très petites niches en raison de ce recrutement et de ce modèle de profil sophistiqués.

Dans certains pays, Toluna utilise des méthodes de recrutement par courrier et par téléphone afin de

pouvoir atteindre les populations qui ne sont pas habituellement bien représentées en ligne, comme les personnes de plus de 65 ans et/ou celles qui appartiennent à certains groupes ethniques. Actuellement, le coût et l'efficacité de ces activités sont prohibitifs sauf pour certaines professions comme les décideurs du commerce interentreprise et les médecins – où le recrutement initial se fait fréquemment hors ligne.

Bienvenue à Toluna ! L'endroit où vous pouvez exprimer votre opinion et savoir ce que les autres pensent !

Q6. Que dites-vous aux personnes qui viennent d'être recrutées ?

Toluna ne communique pas sur une proposition purement financière. Notre proposition est plutôt axée sur notre capacité à permettre aux consommateurs d'exprimer et de partager leurs opinions et de recueillir d'autres opinions, ainsi que d'être récompensés pour le temps qu'ils passent à répondre aux sondages. Tous les membres sont clairement informés qu'ils rejoignent un panel en ligne lors de leur première inscription et qu'ils sont inscrits à un jeu-concours à titre de remerciement pour leur adhésion.



Nous garantissons aux membres qu'ils ne seront jamais approchés pour des actions de marketing et qu'ils ne recevront jamais de publicité du fait de leur inscription au panel – ils ne seront pas non plus récompensés pour des réponses trompeuses ou malhonnêtes. Chaque membre est également averti que ses opinions ne seront utilisées qu'à des fins d'étude et qu'elles ne seront pas utilisées par des organisations tiers pour des besoins commerciaux. En outre, ils doivent savoir qu'ils peuvent gagner des « points de récompense » en répondant aux sondages. Des liens vers les conditions générales d'utilisation des services du site et vers la politique de confidentialité sont clairement mis à la disposition de tous.

Dans les tout récents portails de Toluna.com, nous demandons aux membres s'ils veulent participer à des sondages ou s'ils souhaitent simplement répondre aux enquêtes et participer aux débats sur le site. Veuillez noter que les particuliers peuvent choisir de devenir membres de la communauté sans être tenus de participer à des sondages. De plus, les membres peuvent choisir de recevoir ou non les newsletters et ils peuvent limiter leurs informations personnelles affichées publiquement sur le site.

## RECRUTEMENT DE PANELS

Notre taux d'attrition est de 25 à 35 % par an, selon le pays.

Ce chiffre est calculé d'après le nombre de membres qui ont quitté le panel pendant l'année par rapport à la taille moyenne du panel sur la même période.

Les membres ayant quitté le panel sont définis comme étant ceux qui se désabonnent, ceux pour lesquels les emails ne sont pas arrivés à destination pour motif de refus permanent et ceux qui cessent de répondre aux sondages ou de participer aux activités d'établissement de profil via des emails sur une période de roulement de 12 mois.

Nous discutons de l'attrition avec nos clients lors de l'étape de planification du projet pour savoir s'il existe une possibilité qu'elle puisse avoir une incidence sur un projet particulier, comme une étude longitudinale.

Q7. Si l'échantillonnage provient d'un panel, quel est votre taux annuel de rotation/d'attrition/de rétention du panel et comment est-il calculé ?



Q8. Veuillez décrire le processus de liste d'inclusion.

Les nouveaux panélistes doivent figurer dans une liste d'inclusion confirmée. Le processus est le suivant:

Étape 1 : Le futur panéliste remplit le formulaire d'inscription au panel qui comprend ses coordonnées et des informations sociodémographiques (première inclusion).

Étape 2 : Un email automatique est envoyé à l'adresse du futur panéliste. Ce dernier doit vérifier son inscription au panel en cliquant sur un lien qui lui permet de confirmer les informations qu'il a données lors de son inscription.

Étape 3 : Lorsque le futur panéliste a cliqué sur le lien (deuxième inclusion), il/elle devient officiellement membre du panel et peut dès lors choisir de donner des informations supplémentaires sur son profil. Un autre email automatique, qui comprend les informations de connexion à son compte pour consultation ultérieure, lui est alors envoyé.

Q9. Disposez-vous d'une procédure de confirmation d'identité ? Avez-vous des procédures pour détecter les particuliers qui commettent des actes frauduleux lors de leur inscription au panel ? Si oui, veuillez les décrire.

Lors de son inscription, l'adresse email d'un utilisateur doit être valide et unique. Notre système identifie automatiquement les adresses email en double et toutes les adresses sont vérifiées par rapport à notre propre « liste noire » de panélistes exclus qui n'ont pas le droit

de s'inscrire (ou de se réinscrire) pour faire partie de notre communauté.

De plus, il existe une vérification plus détaillée à partir des dates de naissance, des noms, des adresses et des mots de passe. Tous les membres en double sont supprimés. Nous pouvons également identifier les adresses email « potentiellement » en double comme les variations alphanumériques sur une adresse originale (ex. jon01@smith.com/jon02@smith.com). Les membres doivent également confirmer leur adresse postale lorsqu'ils acceptent des incitations ou lorsqu'ils s'inscrivent pour tester un produit à la maison, ce qui, dans les pays les plus grands, est vérifié avec le fichier d'adresses postales actuel (PAF – Postal Address File ou USPS aux États-Unis). Il garantit que ceux qui souhaitent s'inscrire deux fois ne peuvent pas utiliser les fausses ou les anciennes adresses non valables. De plus, aux États-Unis, notre panel est contrôlé par rapport à des bases de données de tiers, afin de vérifier que le panéliste habite bien à l'adresse qu'il a indiquée lors de son inscription.

Nous effectuons aussi régulièrement des contrôles de cohérence entre les données de base fournies lors de l'inscription et les données actuelles des profils. Toluna a également inclus des questions « pièges » dans les questionnaires de profil afin d'identifier les contradictions dans les réponses (ex. l'âge, le sexe, le revenu, la région, le nombre d'enfants, etc.).



Q10. Quelles données de profil conservez-vous sur les membres des panels ? Combien de membres sont concernés par la collecte des données et quelle est la fréquence des mises à jour ?

Toluna recueille actuellement jusqu'à 1 700 caractères qualitatifs par l'intermédiaire de nombreux systèmes de dépistage spécialisés, ainsi qu'un grand nombre de points de données à partir des « Sondages » et des « Votes rapides

» réalisés en direct sur les sites de la communauté afin de donner une image plus détaillée des secteurs qui semblent être importants aux yeux des clients de Toluna. Le nombre actuel maximum de points de données par panéliste approche les 15 000. Les 1 700 caractères actuels sont les caractères qualitatifs de profil essentiels pour lesquels nous enregistrons une moyenne d'environ 750 par panéliste.

Les « panels de spécialistes » de Toluna dont le profil est optimisé pour chaque secteur de marché spécifique (voir <http://www.toluna-group.com/en/specialist-panels/>) sont les suivants :

- Automobile
- Commerce interentreprise
- Cosmétiques
- Expériences et attentes
- Mode
- Finance
- Alimentation et boissons
- Consommateur écologique
- Santé
- Passe-temps et loisirs
- Maison (et courses)
- Médias (et communications)
- Téléphone portable

- Sports
- Adolescents
- Voyages
- Utilisateur internet (y compris les achats et la technologie en ligne)
- Jeux vidéo

## Inscription

Le processus d'inscription et de profil de Toluna est continu tout au long de la vie d'un panéliste, l'objectif étant d'avoir de larges caractères qualitatifs actualisés sur chaque membre.

Chaque membre a son propre tableau de bord et son secteur administratif, où il retrouve un indicateur de tableau de bord pour l'aider à gérer son profil personnel. Les membres accumulent des points en complétant et en actualisant leur profil. Ce tableau de bord mentionne également les points et les réalisations.

Le tableau de bord de gestion permet à nos membres de réaliser plus facilement leurs tâches. Vous verrez ci-dessous la façon dont nous identifions les profils récemment complétés/non complétés, ainsi que les questionnaires basés sur des thématiques qui nécessitent une mise à jour. Ce système permet de garantir que les panélistes de Toluna sont récompensés et motivés et qu'ils peuvent sans cesse contrôler la précision et l'exactitude des informations de leur profil. Ainsi, Toluna peut cibler ses invitations à des sondages avec une extrême précision et nos clients profitent régulièrement de taux de réponse et de taux de remplissage impressionnants.

Pour ce qui est des spécialistes des profils, dans tous les pays et pour tous les membres, le panéliste moyen de Toluna apporte plus de 50 % des informations de profil supplémentaires pour ce pays.



## Sondages

Si un client demande un profil cible de personnes interrogées, qui n'a pas été établi dans le cadre du processus d'inscription standard et du processus de gestion de profil supplémentaire, Toluna peut lancer un sondage en quelques minutes. Ce sondage peut générer des milliers de réponses par jour et chaque réponse est enregistrée par rapport au profil des membres inscrits. Puisque presque 100 % des

réponses au sondage proviennent de membres inscrits et non du trafic Internet aléatoire, Toluna peut fournir des évaluations de faisabilité du panel extrêmement précises, même pour les profils cibles les plus difficiles.

En plus des profils sociodémographiques internes et médicaux et des profils d'utilisation/de propriété/d'intérêts des consommateurs, de commerce interentreprise et de mode de vie, nous pouvons appliquer le système de segmentation du marché Community Tapestry d'ESRI aux États-Unis afin de mettre en valeur l'image du mode de vie de nos segments de panels.

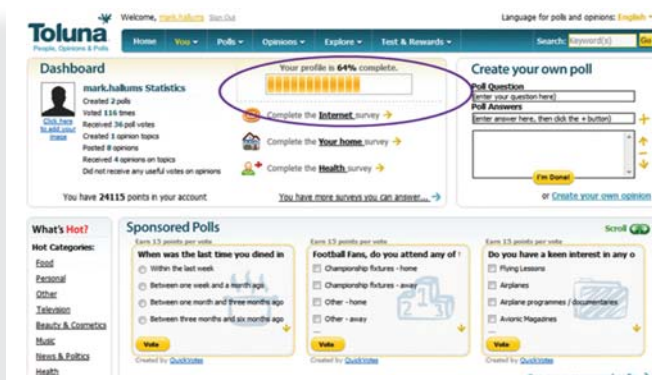
La communauté mondiale de panels de Toluna (30 pays) compte actuellement plus de 2,4 millions de membres. Le nombre actuel de panels disponibles à tout moment pour des enquêtes est défini par le règlement

Q11. Quelle est la taille et/ou la capacité du panel, en fonction des membres actifs du panel à une date donnée ? Pouvez-vous donner une vue d'ensemble des panélistes actifs par type de source ?

de participation des panélistes concernant le nombre d'enquêtes terminées ou le nombre d'invitations sur une période de roulement de trente jours. Ce règlement est établi au niveau du panel et mis en œuvre automatiquement afin de garantir qu'il est respecté.

Toluna définit les membres de panel actifs d'après les directives ESOMAR. Un panéliste actif est un particulier qui a participé à au moins un sondage ou qui a répondu à une invitation à un sondage dans les douze derniers mois au maximum.

Dans l'ensemble, environ 95 % du panel est recruté en ligne, le reste étant recruté hors ligne.





## GESTION DE PANELS ET D'ÉCHANTILLONNAGES

Q12. Veuillez décrire votre processus d'échantillonnage, y compris, le cas échéant, vos procédures d'exclusion. Les échantillonnages peuvent-ils être déployés en lots/en échantillonnages réitérés, par fuseaux horaires, zones géographiques, etc. ? Si oui, comment est-ce contrôlé ?

Toluna est fière de son expérience en matière d'échantillonnages de recherche qui exige non seulement un investissement dans les processus et les systèmes mais également la compétence de l'équipe responsable de l'échantillonnage.

La sélection des adresses email est effectuée de façon aléatoire à l'aide des critères de

profil précisés dans les quotas de clients, en tenant compte des taux de réponse prévus par caractère sociodémographique et pays cibles afin d'éviter de perdre des panélistes et de garantir qu'il n'existe aucun préjugé dans les réponses. Veuillez noter que la propension historique à répondre aux enquêtes n'est pas utilisée pour sélectionner un échantillonnage. Donc l'échantillonnage lui-même est automatiquement réparti au hasard en ce qui concerne les panélistes potentiels.

Nous pouvons exclure tout panéliste de l'enquête d'un client suivant la thématique de l'enquête auquel il/elle a récemment participé, auquel il/elle participe souvent ou pour faire le suivi des tendances des études. Dans certains pays, comme les États-Unis, les exclusions par catégorie sont particulièrement demandées et elles sont donc soutenues par rapport à ces panels.

Notre échantillonnage peut être déployé par lots, date ou zone géographique et il est programmé à l'avance.

Le processus normal de Toluna consiste à faire un pré-lancement afin d'atteindre environ 10 % de réponses sur le nombre total des enquêtes. Cela permet de mettre au point l'échantillonnage sélectionné en fonction des caractéristiques de réponse spécifiques au projet, et de réaliser un contrôle qualité pour les erreurs inattendues dues à la programmation ou à l'hébergement de l'enquête (qui peut avoir lieu avec les projets d'Echantillonnage Seul). La taille et la composition de l'échantillonnage sont alors adaptées et envoyées par lots selon les exigences du projet en matière de public cible et de délais.

L'échantillonnage est ensuite envoyé par lots, ce qui permet de ne pas surcharger l'enquête au cas où elle serait hébergée par un client.

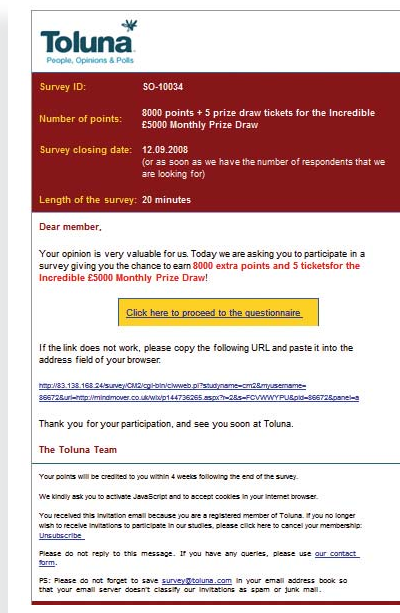
La plate-forme de gestion de panels appartenant à Toluna permet au chef de projet de vérifier en temps réel le nombre de membres du panel disponibles qui correspondent au profil cible du client. En fonction des critères internes concernant la réponse historique (par exemple, par âge, sexe et pays de résidence), un échantillonnage aléatoire est réalisé pour exécuter ce projet. Le même chef de projet est également chargé d'envoyer les invitations par la poste par lots et de remplir les quotas nécessaires.

Q13. Veuillez expliquer la façon dont les membres sont invités à participer à un sondage. À quoi ressemble une invitation classique ?



L'invitation elle-même comprend des informations sur les incitations (dépendant de la durée de l'enquête et du groupe cible), les délais du projet et la durée approximative de l'enquête. Elle fournit également un lien vers l'enquête et l'adresse URL complète que les destinataires peuvent copier/coller dans leur navigateur afin de s'assurer qu'il n'y aura pas de problèmes avec les bloqueurs de fenêtres intempestives. L'invitation ne mentionne aucune information liée à la cible recherchée afin de ne pas introduire de préjugé dans les réponses aux questions de dépistage des personnes interrogées.

Vous trouverez ci-dessous l'invitation classique envoyée par email aux membres Toluna.



Naturellement, l'email comprend un lien de désinscription, mais il donne également aux membres un lien vers l'équipe de support aux panélistes qui est à leur disposition pour traiter tous les problèmes.

L'objectif de Toluna.com est d'offrir une récompense équilibrée par rapport à l'enquête et de donner une valeur globale de l'adhésion à nos panélistes. La durée de l'enquête est le principal facteur d'influence de la valeur des incitations pour chaque projet. Elle est généralement convertie en un nombre de points qui ont une valeur financière ou, aux États-Unis, en valeur financière.

Normalement, aucune incitation supplémentaire n'est offerte pour des projets de courte durée et aucune incitation n'est jamais liée à l'incidence attendue de l'étude.

Des récompenses non-matérielles sont également offertes aux membres. Ils ont ainsi la possibilité de créer leurs propres enquêtes/opinions et de contribuer aux enquêtes/opinions des autres membres. De plus, les caractéristiques des communautés comme les évaluations de la Commission des sondages et l'affichage des profils des membres sur la page d'accueil apportent une valeur sociale, une valeur de vote social et un sentiment de communauté.

## Points

Les membres gagnent des points en répondant aux sondages. Des points sont également accordés lorsqu'ils répondent à une « enquête sponsorisée ». Ces enquêtes diffèrent des enquêtes générées par les utilisateurs puisqu'elles sont créées par Toluna au nom des clients qui souhaitent obtenir instantanément



des données de recherche de haut niveau de fiabilité ou évaluer la faisabilité d'un projet sur un profil cible de niche particulière. Les membres peuvent également accumuler des points lorsqu'ils remplissent leurs questionnaires de profil, accessibles dans la section gestion de compte personnel et s'ils les mettent à jour régulièrement.

### Récompense

Notre système d'incitation basé sur des points permet aux membres d'utiliser leurs points en échange de bons d'achat et de cadeaux du réseau de partenaires des récompenses qui est clairement indiqué aux membres. Les panélistes peuvent gérer leur compte à partir de leur propre tableau de bord. Ils peuvent y trouver tout l'historique de leurs récompenses et échanger automatiquement leurs points contre des bons d'achat.

### Jeux- concours

Les membres peuvent également participer à plusieurs jeux-concours pour gagner de l'argent et des produits. Les points accumulés peuvent être échangés contre des tickets de jeu.

### Tests de produits

Toluna propose également de tester à la maison les nouveaux produits sortis sur le marché. Cela va des barres chocolatées aux ordinateurs et aux équipements de divertissement familial, tous financés et gérés par Toluna.

### Récompense monétaire

Pour la plupart des études concernant les consommateurs adultes aux États-Unis, nos panélistes gagnent de temps en temps des récompenses monétaires. Ces récompenses sont immédiatement créditées sur le compte des panélistes dès qu'ils ont fini de répondre au sondage.

### Fréquence des contacts :

Par défaut, le système ne permet pas plus d'une invitation tous les deux jours et autorise un maximum de douze invitations par mois.

### Participation aux sondages :

Les panélistes ne peuvent normalement pas répondre à plus de 2 sondages par mois (plus un pointage), mais dans les périodes de

demande particulière et pour certaines caractéristiques sociodémographiques, nous pouvons autoriser jusqu'à 4 sondages par mois. Veuillez noter que nous ne tenons pas compte des sondages internes, des enquêtes de communauté, du contrôle du taux d'incidence ni des sondages des spécialistes des profils ; nous ne comptons pas non plus les emails de rappel.

### Rappels par email :

Le nombre total de rappels par email qu'un panéliste peut recevoir dépend de la durée disponible. Sur une période de 3 jours, un panéliste peut recevoir un seul rappel.

Q15. Combien de fois les membres sont-ils contactés à titre individuel pour des sondages en ligne sur une période donnée ? Conservez-vous des données sur l'historique de participation des panélistes et existe-t-il une limite quant au nombre de fois où les membres sont contactés et sollicités pour participer à un sondage ?



## Historique :

Notre plate-forme de gestion des panels, PanelPortal, enregistre automatiquement tout l'historique d'interaction des panélistes, y compris les emails envoyés, les emails lus, les clics vers les liens, les filtrages/les quotas atteints, les sondages auxquels ils ont répondu, les thématiques des sondages, les incitations proposées et acceptées.

Toluna doit les partager pour respecter la loi. Elle explique aussi les mesures de sécurité techniques utilisées pour s'assurer que les informations que les membres ont fournies, sont conservées dans la plus stricte confidentialité. Vous pouvez consulter cette politique en allant sur la page : <http://uk.toluna.com/Privacy>. Pour la Politique de confidentialité d'Amérique du Nord, veuillez consulter la page : [www.Your2Cents.com/Privacy.asp](http://www.Your2Cents.com/Privacy.asp).

## POLITIQUE ET CONFORMITÉ

Q16. Toluna dispose-t-elle d'une politique de confidentialité ? Si oui, en quoi consiste-t-elle ? Le panel est-il conforme aux lois régionales, nationales et locales relatives à la vie privée et à la protection des données et des enfants (par exemple, la « Sphère de Sécurité » reconnue par l'UE et aux Etats-Unis, la loi COPPA sur la protection en ligne de la vie privée des enfants) ? Quels sont les autres critères de recherche de l'industrie que vous appliquez (par exemple, le code international IOC / ESOMAR des Etudes de Marché et d'Opinion, les directives CASRO, etc.) ?

La Politique de confidentialité du panel Toluna a sa propre page sur le site Internet du panel et les membres peuvent facilement y accéder, quelque soit la page du site sur laquelle ils se trouvent. Un lien vers la politique de confidentialité figure dans toutes les invitations à des sondages comme pratique courante. La politique respecte les directives professionnelles établies et déclare que les informations personnelles identifiables des membres ne seront jamais louées, vendues ou révélées à des tiers sauf dans les cas où

Toluna respecte les normes et les codes de conduite fixés par les organisations suivantes :

- ESOMAR (European Society for Market Research)
- MRS (The UK Market Research Society)
- AMRS (The Australian Market Research Society)
- BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher)
- CASRO (Council of American Survey Research Organizations)
- MRA (Market Research Association)
- MRIA (Marketing Research & Intelligence Association)
- ARF (Advertising Research Foundation)
- Syntec Etudes Marketing et Opinion
- IMRO (Interactive Marketing Research Organization).

Le panel Toluna respecte toutes les lois de l'UE, les lois fédérales et locales concernant la confidentialité et la collecte des données.



Q17. Quelles mesures de protection/de sécurité des données avez-vous mises en place ?

Toluna dispose de plusieurs niveaux de sécurité pour assurer la protection des informations de ses panélistes.

Seuls les employés qui bénéficient de privilèges de sécurité ont accès à toutes les données de notre panel grâce à des mots de passe cryptés. Cet accès est enregistré et contrôlé. Les sous-traitants et les employés qui ne font pas partie de Toluna n'ont jamais accès aux données. Seul un réseau Toluna ou une procédure de connexion à l'application permet d'accéder aux données.

Nos serveurs sont conservés derrière un pare-feu dans un centre de données professionnel sécurisé disposant d'un accès limité. Il est impossible d'accéder aux données dans le centre de données et ces dernières sont automatiquement sauvegardées quotidiennement. Les unités de sauvegarde sont stockées sur un site séparé, à l'épreuve du feu. Pour répondre aux demandes locales du marché, des audits SAS 70 Type II sont effectués régulièrement aux États-Unis.

Nous prenons également des mesures pour garantir la sécurité des réponses, des stimuli et des informations confidentielles des clients. Seuls les panélistes qui sont invités peuvent participer à un sondage en se connectant à un site Internet sécurisé. Les réponses sont cryptées à l'aide du protocole SSL pour garantir un haut niveau de sécurité. Les graphiques ou les images confidentielles fournies par les clients ou qui leur appartiennent sont sécurisés grâce à la désactivation de la fonction Copier. La fonction cliquer sur le bouton droit peut aussi être désactivée pour éviter que le document soit sauvegardé et le presse-papiers est

vidé toutes les demi-secondes. De plus, la fonction Imprimer peut être programmée pour n'imprimer que des pages blanches.

Toluna dispose d'une équipe interne qui se consacre entièrement à la gestion de la qualité.

Ce groupe donne des précisions, forme le personnel et effectue des mesures par rapport à nos processus qualité. Chaque année, l'équipe passe en revue des milliers d'invitations à des sondages, de questionnaires, d'échantillonnages et de fichiers de données pour s'assurer que les clients ne reçoivent que des projets de sondage en ligne parfaits. De plus, Toluna se sert beaucoup des enquêtes de satisfaction client pour obtenir de nombreuses réactions sur les niveaux de satisfaction afin de contrôler et améliorer constamment la qualité comme l'exigent les clients.

Nos procédures de gestion de la qualité sont détaillées ci-dessous afin de fournir un échantillonnage et de programmer les questionnaires des clients. Les activités de la société sont régies par des processus documentés, parmi lesquels certains concernent la gestion de projet, la programmation des sondages, le contrôle de la qualité, l'échantillonnage, la gestion des panels, et la confidentialité et la sécurité des informations fournies par les clients, les panélistes et les autres dossiers confidentiels. Ces processus sont révisés et actualisés continuellement. Nous avons révisé les normes ISO proposées pour les panels d'accès aux études de marché et nous avons constaté que nos processus étaient en grande partie conformes.

Q18. Utilisez-vous un système de gestion de la qualité ?



Lorsque le système concerne des tâches spécifiques :

### Etape 1. Faisabilité de projet

Un chef de projet/responsable contrôle qualité vérifiera que la demande du client est conforme avec la commande originale afin de confirmer que le projet est faisable, c'est-à-dire que nous pouvons fournir le nombre de réponses désirées dans le délai imparti et sans dépasser le budget. Si les spécifications sont différentes, un chef de projet réévaluera la faisabilité de l'exécution du projet dans le délai imparti. Cela permet de garantir que nous agissons selon les besoins de nos clients, mais également par rapport à notre capacité réelle. Cela évite de trop promettre à nos clients et leur garantit qu'ils ne seront jamais trompés.

### Etape 2. Vérification de la qualité

Programmation des questionnaires (Projets de Service complet).

Le questionnaire du client est lu et la logique (filtres, boucles, rotation, quotas, etc.) est vérifiée par notre équipe Service complet de programmeurs de sondages expérimentés. Les questions/demandes/doutes sont validés avec le client. Nous donnons également des conseils sur la conception du questionnaire si nous estimons qu'il ne respecte pas vraiment les nuances et les exigences légales en matière de collecte de données en ligne.

Si nous estimons que la façon d'aborder les panélistes ou de poser les questions peut donner des données peu fiables, nous conseillons aussi au client de changer/reformuler ses questions. Toutes les traductions sont vérifiées par des personnes qui travaillent dans leur langue maternelle afin d'assurer la fiabilité des données.

Une fois que le questionnaire a été programmé et

que le premier lien vers le sondage est disponible, un chef de projet teste toutes les questions, la logique, les médias, la collecte des données et tout ce qui concerne l'affichage. Tous les changements sont conservés dans un seul document pour un suivi facile et le questionnaire est modifié avec les changements définitifs. Chaque changement est vérifié par l'équipe « Service complet » de Toluna et le chef de projet responsable. Le questionnaire entre en service seulement après que le client ait envoyé sa validation définitive.

Nous exécutons une « Génération de données aléatoires » sur le questionnaire et nous analysons les résultats avant d'envoyer le premier lot d'échantillonnage. Ceci permet de garantir une analyse complète de toutes les éventualités et des flux logiques, en particulier pour l'attribution de cellules complexes et de quotas.

### Étape 3. Échantillonnage et vérification sur place

L'échantillonnage en ligne est prélevé sur nos panels selon les exigences du client (nationalement représentatif ou ciblé) et il est choisi au hasard dans notre base de données selon les quotas fixés dans le questionnaire et le taux de réponse prévu par groupe de quotas. Ce processus s'applique aux projets « d'Échantillonnage seul » et de « Service complet ».

L'email d'invitation à un sondage est préparé à partir de modèles rédigés par des membres de l'équipe du panel qui travaille dans la langue maternelle. Des invitations spécifiques peuvent être préparées sur demande.

A noter : nos invitations ne contiennent aucune information sur le sujet du sondage si cela peut influencer les réponses des personnes interrogées.



Ces emails d'invitation sont revérifiés par les chefs de projet désignés (à qui ils sont envoyés sur des comptes différents). Ce contrôle permet de s'assurer que le lien vers le sondage fonctionne correctement, que l'invitation est dans la langue qui convient, que le langage HTML s'affiche correctement, que l'email est bien transmis, etc.

Après avoir vérifié soigneusement l'email d'invitation, nous commençons toujours par un pré-lancement afin d'obtenir environ 10 % du nombre requis de questionnaires remplis. Cela nous permet de contrôler le taux d'incidence prévu, le taux de réponse réel et la conception du plan d'échantillonnage. Le plan d'échantillonnage nous permet d'optimiser le temps que nous avons pour exécuter un projet et de garantir que les quotas des clients sont respectés comme convenu.

Pour les projets de Service complet, nous revérifions tous les filtres et la logique à partir des données en temps réel avant de procéder à un lancement complet.

Dès que le projet est en service, nous envoyons des emails d'invitation tous les jours ou plusieurs fois par jour afin de l'exécuter. Le nombre de réponses obtenues est contrôlé en temps réel et nous envoyons de nouveaux emails d'invitation si cela est nécessaire pour atteindre l'objectif.

#### Étape 4. Traitement des données

Une fois que le quota du projet est atteint, la qualité des données est vérifiée et l'équipe de traitement des données commence à préparer les fichiers de rapports pour les clients. Nous recrutons 10 % de panélistes en plus afin de laisser une marge qui nous permet d'éliminer ceux qui sont allés trop vite (ceux qui remplissent le questionnaire trop rapidement), ceux qui répondent trop simplement et les réponses incohérentes.

Toluna respecte toutes les lois locales concernant les sondages auprès d'enfants et de jeunes. S'ils n'ont pas l'âge légal dans la zone géographique où ils résident, nous les invitons à participer par l'intermédiaire de leurs parents/leur tuteur qui doivent accepter leur participation. S'ils ont l'âge légal (qui varie selon les pays), Toluna peut les retenir pour son panel d'adolescents.

Toluna a dirigé de nombreux projets de ce genre et peut conseiller les clients qui souhaitent mener une étude dans cette tranche d'âge en Europe, en Asie et en Amérique du Nord.

Q19. Réalisez-vous des sondages en ligne auprès d'enfants et de jeunes ? Si oui, veuillez décrire le processus pour obtenir la permission.



## PARTENARIATS ET ADHÉSION A PLUSIEURS PANELS

Q20. Complétez-vous vos échantillonnages avec des échantillonnages d'autres prestataires ? Comment choisissez-vous ces partenaires ? Le fait d'informer un client à l'avance lorsque vous utilisez un prestataire tiers fait-il partie de votre politique ? Dédoubez-vous l'échantillonnage lorsque vous utilisez plusieurs prestataires d'échantillonnages ?

à bien avec ses propres panels (parmi eux, on peut citer un changement dans les spécifications du projet affectant la capacité). Dans ce cas-là, si nous devons faire appel à un échantillonnage de tiers pour exécuter un projet en service, notre politique est d'informer le client que nous utiliserons un tiers AVANT la mise en œuvre effective. Dans de telles circonstances, nous pouvons, à la demande du client, dédoubler les adresses emails. Veuillez noter que nous n'essayons en aucun cas de dissimuler l'utilisation des liens vers des panels de tiers.

Toluna dispose d'un processus d'évaluation approfondie et maintient un système d'évaluation constante de ses prestataires agréés. Lorsqu'elle combine des échantillonnages, Toluna dédouble les

La capacité et l'ampleur de Toluna sont telles qu'elle utilise rarement des partenaires de panels externes pour réaliser les études. A l'occasion, nous utilisons des tiers certifiés, principalement dans des domaines où nous ne sommes pas présents. Dans ce cas, il n'y a aucun risque de duplication.

Toluna peut également avoir des projets et avoir surestimé sa capacité à les mener

personnes interrogées et informe naturellement ses clients lorsqu'un prestataire tiers est utilisé AVANT que le projet ne soit mis en œuvre. Nos équipes sont capables de prévoir le taux d'incidence d'un profil sur notre panel à l'aide de notre technologie d'enquête unique, d'où notre capacité de prévoir la nécessité d'un échantillonnage de tiers bien avant que les premières invitations par email soient envoyées.

Actuellement, Toluna ne croit pas qu'il existe un moyen entièrement fiable au niveau de toute la profession, pour contrôler l'adhésion à plusieurs panels dans le monde.

Parfois, lorsque plusieurs panels doivent être utilisés, nous pouvons dédoubler l'ensemble de l'échantillonnage pour nos clients.

Limiter la participation aux sondages est notre première ligne de défense. Cela nous permet de nous protéger contre les préjugés introduits par des personnes qui participent fréquemment à des sondages ; tout simplement, un professionnel des sondages rejoindra plus probablement un panel où le nombre de questionnaires à remplir est illimité. Toluna croit également que son association unique de récompenses monétaires et non-monétaires,

Q21. Avez-vous une politique concernant l'adhésion à plusieurs panels ? Que faites-vous pour vous assurer que les résultats d'un sondage sont impartiaux étant donné que certains particuliers sont inscrits dans plusieurs panels ?



combinée à sa capacité à attirer les panélistes qui n'auraient jamais envisagé de rejoindre un panel, réduit en soi le chevauchement entre ses panels et ceux des autres organisations, ce qui donne une proposition moins attirante pour les professionnels des sondages par rapport aux panels qui offrent des récompenses purement financières et sans limitation de participation.

## Abandon

Le taux d'abandon d'un sondage, en dehors des particuliers rejetés pour une question d'aptitude/de filtrage, dépend de nombreux facteurs et est largement influencé par la durée du sondage et le type de questions. Le taux moyen d'abandon se situe en dessous de 10 %, et nous pensons qu'il reflète le bon niveau d'engagement envers la communauté sociale votante de Toluna. Tous les indicateurs de participation, comme les taux d'abandon, sont automatiquement suivis par notre système de gestion des panels.

Parmi les facteurs les plus importants qui affectent les taux d'abandon, on peut citer :

### La conception visuelle

Le sondage est-il visuellement accrocheur ? Est-il crédible et clair ? Nous avons découvert que l'utilisation de la technologie d'animation Flash et une compréhension essentielle de l'utilisation d'Internet permettent d'augmenter les taux de remplissage des sondages. Par exemple, le taux d'abandon tend à être plus élevé pour les sondages longs et ceux qui présentent des grilles longues ou des questions compliquées.

### Les questions

Les questions sont-elles clairement rédigées et formulées ? Peuvent-elles dérouter les personnes interrogées ?

# QUALITÉ DES DONNÉES ET VALIDATION

Q22. Quels sont les taux probables de démarrage, d'abandon et de participation sur un échantillonnage fourni ? Comment ces taux sont-ils calculés ?

## Taux de réponse

Les taux de réponse de Toluna sont parmi les meilleurs de la profession, ils se situent entre 10 % et 40 %. Naturellement, ces taux varient en fonction du pays, du profil cible (les jeunes garçons étant particulièrement peu réactifs), du sujet de l'étude, du caractère saisonnier, des récompenses offertes et du ton et de l'efficacité de la traduction du contenu de l'email. La capacité globale du panel a également une incidence sur le taux de réponse (c'est-à-dire, si un groupe/groupe sociodémographie spécifique répond régulièrement au nombre maximum de sondages permis sur une période).



## La longueur du questionnaire

Tandis que nous conseillons aux clients de présenter des sondages de 20 minutes maximum pour les adultes et 10 minutes pour les enfants, nous avons pourtant parfois présenté des questionnaires de 45 minutes ou plus. Cependant, en concevant la méthodologie, nous avons gardé à l'esprit la conception du questionnaire. Pouvons-nous par exemple espérer que les personnes interrogées répondront à un questionnaire de 45 minutes sur un sujet très ennuyeux ? Peut-il être réalisé avec un moins grand nombre de questions ? Supprimer les questions redondantes et superflues permet de garantir des données plus fiables, une exécution plus rapide du projet et, en fin de compte, une réduction des coûts.

## Les incitations

Grâce à notre expérience en matière de projets pour des clients dans de nombreuses régions et dans de nombreux segments sociodémographiques et avec des sujets différents, nous comprenons parfaitement les incitations demandées pour une étude particulière. Nous nous efforcerons toujours d'offrir la meilleure incitation pour un projet donné. Comme les invitations par email sont déployées en lots après le pré-lancement initial, nous pouvons si nécessaire inviter des membres supplémentaires pour compléter le nombre requis de questionnaires remplis.

Notre panel et notre système de gestion de communautés personnels nous permettent d'enregistrer un historique complet de la participation et de l'interaction de tous les panélistes, qui est mis à jour automatiquement. Nous enregistrons ces données comme les sources de recrutement, les incitations accordées / réclamées, les emails lus, les sondages entrepris, les données de profil et les réponses aux questions. Nous pouvons fournir ces données à un client à sa demande.

L'équipe de gestion de la qualité de Toluna utilise de nombreuses techniques pour contrôler et limiter l'accès des particuliers qui commettent des actes frauduleux grâce à un nettoyage actif et à l'exclusion des contrevenants repérés dans le panel.

Des panélistes inactifs, non-réactifs, négligeants et qui commettent des actes frauduleux sont régulièrement supprimés du panel. Les panélistes qui commettent des actes frauduleux sont mis sur une liste noire (pour éviter toute réinscription possible) et ils sont

Q23 Conservez-vous des données individuelles sur vos panélistes comme l'historique des récentes participations, la date d'entrée, la source, etc. ? Pouvez-vous fournir à votre client une analyse par travail de ces données individuelles ?

Q24. Utilisez-vous une analyse de qualité de données et des techniques de validation pour identifier des intervenants inattentifs et frauduleux ? Si oui, quelles techniques sont utilisées et à quel point dans le processus sont-elles appliquées ?



automatiquement et immédiatement supprimés du panel. Ces membres ne pourront en aucun cas recevoir d'email d'invitation à répondre à un sondage ou figurer dans nos panels.

Au cours d'un projet, notre équipe effectuera des vérifications systématiques pour s'assurer que les données générées pour notre client sont de grande qualité.

- Nos systèmes de dépistage de profils comportent des questions factices/pièges pour signaler les incohérences dans les données.
- Réponse à plusieurs sondages – Chaque questionnaire a une adresse URL unique qui est envoyée au panéliste avec un identifiant unique. Cela élimine la possibilité pour une seule et même personne de répondre deux fois au questionnaire.
- Quand Toluna a programmé un questionnaire, elle peut..
  - Comparer la cohérence des réponses données dans un sondage avec les données de profil que nous avons recueillies sur un panéliste spécifique;
  - Constance des réponses – Nous pouvons intégrer des contrôles comme des algorithmes sur les réponses constantes dans le cadre d'un questionnaire ;
  - Questions ouvertes – Notre équipe peut signaler ceux qui ne répondent pas aux questions ouvertes ;

- Questions factices/pièges – Nous pouvons inclure des questions factices/pièges dans un sondage ;
- Rapidité – Les chefs de projet chercheront tous les questionnaires remplis trop rapidement.

Toluna effectue une enquête de satisfaction trimestrielle auprès des panélistes de tous les panels, ce qui reflète notre conviction selon laquelle chaque membre est un atout important. Pendant le premier semestre 2008, environ 9 panélistes sur 10 ont déclaré être satisfaits d'appartenir à la communauté Toluna.

Q25. Mesurez-vous le taux de satisfaction des personnes interrogées ?

Les questionnaires de satisfaction destinés aux personnes interrogées servent à recueillir les divers points de vue et abordent :

- Les sondages,
- Les invitations par email,
- Les newsletters,
- Les incitations,
- L'utilisation d'Internet,
- La qualité du support

Toluna dispose également d'une équipe de responsables des relations avec les panélistes qui travaillent dans leur langue maternelle et couvrent les 30 pays où nous avons nos propres panels.

Pour nos panels américains, nous demandons



également aux personnes interrogées de nous faire part de leurs réactions, à la fin de chaque sondage, en ce qui concerne le temps nécessaire pour le remplir, la facilité de compréhension et l'intérêt des questions, le dédommagement et l'intention de répondre à un autre sondage à l'avenir.

Sur demande, nous pouvons aussi fournir les éléments suivants :

Les taux de remplissage, les taux d'abandon, les taux de réponse par cellule/profil cible, le nombre total d'invitations envoyées, le nombre de filtrages, les délais d'envoi des emails et le délai de réponse, le nombre de rappels envoyés pendant ou après la vérification sur place.

Pour la majorité des projets, notre équipe qualité invite les clients à participer à une courte enquête de satisfaction.

Le responsable des services clients fera un compte rendu à la fin du projet pour évaluer sa réussite en termes de données, de durée, de processus et d'expérience client.

Q26. Quelles informations fournissez-vous au client dans le compte-rendu que vous lui faites à la fin du projet ?

Pour chaque projet, nous fournissons habituellement les éléments suivants :

Nous ne pouvons pas clore un projet

avant que le client nous ait confirmé que nous avons respecté tous les critères qu'il avait précisés, dont le nombre de questionnaires remplis (globalement et par cellule de quota).

Pour les projets de « Service complet », nous avons exécuté un projet lorsque le client a accepté les données telles qu'il les avait précisées.

## **Toluna UK**

8 Walpole Court  
Ealing Green  
London  
W5 5ED  
t: +44(0) 20 3058 5000  
f: +44(0) 20 3058 5005

## **Toluna North America**

**Dallas**  
16200 Dallas Parkway  
Suite 140  
Dallas  
Texas  
TX 75248-6897  
t: +1 972 732 7323  
f: +1 972 732 1447

## **New York**

401 Broadway  
Suite 611  
New York  
NY 10013  
t: +1 646 723 4595  
f: +1 212.982.1060

## **Seattle**

3047 78th Avenue SE  
Suite 200  
Mercer Island  
WA 98040  
t: +1 206 230 9907  
f: +1 320 210 9908

## **Toluna Netherlands**

Singel 540  
1017 AZ  
Amsterdam  
t: +31 (0) 20 891 2001  
f: +31 (0) 20 422 0044

## **Toluna France**

14 Place Marie-Jeanne Bassot  
92300 Levallois-Perret  
t: +33 (0)1 40 89 71 00  
f: +33 (0)1 40 89 71 01

## **Toluna Germany**

Willhelm-Leuschner-Strasse 41  
60329  
Frankfurt am Main  
t: +49 (0) 69 74 22 76 00  
f: +49 (0) 69 74 22 76 11

## **Toluna Asia Pacific**

Level 2/Suite 210  
59 Great Buckingham Street  
Redfern,  
Sydney  
NSW 2016  
t: +61 2 8665 4902  
f: +61 2 8665 4950

## **Toluna Israel**

Matam Technology Center  
POB 15075  
Haifa 31905  
Israel  
t: +972 4 850 1581  
f: +972 4 850 1580