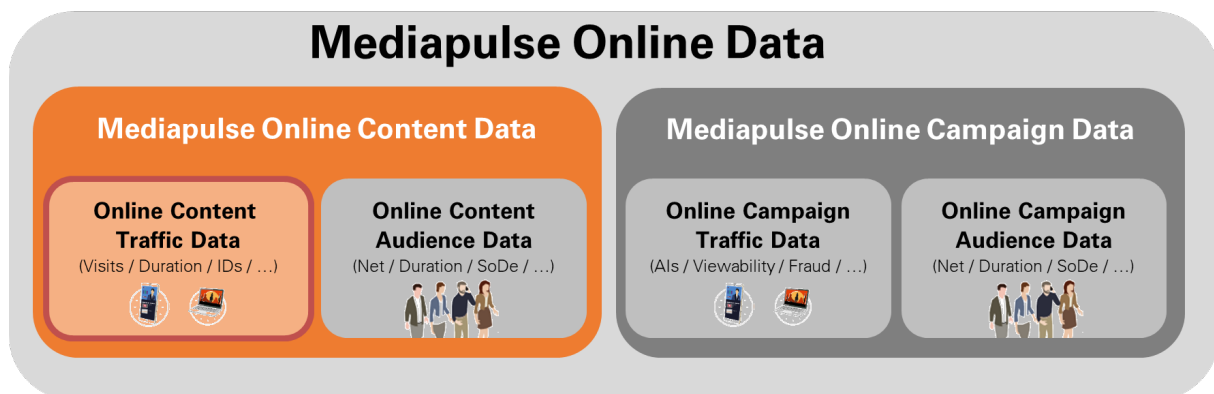


Lancement: la recherche en ligne de Mediapulse livre ses premières données

Berne, 9 juillet 2021 – Un an environ après que le marché lui a donné mandat de développer une nouvelle recherche en ligne, Mediapulse en publie les premières données: les Online Content Traffic Data. Mediapulse fournit ainsi pour la première fois des données d'utilisation des médias en ligne sur la base de la nouvelle mesure. Cela marque aussi le début d'une nouvelle ère dans la recherche en ligne, car en raison du changement de méthode, les nouvelles données ne peuvent pas être comparées avec les données antérieures de Net-Metrix. La première publication des données a lieu le 9 juillet 2021, à 14 h, sur www.mediapulse.ch. Elle porte sur les données du mois de juin.

Les premières données de la recherche en ligne de Mediapulse sont là

Un an environ après que le marché lui a donné mandat de développer une nouvelle recherche en ligne, Mediapulse est à même d'en publier les premières données, à savoir les Online Content Traffic Data.



Mediapulse fournit ainsi pour la première fois des données d'utilisation des médias en ligne sur la base de la nouvelle mesure. Cela marque aussi le début d'une nouvelle ère dans la recherche en ligne, car en raison du changement de méthode, les nouvelles données ne peuvent pas être comparées avec les données antérieures de Net-Metrix.

La première publication des données, qui porte sur les données du mois de juin, a lieu aujourd'hui même, 9 juillet 2021, à 14 h, sur www.mediapulse.ch. Les données seront ensuite publiées mensuellement.

Traffic Data: données census comme base des comparaisons

Le premier objectif des Traffic Data est d'assurer une mesure uniforme du trafic, qui permette de faire des comparaisons entre toutes les offres participantes. Cela signifie que Mediapulse, sur la base d'une mesure purement technique, peut désormais rendre compte de l'utilisation en ligne des sites Web et des apps. La technologie de tagging appliquée à cet effet correspond au dernier état de la technique et présente un caractère universel. Chaque événement induit par un utilisateur peut être enregistré, ce qui permet d'analyser le trafic des offres même les plus petites et de le comparer à celui des autres offres. Ces données de trafic mesurées du point de vue du marché seront publiées mensuellement, mais pourront aussi être analysées sur une base journalière, par offre et par réseau.

Mediapulse applique des standards élevés, tels que la limitation stricte de la mesure des vues Web (pas de double mesure) ou le principe selon lequel seuls sont mesurés les événements induits par les utilisateurs et non les contenus chargés automatiquement, par exemple des messages défilants d'informations sportives (*sport tickers*). Elle veille ainsi à une qualité exemplaire. Les nouveaux chiffres ont été validés par les experts de Mediapulse en étroite collaboration avec les spécialistes des entreprises de médias, à la faveur d'une procédure d'une grande intensité. Ils sont présentés dans un tableau de bord très convivial.

Des indicateurs éprouvés mis en œuvre avec la qualité Mediapulse

Les Traffic Data reposent sur des indicateurs en ligne connus, que Mediapulse interprète et met en œuvre à sa manière – largement éprouvée –, afin qu'ils reflètent la réalité aussi précisément que possible. On parle en l'occurrence d'indicateurs «durs».

Indicateur	Définition	Remarque
Ø CH Visits par jour en milliers	Nombre moyen de visites par jour, en milliers. Filtre par défaut: trafic suisse.	Indicateur principal. Sert de base au classement. Il s'agit de la métrique de trafic la plus stable et la plus fiable, y compris dans le temps.
Total Visits en milliers	Somme de toutes les visites, en milliers	Trafic suisse et étranger
CH Visits en %	Part des visites depuis la Suisse, en %	-
Ø Duration per Visit en min	Durée d'utilisation moyenne par visite, en minutes	La durée moyenne par visite repose sur la mesure de la durée d'utilisation par le visiteur. Selon la méthode de mesure appliquée, elle peut différer d'un système de mesure à l'autre.
Ø IDs par jour en milliers	Moyenne journalière de tous les cookies / navigateurs / identités d'appareils, en milliers	Remplace l'ancienne métrique «Client». En raison de la suppression des cookies, elle est disponible uniquement en tant que métrique journalière. Son importance va diminuant en raison du développement des cookies de tiers.

Désormais, la mesure peut aussi être analysée au niveau des valeurs journalières, ce qui permet de tirer d'intéressantes conclusions sur les modèles d'utilisation généraux de chaque offre et sur leurs différences.

En nombre certes, mais tous ne sont pas encore là

Une grande partie des éditeurs suisses en ligne ont décidé de participer à la nouvelle recherche en ligne de Mediapulse. Toutefois, en raison de l'état d'avancement variable de leurs travaux de tagging, ils ne participent pas tous à cette première publication des données. Mediapulse se réjouit néanmoins du grand nombre de plateformes en ligne suisses qui y sont incluses et les remercie toutes cordialement de leur formidable engagement dans le processus de tagging. Parallèlement, de nombreuses autres offres sont en phase de mise en œuvre et vont progressivement les rejoindre.

Résultats: structure du marché identique

Malgré le changement de méthode et la sévérité des directives de qualité, la structure du marché est la même que celle mesurée précédemment.

Brand (1)	Average Visits per Day (in '000)	Total Visits (in '000)	CH Visits (in %)	Average Duration per Visit (in min)	Average IDs per Day (in '000)
20 Minuten	3'533.1	105'992.8	100.0%	6.5	1'449.6
Blick	2'510.8	75'323.4	100.0%	6.5	1'013.2
20 Minutes	959.3	28'777.8	100.0%	6.7	372.0
watson	505.6	15'166.6	100.0%	4.7	250.3
Tages-Anzeiger	471.4	14'143.0	100.0%	5.3	243.6
Le Matin	330.7	9'919.5	100.0%	6.4	171.4
tio.ch	282.5	8'473.5	100.0%	4.9	137.9
homegate.ch	211.8	6'353.5	100.0%	5.3	148.8
Doodle (2)	149.2	-	100.0%	3.6	109.3
Luzerner Zeitung	120.1	3'603.9	100.0%	3.4	88.7
Aargauer Zeitung	117.6	3'527.3	100.0%	3.1	84.4
St. Galler Tagblatt	113.7	3'410.9	100.0%	3.1	89.6
Berner Zeitung	113.3	3'398.5	100.0%	4.2	64.8
Tribune de Genève	105.4	3'161.3	100.0%	4.0	64.4
Basler Zeitung	95.0	2'848.8	100.0%	4.7	53.9
Schweizer Illustrierte	92.5	2'774.8	100.0%	2.3	79.6
24heures	90.1	2'703.1	100.0%	3.7	58.1
Der Bund	82.8	2'485.3	100.0%	4.9	44.3
Swissmilk	63.2	1'897.4	100.0%	1.5	52.6
Energy Schweiz	40.8	1'223.2	100.0%	4.0	26.6
Migusto	39.0	1'171.1	100.0%	1.4	33.9
MySwitzerland.com	37.1	1'112.3	100.0%	2.1	33.4
bz Basel	36.6	1'098.0	100.0%	3.4	26.1
Solothurner Zeitung	25.4	762.5	100.0%	3.6	18.8
Zürcher Regionalzeitung	23.6	706.7	100.0%	3.5	16.9
Finanz und Wirtschaft	22.8	683.1	100.0%	4.9	15.4
Travelnews	22.1	663.4	100.0%	1.1	19.8
Beobachter	20.4	610.7	100.0%	2.4	19.0
HZ	17.9	538.0	100.0%	2.6	16.0
watson fr	16.7	499.5	100.0%	2.2	11.5
Vintage Radio	9.8	295.1	100.0%	3.2	6.5
Oltner Tagblatt	9.6	287.7	100.0%	4.2	6.9
yousty.ch	7.8	234.9	100.0%	5.1	6.6
annabelle	7.2	215.1	100.0%	2.0	6.2
3+	6.7	201.5	100.0%	21.5	5.5
Le Quotidien Jurassien	6.4	192.4	100.0%	1.6	5.3
Badener Tagblatt	6.3	188.9	100.0%	3.9	5.3
Limmattaler Zeitung	6.2	185.2	100.0%	2.5	5.1
Bieler Tagblatt	6.0	180.4	100.0%	1.6	5.0
Bilan	5.6	168.0	100.0%	3.5	5.2
Tele Bärn	5.0	149.9	100.0%	2.6	4.5
freizeit.ch	4.9	147.7	100.0%	1.5	4.6
Femina	4.6	138.7	100.0%	4.1	4.1
Illustré	4.4	131.8	100.0%	1.7	4.2
Monetas	4.3	130.1	100.0%	1.4	4.0
Grenchner Tagblatt	3.5	105.0	100.0%	3.6	2.7
Schlager Radio	3.5	106.3	100.0%	3.7	2.3
Rockit Radio	3.0	89.1	100.0%	3.5	1.9
concours.ch	2.8	83.0	100.0%	6.8	1.9
Glückspost	2.1	63.7	100.0%	4.0	2.0
Journal du Jura	1.5	44.9	100.0%	2.0	1.3
TVO	1.2	35.5	100.0%	4.0	1.1
Temps Libre	1.1	32.3	100.0%	2.6	1.0
Usgang.ch	1.1	33.3	100.0%	3.5	1.0
PME	0.8	23.7	100.0%	1.5	0.7
zeitlupe	0.7	19.6	100.0%	4.6	0.5
Radio Canal 3	0.4	10.7	100.0%	2.1	0.3
TeleBilingue	0.4	12.7	100.0%	3.3	0.4

(1) Au mois de juin, la collecte de données a connu une panne de grande ampleur le 3 juin 2021 de 06:00h à 18:00h. (force majeure), qui a affecté tous les participants. Par conséquent, les valeurs sont inférieures à l'utilisation effective.

(2) En raison d'une erreur de mesure, les jours du mois ne sont pas tous valables pour cette offre spécifique, ainsi seules les valeurs moyennes par jour sont reportées, et non les valeurs totales par mois.

À propos de Mediapulse Online Data

Mediapulse Online Data offre aux prestataires en ligne suisses la possibilité de quantifier le trafic et l'audience de leurs sites Web, apps et offres de streaming, ainsi que de les structurer selon des critères liés aux contenus, d'ordre technique ou relatifs aux personnes. Les données sont collectées selon une méthode uniforme, fiable et traçable et sont ainsi garanties de transparence, de comparabilité et de concurrence loyale sur le marché en ligne suisse. Après la première étape portant sur les données de trafic (*Traffic Data*), la publication des données d'audience (*Audience Data*) – le véritable cœur de la recherche – suivra le 9 février 2022.

La mise en œuvre de la recherche est assurée par les entreprises partenaires Kantar (panel et support tagging) et Comscore (technologie de tagging), sous la conduite de Mediapulse.

À propos de Mediapulse

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche indépendante, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision ainsi que des offres en ligne en Suisse. Ces données ont valeur de référence officielle et sont utilisées non seulement par les diffuseurs, les responsables de programmes et le secteur de la publicité, mais également par les autorités et les milieux de la recherche.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse contribue au développement des marchés suisses des médias électroniques et de la publicité grâce à des services de recherche et à des produits de données. Ses systèmes modernes et de constantes innovations lui permettent de rendre compte également de l'évolution de l'utilisation des médias audiovisuels.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM). Une grande partie du marché est représentée au sein du Conseil d'administration de Mediapulse SA ainsi que du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse.

Plus d'informations sur www.mediapulse.ch.

Pour tout renseignement complémentaire,
Veuillez-vous adresser à:

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing & Communications
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich