

Communiqué de presse Mediapulse SA, Berne

Mediapulse Online Data: tous les feux sont au vert, décembre 2020
Publication immédiate






Tous les feux sont au vert: la recherche en ligne de Mediapulse tient son cap

Berne, 10 décembre 2020 – Après le «go!» donné à la nouvelle recherche en ligne de Mediapulse en juin 2020, la mise en œuvre de Mediapulse Online Data a aussitôt débuté. Les travaux avancent comme prévu: des pans importants du marché ont confirmé leur participation, la gouvernance avec le marché est en place, la transformation et l’extension du panel ont franchi leur première étape, le tagging a commencé et les premières offres sont déjà entièrement et correctement munies de tags. Le lancement est donc toujours prévu pour le milieu de 2021 et ne dépend plus que de la participation du marché au tagging. La décision sur la date de première publication sera prise au premier trimestre 2021, en concertation avec les clients.

Les travaux avancent bien

Les travaux de mise en œuvre de la nouvelle recherche en ligne ont débuté sans tarder et les premières étapes ont été franchies dans les délais prévus. L’équipe de Mediapulse ainsi que ses partenaires Kantar (panel, tagging) et ComScore (tagging) travaillent à plein régime et avancent à un bon rythme.

Mediapulse Online Data: état des travaux

Travaux	État	Statut
Marché	La branche est très intéressée et disposée à participer.	
Gouvernance	L’intégration de la branche dans le Sounding Board est assurée.	
Tagging	Le processus de tagging est défini et a débuté avec succès.	
Transformation et extension du panel	La première étape a été franchie avec succès.	
Recherche sur les campagnes publicitaires	Les travaux de conception de la future recherche sur les campagnes publicitaires ont débuté.	

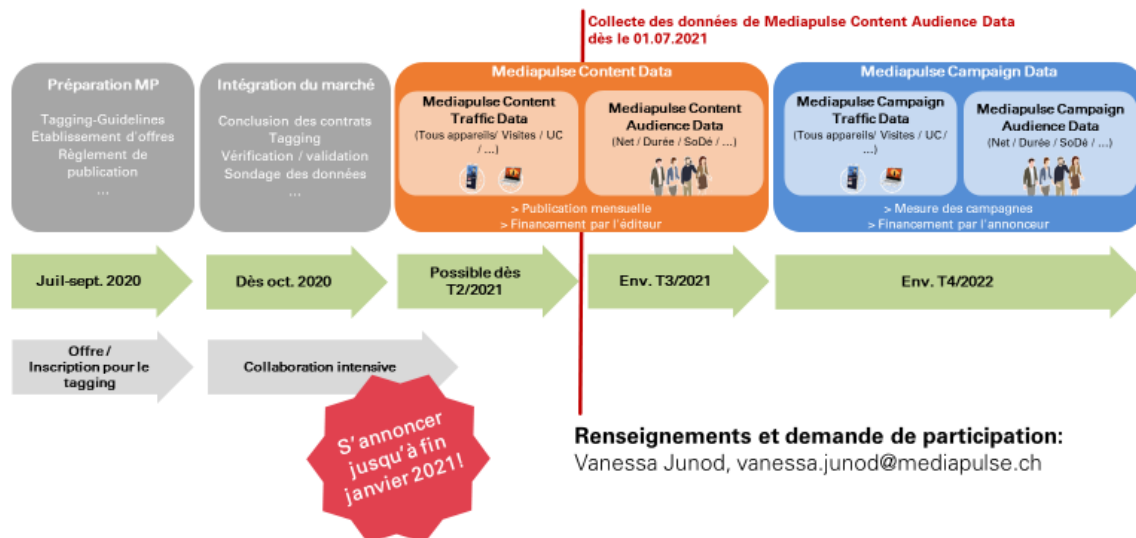
Le marché répond présent

La participation d'une grande partie du marché est d'ores et déjà assurée. Les quatre plus grandes entreprises de médias du pays, à savoir CH Media – avec ses partenaires Watson et NZZ-Gruppe –, Ringier, SRG SSR et TX Group, se sont engagées à participer avec toutes leurs offres, y compris celles des marchés qui ne prennent plus part à la recherche actuelle. De plus, bon nombre des clients de NET-Metrix ont déclaré être intéressés et ont déjà reçu une offre ou confirmé leur participation.

Il est encore temps de s'annoncer!

Les travaux sont certes déjà bien avancés, mais il est encore possible de prendre part à la première publication des données d'audience de Mediapulse Online Data: tout média s'annonçant d'ici à fin janvier 2021 aura encore le temps de procéder au tagging de ses offres, de faire valider la mesure et de participer ainsi à la première publication.

Mediapulse Online Data: étapes et calendrier des travaux



Date de première publication fixée en concertation avec le marché

Il serait théoriquement possible de publier les Traffic Data (auparavant: *Audit*) à partir du deuxième trimestre 2021. Toutefois, cela ne ferait sens que si une part substantielle des offres du marché étaient munies de tags d'ici là. La balle est donc dans le camp du marché et des offres participantes.

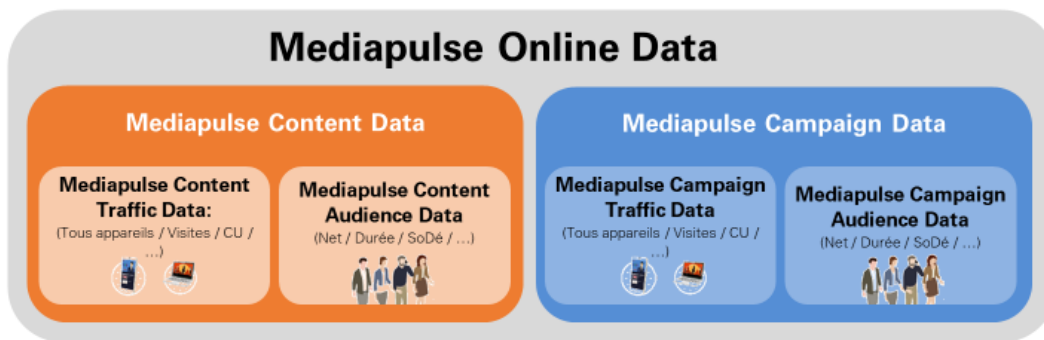
La publication des Audience Data (auparavant: *Profile*) serait quant à elle théoriquement possible à partir du troisième trimestre 2021, mais elle dépend aussi des progrès du tagging sur le marché. Ces progrès sont donc de première importance.

La décision définitive sur la date de première publication sera prise au premier trimestre 2021, en concertation avec le marché (représenté au sein du Sounding Board Mediapulse Online Data).

À propos de Mediapulse Online Data

Avec Mediapulse Online Data, les prestataires en ligne suisses ont 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 garantes de transparence, de comparabilité et de concurrence loyale sur le marché en ligne suisse. De plus, tourné vers l'avenir, le système permet de développer également la mesure des campagnes publicitaires.

Nouvelle recherche en ligne: structure et noms des produits



Auparavant: «Recherche sur les supports publicitaires»

Auparavant: «Recherche sur les moyens publicitaires»

Une recherche commune à toute la branche est le premier pas vers un renforcement du marché suisse des médias face aux géants internationaux du Web, fermés jusqu'ici à toute comparaison transparente des données de marché.

Les écosystèmes numériques – un monde de silos de données.

Nous renforçons le marché suisse et offrons des solutions alternatives aux données autodéclarées.



À propos de Mediapulse SA

Mediapulse est garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias. Entreprise proche du terrain, elle fait progresser le marché électronique suisse des médias et de la publicité grâce à des services de recherche et des produits de données innovants.

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision en Suisse. Elle est donc bien placée pour créer des synergies en matière de recherche et proposer ainsi des solutions économiques, sans pour autant sacrifier la qualité. Une grande partie du marché est représentée dans les organes de Mediapulse SA et du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse. Travaillant selon des critères scientifiques et en toute indépendance, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM).

Plus d'informations sous www.mediapulse.ch

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez vous adresser à:
Christian-Kumar Meier
Head of Marketing
Téléphone: +41 58 356 47 08
E-mail: christian-kumar.meier@mediapulse.ch