



mediapulse

Rapport de gestion 2018



Mediapulse
Stiftung für Medienforschung
Fondation pour la recherche sur les médias
Fondazione per la ricerca sui media
Fundaziun per la perscrutaziun da las medias
Foundation for media research

Profil de l'entreprise

Mediapulse SA est chargée, en tant qu'organisme de recherche indépendant, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision en Suisse. Ces données d'audience sont utiles, d'une part, aux responsables des programmes à des fins d'évaluation quantitative et qualitative ainsi que de développement des contenus des programmes et, d'autre part, au secteur de la publicité à des fins de planification et d'évaluation des prestations publicitaires.

Mediapulse SA exécute ainsi le mandat de recherche légal (art. 78 à 81 LRTV) confié à la Fondation Mediapulse, qui a le contrôle de la société. La Fondation Mediapulse est placée pour sa part sous la surveillance du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), auquel il appartient aussi de nommer les membres du Conseil de fondation.

Le Conseil de fondation se compose d'un président et de 18 membres, qui représentent paritairement les trois groupes d'intérêts concernés, à savoir SRG SSR, les diffuseurs privés suisses ainsi que les annonceurs et agences de publicité. Le président du Conseil de fondation est également président du Conseil d'administration de Mediapulse SA, formé en outre de deux représentants de chacun des trois groupes d'intérêts mentionnés ci-dessus, ainsi que d'une représentante indépendante des milieux scientifiques.

La gestion opérationnelle est assurée par une direction bicéphale, composée de la CEO et du responsable de la recherche (suppléant de la CEO). La direction bénéficie en outre du soutien de trois autres organes:

- la Commission scientifique des médias (CSM), qui surveille, sur mandat du Conseil d'administration, la qualité des méthodes de recherche mises en œuvre ainsi que leurs résultats et établit chaque année toute une série de rapports d'audit en la matière;
- la Commission de recherche (CR), qui assiste et conseille la direction dans toutes les questions d'ordre scientifique concernant les études d'audience;
- la User Commission (UC), qui sert de groupe de rétroaction (*sounding board*), au sein duquel les clients de Mediapulse peuvent faire valoir les besoins et les demandes des marchés radio et télévision et formuler des recommandations, en dialogue avec la direction.

La composition de ces organes est publiée sur le site mediapulse.ch, où elle est constamment tenue à jour.

En tant qu'organisme de recherche appliquée sur les médias et partenaire de la branche de la publicité, Mediapulse fait partie de plusieurs réseaux nationaux et internationaux:

- Association suisse des spécialistes en recherches de marché et sociales (asms)
- European Media Research Organisation (EMRO)
- European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)
- Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (fkmb)
- Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM)
- International Association of Joint Industry Committees for Media Research (I-JIC)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)
- Société suisse des sciences de la communication et des médias (SSCM)
- TV Research Euroclub

Activités

L'exercice 2018 de Mediapulse a été marqué par la mise en œuvre de la nouvelle stratégie d'entreprise, par le lancement de la nouvelle référence radio ainsi que par les importants progrès réalisés dans la mise en œuvre de la stratégie de recherche TV.

Mise en œuvre de la nouvelle stratégie d'entreprise

La nouvelle stratégie d'entreprise que le Conseil d'administration et la direction ont élaborée en 2017 – sur la base d'une analyse de la situation actuelle et des défis à venir de la recherche sur l'audience des médias – a été mise en œuvre dès le début de l'exercice sous revue. Au cours du premier semestre, nous avons modifié nos structures en les axant sur notre cœur de métier et sur les nouvelles compétences de l'entreprise, tout en optimisant notre organisation ainsi que la direction. Désormais, Mediapulse SA est organisée en trois secteurs: Research & Development, Marketing & Communications et Finance & Support. Le second semestre a été consacré prioritairement à la consolidation de cette nouvelle organisation: nous avons par exemple uniformisé les contrats de travail, revu les désignations de fonctions et poussé le développement professionnel individuel. En matière de communication, nous avons mis en chantier le renouvellement de notre site Internet. Le nouveau site sera dévoilé avant la fin du premier semestre 2019.

Lancement réussi de la nouvelle référence radio

Sur le plan opérationnel, le grand événement de l'exercice 2018 a été le lancement de la nouvelle référence radio suisse, le 1^{er} janvier. La nouvelle recherche radio se distingue de l'ancienne par ses nouveautés en matière de technique de mesure, ainsi que par un modèle d'échantillonnage innovant. Elle est ainsi à même de mettre les résultats à la disposition du marché beaucoup plus rapidement et de rendre compte de l'audience radio avec une plus grande stabilité, sans pour autant perdre en précision.

Grâce à une préparation minutieuse ainsi qu'à la participation du marché, nous sommes parvenus à surmonter tous les défis de ce projet très complexe, y compris les difficultés techniques des deux premiers mois, et à déployer le nouveau système de mesure avec succès.

Mi-juin 2018, un événement spécial a réuni la branche suisse de la radio à Berne, pour faire le bilan de la planification et du lancement de la nouvelle référence radio. Les données collectées avec le nouveau système de mesure ont été publiées pour la première fois le 10 juillet 2018. Les réactions de nos partenaires du marché ont été majoritairement positives et encourageantes, et la nouvelle référence est aujourd'hui largement acceptée à la fois par les stations radio, les annonceurs et les agences publicitaires.

Application de la stratégie de recherche TV

Conformément à la stratégie de recherche TV consolidée en 2017, Mediapulse développe cette recherche en poursuivant deux objectifs centraux: d'une part, augmenter la granularité de la mesure en réponse à la fragmentation croissante de l'audience TV et, d'autre part, assurer la mesure de l'audience au-delà des récepteurs TV traditionnels, en réponse à l'importance croissante d'Internet comme vecteur de diffusion de contenus télévisuels.

Au cours de l'exercice sous revue, Mediapulse est parvenue à intégrer ces deux objectifs stratégiques dans des projets d'application concrets. En étroite collaboration avec divers comités et représentants du marché, elle a défini des méthodes de mise en œuvre et précisé les objectifs poursuivis. Dans le même temps, elle a créé une organisation de projet, défini un calendrier de réalisation et assuré le financement.

L'augmentation de la granularité de la mesure passera par la collecte de données d'utilisation provenant des boîtiers décodeurs (*set top boxes*) et par leur intégration à la recherche actuelle reposant sur le panel TV. Le but est de mettre en place une recherche TV hybride et de la lancer sur le marché au début de 2021.

Quant à l'audience TV en ligne, pour parvenir à l'intégrer dans la recherche actuelle, on a dû opérer un changement de cap méthodologique. À la place de la fusion des données d'audience issues de la recherche en ligne initialement prévue, Mediapulse mise désormais sur une mesure directe dans le panel TV à l'aide d'un système de marquage des programmes par des tags, appliqués par les chaînes TV. Baptisé 'Online TV

Audience Measurement', le projet devrait permettre de publier – dès le début de 2020 et dans le cadre de la référence TV officielle – les données d'audience en ligne de toutes les offres avec tags.

Rapport financier

Mediapulse SA

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2018	2017
Produits d'exploitation		20'338 ¹⁾	20'124
Charges de production		-13'789 ¹⁾²⁾	-13'742
Charges d'exploitation et de personnel		-6'107	-6'102
EBITDA		442	280
Contributions de la Confédération moins les amortissements		-19	28
EBIT		423	308
Résultat financier et résultat extraordinaire		193	-1
Résultat d'entreprise		616	307
Bilan	en kCHF (milliers)	2018	2017
Total de l'actif		13'820	11'638
Actif circulant		9'016	7'717
Actif immobilisé		4'804	3'921
Total du passif		13'820	11'638
Fonds étrangers à court terme		2'454	2'367
Fonds étrangers à long terme		5'476	3'997
Fonds propres		5'890	5'274

¹⁾ Pour une meilleure comparabilité, corrigé d'une diminution des produits et des charges de 1000 kCHF

²⁾ Y compris une provision pour futurs investissements de 1000 kCHF (fonds d'investissement)

Les comptes de Mediapulse SA ont été comme d'habitude soumis à un contrôle ordinaire volontaire.

Mediapulse SA a réalisé en 2018 un bénéfice de 616 kCHF pour des produits d'exploitation de 20 338 kCHF (2017: bénéfice de 307 kCHF pour des produits d'exploitation de 20 124 kCHF). Ces chiffres incluent la constitution d'un fonds d'investissement de 1000 kCHF, à titre de provision pour les futurs investissements que Mediapulse devra (pré)financer par ses propres moyens. Le bénéfice exceptionnellement élevé réalisé en 2018 s'explique notamment par des effets uniques, tels que la décomptabilisation de régularisations obsolètes des exercices précédents. Il résulte cependant aussi de mesures de gestion ciblées visant à accroître durablement la capacité bénéficiaire de l'entreprise, ce qui est indispensable pour assurer son existence à long terme, eu égard en particulier aux défis qui l'attendent et aux investissements qui seront nécessaires pour les relever avec succès.

Suite à la clôture du projet ExplorRadio, le bilan de Mediapulse SA au 31 décembre 2018 présente une forte diminution des liquidités par rapport à l'exercice précédent. La phase finale d'ExplorRadio a en outre entraîné une nouvelle augmentation de l'actif immobilisé. Le fonds d'investissement mentionné plus haut est comptabilisé au passif, dans les fonds étrangers à long terme.

Fondation Mediapulse

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2018	2017
Produits d'exploitation		2'131	5'537
Charges de production		-2'011	-5'417
Charges d'exploitation		-66	-70
EBIT		54	50
Résultat financier et résultat extraordinaire		38	9
Résultat d'entreprise		92	59

Bilan	en kCHF (milliers)	2018	2017
Total de l'actif		8'129	9'283
Actif circulant		5'879	7'033
Actif immobilisé		2'250	2'250
Total du passif		8'129	9'283
Fonds étrangers à court terme		4'929	6'174
Fonds propres		3'200	3'109

Les comptes de la Fondation Mediapulse ont été soumis au contrôle restreint prescrit par la loi.

La Fondation Mediapulse a réalisé en 2018 un bénéfice de 92 kCHF pour des produits d'exploitation de 2'131 kCHF (2017: bénéfice de 59 kCHF pour des produits d'exploitation de 5537 kCHF). Le net recul des produits d'exploitation par rapport à l'exercice précédent s'explique par l'achèvement du projet ExplorRadio et par la diminution des contributions versées par l'OFCOM qui s'en est suivie. S'élevant à 2011 kCHF, ces contributions ont comme toujours été immédiatement transférées à Mediapulse SA (elles sont portées au compte de résultat de la Fondation en tant que charges de production). Quant à l'augmentation du bénéfice par rapport à l'exercice précédent, elle résulte principalement de la décomptabilisation de régularisations obsolètes des exercices précédents.

Les entrées de paiements attendues de l'OFCOM et leur transfert planifié à Mediapulse SA sont inscrits au bilan fur et à mesure, sous la forme d'actifs et de passifs de régularisation. Suite à la diminution des contributions de la Confédération mentionnée ci-dessus, la somme du bilan a reculé, après avoir fortement augmenté l'exercice précédent, également en raison d'ExplorRadio. Ces fluctuations résultent exclusivement de la représentation bilancielle du mécanisme de financement par l'OFCOM et ne sont donc pas inquiétantes. La situation de la Fondation en matière de fonds propres et de liquidités est stable.

Berne, le 8 mai 2019



D^{re} Tanja Hackenbruch