

Ricerca Campagne Online di Mediapulse: per ora non è stato possibile ottenere un impegno a lungo termine

Berna, 27 settembre 2023 – Per ora, la ricerca Campagne Online concettualizzata da Mediapulse su incarico dei publisher svizzeri non verrà realizzata. Dopo il completamento dell'elaborazione delle basi del progetto, non è stato possibile ottenere un impegno a lungo termine da parte dei publisher.

La ricerca Campagne Online, che a partire dal 2024 avrebbe dovuto fornire al mercato pubblicitario svizzero valori prestazionali omogenei per le campagne digitali, non verrà per ora realizzata. Dopo una fase di concettualizzazione durata due anni, al momento gli operatori mediatici coinvolti non si ritengono in grado di pronunciarsi a favore di questa ricerca in modo vincolante sul lungo periodo. Era previsto che la ricerca basata sulle campagne si strutturasse tecnicamente e metodologicamente sull'attuale ricerca degli Online Content con cui Mediapulse mette a disposizione dati sul traffico e sull'utilizzo di siti web e app già dall'estate 2021. L'impegno vincolante a lungo termine da parte dei publisher era imprescindibile per Mediapulse, perché è da parte del mercato che si sarebbero dovuti sostenere i principali investimenti per la costituzione del necessario sistema di misurazione e perché i contratti con i fornitori di servizi di ricerca sarebbero stati vincolanti per parecchi anni.

Dato che la ricerca Campagne Online è stata concettualizzata su incarico dei publisher svizzeri e sostenuta espressamente dai committenti pubblicitari, dalle agenzie e da gran parte dei publisher, questo sviluppo appare sorprendente agli occhi di Mediapulse. La programmazione è stata preceduta da un intenso scambio tra tutte le parti interessate, mediante il quale si è riusciti a trovare un ampio consenso sulla comune visione della ricerca, sul budget e sull'approccio metodologico.

«In quanto associazione che rappresenta gli interessi degli inserzionisti, siamo molto dispiaciuti che ora non si realizzi la misurazione indipendente della penetrazione delle campagne online che avevamo programmato. Per il mercato digitale svizzero questa sarebbe stata un'autentica pietra miliare. Adesso clienti e agenzie devono continuare a fare a meno di questi dati», dichiara Roland Ehrler, direttore dell'associazione Utenti Svizzeri Pubblicità (SWA-ASA).

«Continuiamo a essere convinti del potenziale e della fattibilità di una ricerca sulle campagne online e osserviamo che la relativa richiesta è in aumento anche in molti mercati esteri. Siamo dispiaciuti della decisione dei publisher svizzeri, ma accettiamo che una ricerca di tale tipo sia realizzabile soltanto se tutti gli operatori di mercato ne sono convinti e se la sostengono con una solida copertura contrattuale», aggiunge Tanja Hackenbruch, CEO di Mediapulse.

La sospensione della nuova ricerca sulle campagne si accompagna a uno smantellamento delle strutture realizzate allo scopo da Mediapulse. Tutti gli altri progetti innovativi di Mediapulse riguardanti la ricerca radiofonica, televisiva e online non subiscono ripercussioni e verranno portati avanti e attuati come da programma.

A proposito di Mediapulse

Quale organizzazione indipendente di settore, Mediapulse è responsabile della raccolta dei dati sull'ascolto di programmi radiofonici e televisivi nonché sull'utilizzo di offerte online in Svizzera. Questi dati sono considerati valori di riferimento ufficiali e vengono utilizzati dalle emittenti e dai creatori di programmi, dal settore pubblicitario, dalle autorità e dalla ricerca.

In qualità di azienda orientata alla pratica, Mediapulse mira a far progredire il mercato elettronico mediatico e pubblicitario svizzero con servizi di ricerca e prodotti basati sui dati. Grazie ai sistemi moderni e alle costanti innovazioni, è possibile monitorare anche la modifica delle modalità di ascolto dei mezzi audiovisivi.

Mediapulse si distingue per la neutralità, l'indipendenza, la trasparenza e la scientificità nella ricerca sui media ed è soggetta alla vigilanza del DATEC / dell'UFCOM. Il consiglio di amministrazione di Mediapulse SA e il consiglio di fondazione della Fondazione Mediapulse rappresentano una buona fetta del mercato.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.mediapulse.ch.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Mirko Marr

Head of Research

Mirko.marr@mediapulse.ch

+41 58 356 47 58



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berna

Badenerstrasse 15
8004 Zurigo