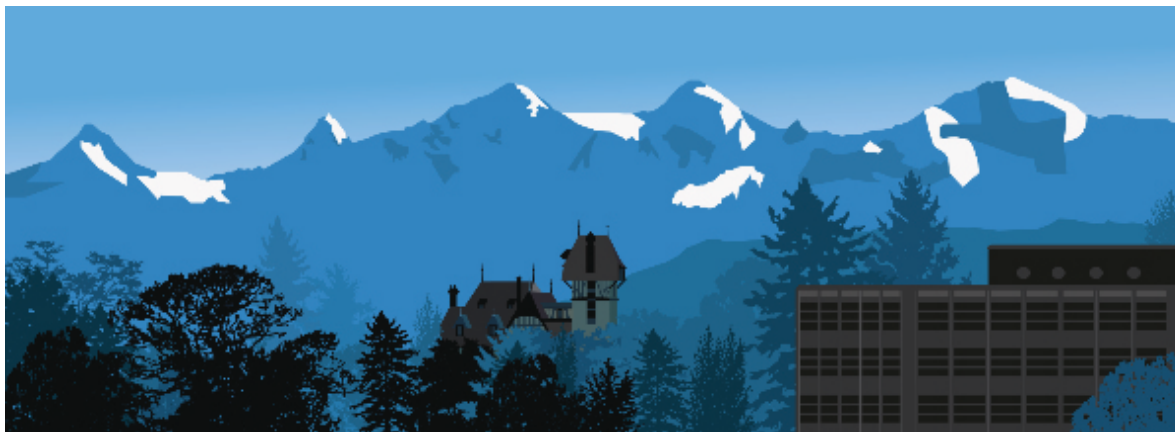




Newsletter Mediapulse

Bonjour

Mediapulse mesure, analyse et décrit la façon dont les gens utilisent les médias en Suisse. Nos données et nos méthodes fournissent des points de repère et des éléments de comparaison aux diffuseurs de médias, au marché de la publicité, au monde politique et aux milieux scientifiques. Ce travail d'analyse et de classification de l'audience est indispensable et ne cesse de gagner en importance dans un monde médiatique en rapide mutation, marqué par des bouleversements économiques, sociétaux et technologiques.

Ces connaissances se transmettaient jusqu'ici dans des échanges personnels ciblés et étaient donc peu accessibles à de nombreux acteurs du marché. Avec notre nouvelle **Newsletter Mediapulse**, nous voulons que cela change : dorénavant, nous vous informerons régulièrement des derniers développements méthodologiques, des projets en cours et des résultats de la recherche. Nous vous présenterons tous les développements en les situant dans leur contexte et nous nous attacherons à rendre compréhensibles les thématiques les plus complexes.

Nous entendons ainsi accroître la visibilité de notre travail et promouvoir le dialogue avec nos partenaires du marché, les autorités, les médias et les milieux scientifiques.

Je vous y invite donc cordialement : suivez notre actualité dans notre nouvelle Newsletter Mediapulse et n'hésitez pas à nous faire part de votre point de vue !

Cordialement
Tanja Hackenbruch
CEO Mediapulse

Au sommaire de ce numéro

- État d'avancement du projet Mesure radio 28+
- Changement concernant la publication semestrielle Radio à partir de 2026
- Lancement du logiciel Mediapulse TV Analytics
- Achèvement du déploiement du People Meter 7
- Transfert de savoir-faire: Contributions de Mediapulse dans des cours universitaires, des formations continues et des conférences
- Calendrier

Thèmes radio

**Lancement du projet
« Mesure radio 28+ »**

Thèmes TV

**La nouvelle technologie de
mesure TV est déployée**

Un changement majeur se profile dans la recherche radio : dès 2028, Mediapulse adoptera un nouveau système de mesure technique pour son panel tournant. Le projet « Mesure radio 28+ », structuré en cinq sous-projets, prépare des évolutions clés du système de mesure actuel, allant de la structure du panel à l'intégration des données de streaming, en passant par la consolidation des données. Objectif : disposer d'un système moderne, prêt à répondre aux exigences futures du marché.

[EN SAVOIR PLUS](#)

Nouvelle forme de publication des données semestrielles radio

Mediapulse a décidé de remplacer la publication semestrielle des données radio, actuellement sous la forme de rapport PDF, par un tableau de bord interactif. Ce tableau de bord sera directement accessible sur le site web de Mediapulse. Le changement interviendra avec la publication des données radio du deuxième semestre 2025, qui seront disponibles pour la première fois via le nouveau tableau de bord en janvier 2026.

Mediapulse modernise sa technologie de mesure TV en adoptant un système de dernière génération – sans interrompre le service ni constituer un nouveau panel. Remplaçant les anciens appareils devenus obsolètes, le nouveau People Meter 7 (PM7) assure une meilleure qualité des données, une participation accrue des panélistes et une distinction plus claire des contenus non télévisés. Le déploiement est achevé dans le délai imposé par la prochaine désactivation du réseau 3G.

[EN SAVOIR PLUS](#)

Nouvel outil d'analyse des données TV

Mediapulse TV Analytics est le nouvel outil d'analyse des données TV. Basé sur le *cloud*, il remplacera Instar Analytics et offrira davantage d'efficacité, de flexibilité et de convivialité. Son implémentation se fait par étapes jusqu'en janvier 2026 et est accompagnée de formations, de webinaires et d'une assistance complète à disposition de l'ensemble des utilisatrices et utilisateurs.

[EN SAVOIR PLUS](#)

Autres thèmes TV

Adaptation de la mesure des Replay Ads

Dans le cadre du développement des Replay Ads, une adaptation du produit Replay Video Ads interviendra fin 2025, ce qui nécessitera une modification de la mesure des contacts Replay Ad effectuée par Mediapulse. Les adaptations nécessaires ont été définies sur la base d'un livre blanc rédigé par Mediapulse. Début octobre, cette dernière et Kantar Switzerland ont entamé les travaux préparatoires requis. L'objectif est de finaliser ces travaux d'ici la mi-novembre.

Mesure des Video Ads

La faisabilité de la solution de mesure des vidéos en ligne développée par Mediapulse avec le soutien de Goldbach en tant que partenaire de marché avait pu être testée avec succès en automne 2023, sur la base d'une campagne convergente de contenus animés de Migros. À la suite des échos positifs suscités par la communication des résultats de cette étude pilote au printemps 2024, Mediapulse a élaboré une proposition visant à appliquer le processus de mesure testé dans une solution de marché ouverte. Elle a également défini les responsabilités en la matière et calculé les coûts de recherche prévisibles. On examine actuellement quel partenaire de marché pourrait jouer le rôle de précurseur et prendre en charge le financement initial de l'exploitation de cette mesure en direct des Video Ads. Pour Mediapulse, après l'hybridation de la recherche TV mise en place en 2022 et la mesure des Replay Ads inaugurée en 2023, le lancement sur le marché de cette solution de mesure sera une nouvelle étape importante franchie vers une mesure convergente des campagnes de contenus animés, conformément au standard industriel de la recherche TV. Vous trouverez une description détaillée de cette stratégie de recherche à long terme dans un article de Mirko Marr publié dans le numéro d'octobre du magazine spécialisé « Persönlich ».

[VERS L'ARTICLE](#)

Transfert de savoir-faire

Partage de connaissances – Cours sur la recherche sur les médias : Mediapulse s'engage dans l'enseignement et la formation continue



Que ce soit dans les cours d'introduction de l'IGEM Academy, désormais également proposés en Suisse romande, ou à l'université, Mediapulse apporte son expertise dans la formation de la prochaine génération de spécialistes des médias et de la publicité. Outre un cours magistral et des séminaires à l'IKMZ de l'Université de Zurich, Mediapulse participe à des séminaires de recherche innovants, notamment dans le cadre du séminaire « Synthetic User » à l'Université de St-Gall. Notre article vous en dira plus sur les contenus et les objectifs de ces initiatives de formation.

EN SAVOIR PLUS

Conférence ASI 2025 – conférence internationale sur la recherche radio et TV

Mediapulse participera activement à la conférence annuelle d'Advertising Seminars International (ASI), du 5 au 7 novembre 2025 à Copenhague, avec deux contributions : sous le titre « Radio measurement goes hybrid », Tanja Hackenbruch présentera les idées du concepts relatifs à l'hybridation de la recherche radio en Suisse. Mirko Marr fera quant à lui un exposé intitulé « Changing wheels whilst riding » sur le changement de technologie du panel TV suisse opéré sans interruption du service.

De plus, en prévision de la conférence ASI, Médiamétrie, l'organisation de branche chargée de mesurer l'audience TV en France, prépare un livre blanc sur le thème « Hybrid Measures and AI ». Mediapulse participe à ce livre blanc avec une contribution de Mirko Marr intitulée « Hi-Res TV in Switzerland – Up and Running and Expanding ».

EN SAVOIR PLUS

Calendrier

- Lancement du logiciel TV Analytics – à partir du 1.1.2026
- Publication semestrielle Radio – prévue le 12.1.2026
- Publication semestrielle TV – prévue le 15.1.2026
- AudioVation Day – 20.1.2026. Nous serons présents à Linz.

mediapulse

Mediapulse SA
Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Contact
Site web
Se désabonner

Vous ne souhaitez plus recevoir les newsletters de Mediapulse ? Cliquez ici pour vous désabonner.