

Coup d'envoi de la mesure des Video Ads

Berne, le 10 mars 2026 – Mediapulse poursuit le développement de la recherche multiplateforme sur les images animées. L'objectif est de mettre à la disposition du marché publicitaire des données de performance convergentes garantant de comparabilité et aussi complètes que possibles, non seulement pour la publicité TV et les Replay Ads mais aussi pour les campagnes vidéo en ligne. Ce projet a désormais franchi une étape importante : Goldbach est devenu le premier partenaire de marché participant à la mesure continue des Video Ads en ligne selon le standard industriel de la recherche TV.

Les campagnes convergentes requièrent une base de données commune

La diversité croissante des inventaires d'images animées met les annonceurs face à un défi majeur : pouvoir évaluer les plateformes de campagnes en les comparant entre elles. De nombreuses données de performance étaient certes déjà à disposition, mais il n'existait pas jusqu'ici de mesure multiplateforme uniforme et cohérente de la pénétration et des fréquences de contact qui fasse office de référence acceptée par la branche. C'est pourquoi Mediapulse poursuivait depuis 2021 déjà l'objectif de mettre à la disposition du marché des valeurs de performance convergentes pour la publicité TV, les Replay Ads et les Video Ads.

Étapes précédentes

Ces dernières années, Mediapulse a donc créé les bases de cette mesure convergente étape par étape : hybridation de la recherche TV en 2022, lancement de la mesure des Replay Ads l'année suivante, puis réalisation en automne 2024 – avec Goldbach et le prestataire de services de mesure Fifty5Blue (ex-Kantar) – d'un projet pilote qui a confirmé la faisabilité technique de la mesure des Video Ads ainsi que sa pertinence pour le marché. Sur cette base, Mediapulse a conçu une solution ouverte pour la mesure des Video Ads, défini les responsabilités, calculé les coûts de la recherche et cherché des partenaires de marché.

Nouvelle étape grâce à Goldbach

Goldbach a accepté de jouer les pionniers. À ce titre, Goldbach cofinance le lancement de la nouvelle solution de mesure de Mediapulse et fera mesurer dorénavant les valeurs de performance de son inventaire de vidéos en ligne premium par ce système de mesure étendue. Les valeurs seront ensuite présentées conjointement avec les indicateurs relatifs à la publicité TV et aux Replay Ads. Grâce à l'engagement de Goldbach, Mediapulse entame désormais les préparatifs du lancement de la nouvelle solution de mesure, prévu cette année encore.

« Cette étape vers une mesure convergente et transparente des campagnes sur le marché suisse des Images animées est essentielle pour nous en tant que distributeur de produits vidéo haut de gamme, et nous sommes ravis de la réaliser en collaboration avec Mediapulse », déclare Alexander Duphorn, PDG de Goldbach Media. Dans le domaine de la vidéo premium et de la CTV en particulier, une base de données comparable devient de plus en plus importante pour mettre en évidence la valeur des inventaires haut de gamme. « Grâce à cette nouvelle solution de mesure, nous présenterons à l'avenir les campagnes vidéo selon la norme TV habituelle, ce qui représente une véritable valeur ajoutée pour nos clients publicitaires. » Parallèlement, Goldbach poursuit le développement de ses propres produits vidéo pour les environnements premium proches de la télévision.

À la disposition des autres partenaires de marché

Conçue comme une solution de branche, la mesure des campagnes vidéo en ligne est ouverte à tous les fournisseurs d'inventaires vidéos. La condition préalable est une participation aux coûts, la mise en place de l'infrastructure nécessaire et l'adhésion aux normes liées à la mesure. Mediapulse se tient à disposition pour toute information, présentation ou discussion.

Mirko Marr, Head of Research chez Mediapulse : « Grâce au développement continu de la recherche sur les campagnes publicitaires, Mediapulse est désormais en mesure de proposer à tous les prestataires nationaux et internationaux de publicité animée une infrastructure de mesure qui leur permet d'enregistrer leurs performances publicitaires à l'aide d'une solution de branche garante de transparence et de comparabilité pour le marché publicitaire. Nous nous réjouissons de pouvoir démontrer le potentiel de cette mesure convergente des campagnes grâce au soutien initial de Goldbach. »

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 :

Isabelle Waser

Head of Marketing & Communications
isabelle.waser@mediapulse.ch
+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich