



Rapport de gestion 2025

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

Activités

Introduction

Pour Mediapulse, l'année 2025 a été placée sous le signe d'une grande stabilité opérationnelle, mais aussi marquée par d'importants progrès. Les systèmes de mesure radio et TV – qui sont les piliers d'une recherche sur les médias fiable et de haute qualité – ont fonctionné de manière sûre et sans incidents. Dans le même temps, d'importantes innovations ont été mises en œuvre avec succès : les travaux de préparation du lancement du nouvel outil d'analyse de la recherche TV, le changement de technologie réalisé sans accroc dans le panel TV, le nouveau rapport complémentaire Big Screen Data sur l'utilisation des téléviseurs traditionnels ainsi que le développement de la conception de la recherche radio sont autant d'éléments qui ont contribué à la mise en place d'une base de travail moderne et solide pour les années à venir.

Par ailleurs, Mediapulse se positionne de plus en plus comme un acteur influent dans le dialogue au sein de la branche, tant au niveau national qu'international, et contribue activement au développement de la recherche sur l'utilisation des médias. Elle renforce ainsi son rôle d'organisme de recherche indépendant et digne de confiance, qui non seulement fournit des données fiables au secteur des médias, aux autorités et aux milieux politiques et scientifiques, mais ouvre également de nouvelles perspectives d'avenir grâce à ses solutions innovantes.

Recherche radio

Décision de principe et coup d'envoi du projet Mesure radio 28+

En 2025, le Conseil d'administration de Mediapulse a pris une décision de principe déterminante pour l'avenir de la recherche radio en Suisse : à partir de 2028, l'audience continuera d'être mesurée par des moyens techniques et selon l'approche du panel.

Cette décision a été précédée d'un processus d'évaluation approfondi, au cours duquel différents scénarios méthodologiques et options de mesure ont été examinés. Au terme de cette évaluation, seules deux options étaient encore en lice : passer à une approche basée sur une enquête par questionnaire ou poursuivre avec une mesure technique. Le Conseil d'administration – avec le large soutien des diffuseurs radio – a choisi la seconde solution, car

elle est plus adéquate et garantit une plus grande continuité.

À la suite de cette décision de principe, Mediapulse a donné en automne 2025 le coup d'envoi au projet de mise en œuvre de la nouvelle mesure radio. Baptisé Mesure radio 28+ et s'articulant en plusieurs sous-projets, le projet est centré sur un panel aux dimensions réduites par rapport à aujourd'hui, mais dans lequel l'audience radio continuera d'être mesurée au moyen de la Mediawatch. Afin que les données semestrielles rendent compte de l'audience le plus fidèlement possible malgré cet échantillon réduit, il est prévu de les consolider avec les données d'audience historiques.

Par ailleurs, Mediapulse teste une application pour smartphone susceptible de compléter la Mediawatch et travaille à une approche visant à intégrer les Radio Streaming Data dans la mesure basée sur le panel. Le but est de suivre à l'avenir une approche de recherche hybride. Le projet a également pour priorités une étroite implication des acteurs de la branche, la définition d'un outil d'analyse approprié ainsi que la viabilité du système sur les plans financier et contractuel.

Nouvelle forme de publication semestrielle des données radio

Mediapulse a modernisé la publication semestrielle des données radio et les présente désormais sous la forme d'un tableau de bord interactif sur son site web. Les premières données publiées sous ce nouveau format moderne, clair et offrant des possibilités d'utilisation d'une grande flexibilité sont celles du second semestre 2025.

Recherche TV / Images animées

TV Analytics – le nouvel outil de référence

Le lancement du nouvel outil d'analyse TV Analytics en janvier 2026 a marqué le franchissement d'une étape de première importance. Mediapulse a intensément travaillé à ce projet tout au long de 2025 et considère le remplacement de l'ancien outil qui a pris effet le 1^{er} janvier 2026 comme une réussite.

Au-delà du déploiement technique, un facteur clé de ce succès a été l'accompagnement complet des utilisateurs. Mediapulse avait en effet mis en place dès août 2025, dans le cadre d'une phase d'explo-

Activités (Continuation)

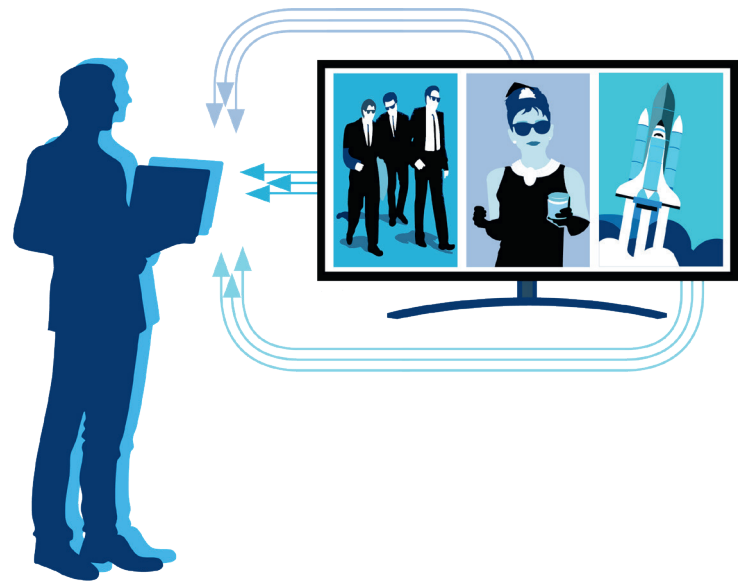
tation en parallèle, une importante offre d'assistance incluant des formations, des webinaires, de la documentation, des manuels ainsi que des conseils individuels, destinée aux diffuseurs, aux régies publicitaires et aux agences. Cela a permis à la clientèle de passer au nouveau système et de l'intégrer dans ses processus sans problèmes.

Avec TV Analytics, le marché dispose désormais d'une solution d'analyse tournée vers l'avenir. Basée sur le cloud et conviviale, elle contribuera durablement à l'efficacité et à la qualité de la recherche TV.

Stabilité de l'exploitation et changement de technologie dans le panel de mesure TV

La technologie de mesure TV reposait auparavant sur un boîtier de mesure dont les données étaient transmises via le réseau 3G. La désactivation définitive de ce réseau ayant été annoncée de longue date pour début 2026, il était indispensable de changer de technologie de mesure dans le panel TV.

Après d'importants travaux préparatoires – parmi lesquels l'adoption d'un nouveau processus de reconnaissance des chaînes TV et la migration vers une plateforme de traitement de données moderne –, le déploiement du nouveau boîtier de mesure compatible 4G, à savoir le People Meter 7, a débuté en mai 2024. Le passage à la nouvelle technologie s'est ensuite déroulé progressivement dans tous les ménages du panel pour s'achever en septembre 2025. Les mesures d'audience se sont poursuivies de manière stable et sans interruptions pendant toute la période de transition. Ainsi modernisée, l'infrastructure de mesure TV est à même de répondre efficacement et durablement aux exigences à venir.



Rapport Big Screen Data – deuxième édition

On observe depuis longtemps déjà que l'utilisation des postes de télévision (Big Screens) se diversifie et que ce phénomène tend même à s'accroître. Avec son rapport annuel Big Screen Data, Mediapulse documente ces nouveaux modèles d'utilisation en s'appuyant sur des données factuelles et montre comment différentes offres s'imposent sur les téléviseurs traditionnels.

Après le premier rapport publié en février 2025, la deuxième édition portant sur l'année 2025 est disponible. Les Big Screen Data offrent aux chaînes TV et aux régies publicitaires une vue d'ensemble de l'importance du téléviseur pour la consommation des programmes TV et permettent d'observer la concurrence croissante exercée par les autres offres d'images animées. Avec ce rapport, Mediapulse met à la disposition du marché un outil supplémentaire qui crée de la transparence et soutient le développement stratégique de l'écosystème télévisuel.

Activités (Continuation)

Engagement public

Modification des dispositions de la LRTV



Mediapulse, conjointement avec ses parties prenantes, a continué de s'engager en faveur d'une légère modification des dispositions de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV), qui lui permettrait d'utiliser la contribution financière dont elle bénéficie non seulement pour des investissements, mais également pour l'exploitation courante. Cette modification donnerait à Mediapulse la possibilité d'affecter ces fonds de manière ciblée là où ils serviraient le plus efficacement possible l'exécution de son mandat légal – par exemple pour garantir la qualité et la rigueur scientifique requises des mesures, notamment en ce qui concerne la taille des échantillons et la solidité des méthodes.

L'examen du projet au niveau politique est jusqu'ici très positif; la décision finale est attendue pour le printemps 2026.

Participation aux discussions de la branche

En 2025, Mediapulse a pris part aux principales manifestations de la branche et participé activement aux discussions spécialisées en cours à l'échelle nationale et internationale, en y apportant toute son expertise. Lors de la conférence asi, à Copenhague, elle a convaincu l'auditoire avec deux contributions sur

le développement de la recherche radio et TV. Tanja Hackenbruch, CEO, y a même été distinguée par le Tony Twyman Award pour son exposé sur le nouveau design hybride de la recherche radio en suisse. Les présentations de Mediapulse ont mis en évidence toute l'importance de l'innovation méthodologique et de bases de données fiables sur un marché des médias en pleine mutation.

Mediapulse était également présente à la conférence de l'European Media Research Organisation (EMRO) ainsi qu'à la Journée suisse de la recherche média, organisée par REMP, où elle a participé aux débats spécialisés sur les questions d'actualité concernant la recherche et le marché.

Un moment fort de l'année sous revue a été la participation à un projet d'intelligence artificielle (IA) de l'Université de Saint-Gall, visant à simuler des données d'audience TV. Ce projet a permis d'explorer et de discuter les possibilités et les limites des modèles d'IA générative dans le domaine des études d'audience – un pas important vers une meilleure compréhension du potentiel d'avenir et des exigences de qualité de la recherche basée sur les données.

De plus, afin de renforcer le dialogue permanent au sein de la branche, Mediapulse a lancé une nouvelle offre d'informations: la Newsletter Mediapulse, dont le premier numéro est paru en octobre 2025. Cette newsletter informera dorénavant régulièrement sur les projets en cours, les derniers résultats de la recherche et les développements prévus.

Enfin, Mediapulse s'engage dans la formation de base et la formation continue, à la faveur notamment de cours dispensés dans des hautes écoles suisses ainsi que des cours d'introduction à la recherche radio et TV proposés par l'IGEM Academy tant en Suisse alémanique qu'en Suisse romande.

Rapport financier

Mediapulse SA

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2025	2024
Produits d'exploitation		20'576	22'054
Charges de production		-13'762	-15'363
Charges d'exploitation et de personnel		-6'410	-6'198
EBITDA		404	493
Contributions de la Confédération moins les amortissements		-33	-33
Correctifs de valeur sur immobilisations financières		0	0
EBIT		371	460
Résultat financier et résultat extraordinaire		61	42
Résultat d'entreprise		432	503

Bilan	en kCHF (milliers)	2025	2024
Total de l'actif		16'917	17'680
Actif circulant		10'667	10'513
Actif immobilisé		6'249	7'167
Total du passif		16'917	17'680
Fonds étrangers à court terme		1'158	1'513
Fonds étrangers à long terme ¹⁾		7'848	8'689
Fonds propres		7'910	7'478

¹⁾ Y compris une provision pour futurs investissements de 1'380 kCHF (fonds d'investissement)

Les comptes de Mediapulse SA ont été soumis à un contrôle ordinaire volontaire (organe de révision: KPMG).

Mediapulse SA a réalisé en 2025 un bénéfice de 432 kCHF pour des produits d'exploitation de 20'576 kCHF. Au niveau du résultat des activités d'exploitation (EBITDA), c'est le segment TV qui est à l'origine de l'essentiel du résultat positif, tandis que le segment radio et celui des activités complémentaires ont tous deux enregistré un résultat négatif, comme on s'y attendait. L'abandon des activités de recherche en ligne fin 2024 a entraîné un transfert de charges générales d'exploitation et de personnel vers les secteurs d'activité restants.

Le résultat 2025 des activités complémentaires reflète principalement les coûts d'entretien du panel non-TV.

Par rapport à l'exercice précédent, le bilan de Mediapulse SA au 31 décembre 2025 présente les fluctuations usuelles. L'actif circulant se maintient globalement à un niveau constant, avec des liquidités qui sont également stables. La diminution des immobilisations corporelles s'explique par les amortissements régulièrement effectués; dans le segment radio, on a comptabilisé des acquisitions de remplacement. Le recul des fonds étrangers à long terme reflète la diminution des contributions de la Confédération non dissoutes.

Fondation Mediapulse

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2025	2024
Produits d'exploitation		1'449	4'514
Charges de production		-1'329	-4'394
Charges d'exploitation		-71	-67
EBIT		49	53
Résultat financier et résultat extraordinaire		12	3
Résultat d'entreprise		60	57

Bilan	en kCHF (milliers)	2025	2024
Total de l'actif		5'150	4'553
Actif circulant		2'900	2'303
Actif immobilisé		2'251	2'250
Total du passif		5'150	4'553
Fonds étrangers à court terme		1'528	990
Fonds propres		3'623	3'563

Les comptes de la Fondation Mediapulse ont été soumis au contrôle restreint prescrit par la loi (organe de révision: KPMG).

La Fondation Mediapulse soumet de temps à autre à l'OFCOM des demandes de contributions de la Confédération, qui proviennent du produit de la redevance de réception et sont destinées à financer les systèmes de mesure radio et TV. Les contributions octroyées et versées par l'OFCOM sont ensuite transférées à Mediapulse SA. Dans le compte de résultat de la Fondation, ce processus continu d'entrées et de sorties de fonds se traduit par des produits d'exploitation et des charges de production dont les montants respectifs sont identiques et dont le solde est par conséquent toujours égal à zéro. S'y ajoute la facturation à Mediapulse SA des droits sur le nom, qui rapportent 120 kCHF par année à la Fondation. Les charges d'exploitation se situent au même niveau que les exercices précé-

dents et c'est donc également le cas du résultat d'entreprise (60 kCHF).

Par analogie avec le compte de résultat, les entrées de fonds attendues de la part de l'OFCOM et le transfert prévu de ces fonds à Mediapulse SA sont portés au bilan sous la forme d'actifs et de passifs de régularisation de même montant. Ce montant fluctue en fonction de l'importance des contributions de la Confédération demandées et obtenues ainsi que de l'échelonnement de l'appel de ces fonds dans le temps. Les liquidités de la Fondation ont légèrement augmenté.

Berne, le 23 avril 2026.



D^{re} Tanja Hackenbruch

Profil de l'entreprise

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche indépendante, de collecter les données d'audience des programmes et des offres numériques des diffuseurs radio et TV en Suisse. Ces données « Made in Switzerland » 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, les milieux politiques et ceux de la recherche scientifique.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse a pour but de soutenir les marchés suisses des médias et de la publicité en mettant à leur disposition des produits de données couvrant leurs besoins en matière d'analyse des programmes et de commercialisation. Des systèmes de mesure modernes, des méthodes fondées scientifiquement et de constantes innovations lui permettent de rendre compte de manière fiable, précise, transparente et pérenne des changements dans l'utilisation des médias audiovisuels, dont l'évolution est très dynamique.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de l'excellence de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM). Les principaux acteurs du marché sont représentés au sein du Conseil d'administration de Mediapulse SA ainsi que du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse.

Le Conseil de fondation se compose d'un président et de 18 membres, qui représentent paritairment les trois groupes d'intérêts concernés, à savoir SRG SSR, les diffuseurs privés suisses et la branche de la 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 ci-dessus, ainsi que d'une représentante des milieux scientifiques.

La gestion opérationnelle de Mediapulse SA est assurée par une direction comptant trois membres. 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 fait office de forum, au sein duquel les clients de Mediapulse peuvent faire valoir les besoins et les demandes des marchés de la radio et de la télévision et formuler, en dialogue avec la direction, des recommandations à l'intention de Mediapulse SA.

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

En tant qu'organisme de recherche appliquée sur les médias et institution officielle chargée des études d'audience de référence en Suisse, Mediapulse fait partie des principaux réseaux nationaux (notamment fkmb, IGEM, SSCM, asms) et de plusieurs réseaux internationaux (notamment EMRO, ESOMAR, I-JIC) actifs dans ce domaine.