Im Browser öffnen



Newsletter Mediapulse

Bonjour {{ contact.VORNAME }} {{ contact.NACHNAME }}

Le lancement des Video Ad Data marque une étape importante du développement de la recherche convergente sur les images animées en Suisse. A partir de mi-novembre, les valeurs de performance seront à disposition dans l'outil de planification du marché TV. Désormais, il sera possible de planifier et d'analyser les campagnes publicitaires diffusées en live et en replay à la télévision, et sous forme de vidéos en ligne en s'appuyant sur une base de données uniforme et permettant de faire des comparaisons.

L'intérêt du marché pour la thématique de la convergence s'est également clairement exprimé lors de la table ronde que nous avons organisée avec des représentantes et représentants des annonceurs, des agences, des médias et des associations de branche. Les avis étaient unanimes : le marché de la publicité a besoin de valeurs de performance indépendantes couvrant les principaux canaux de diffusion d'images animées et permettant de faire des comparaisons. C'est précisément à cela que contribuent les Video Ad Data.

Le dialogue avec le marché est essentiel à nos yeux dans d'autres domaines également. L'interview de Roman Unternährer nous donne un aperçu des Radio Streaming Data et de leur utilité pour la branche. Les travaux préparatoires de la Recherche radio 28+ se poursuivent comme prévu. L'évaluation actuelle de la Commission scientifique des médias est également encourageante : elle confirme une nouvelle fois l'excellente qualité et la fiabilité de nos systèmes de recherche.

Je vous souhaite une agréable lecture.

Cordialement
Tanja Hackenbruch
CEO Mediapulse

Au fait : cette newsletter est également disponible en allemand. 👉 S'abonner

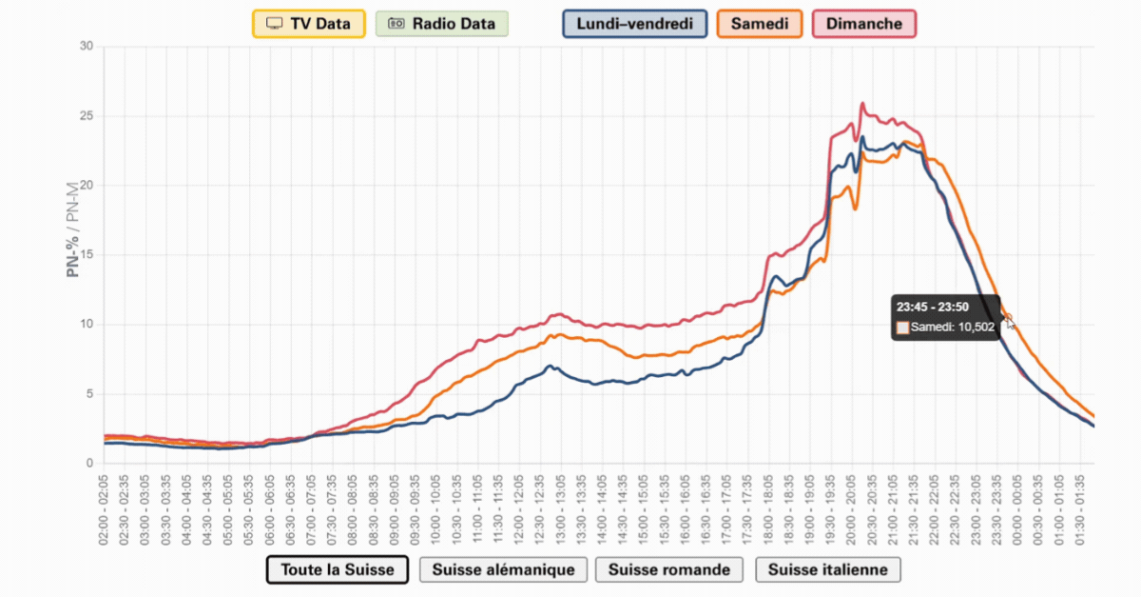
---

Au sommaire de ce numéro

- Nouvelles de la recherche radio
- Nouvelles de la recherche TV
- Table ronde sur la mesure convergente des campagnes
- Transfert de savoir-faire : formation de base et formation continue
- Calendrier

Quand écoutons-nous la radio ?

Quand regardons-nous la télévision ?



La radio le matin, la télévision le soir ? Notre nouveau diagramme interactif montre comment l'écoute de la radio et le visionnage de la télévision se distribuent au cours de la journée en Suisse. Découvrez leur évolution en fonction de l'heure, du jour de la semaine ou de la région linguistique, ainsi que les différences intéressantes qui apparaissent.

DÉCOUVREZ-LE

Thèmes Radio

Recherche radio 28+ : les prochaines étapes sont définies

Le développement de la Recherche radio 28+ est en bonne voie. Des décisions cruciales ont été prises quant à la méthode de recherche et le projet entre dans la phase suivante. Dans le même temps, nous examinons des possibilités complémentaires, telles que l'utilisation d'une app de mesure et l'hybridation des Radio Data avec les Radio Streaming Data. Ce point sur le projet présente les éléments déjà définis et les prochaines étapes.

Vers l'état du projet

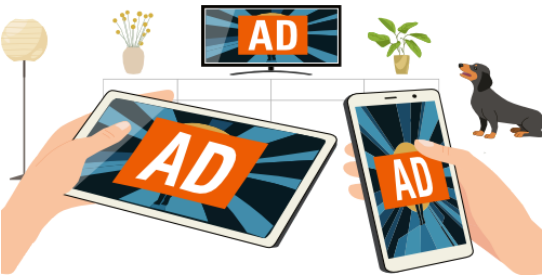
Radio Streaming Data : aperçu des pratiques de CH Media



Comment CH Media se sert-elle des Radio Streaming Data dans les programmes et la commercialisation ? Roman Unternährer, responsable Radio, présente des cas d'application concrets, parle de développements surprenants sur le marché de l'audio numérique et souligne la valeur d'une base de données objective et permettant de faire des comparaisons. Dans cette interview, il relève également le potentiel qu'offrent

Thèmes TV

TV, TV en replay et vidéos en ligne : toute la publicité animée peut désormais faire l'objet de comparaisons



Comment performe une campagne publicitaire sur les divers canaux de diffusion d'images animées ? Avec les Video Ad Data, le marché suisse de la publicité fait un pas décisif vers une réponse couvrant tous les canaux de diffusion. Les premières campagnes sont déjà mesurées et les nouvelles données viendront s'ajouter à celles de la TV et de la replay TV, là même où ces dernières sont actuellement analysées.

En savoir plus

Bonnes notes pour la recherche de Mediapulse

pour l'avenir des séries de données toujours plus longues.

Vers l'interview



Qu'en est-il de la qualité des systèmes de recherche placés sous la responsabilité de Mediapulse ? La Commission scientifique des médias (CSM) a réalisé son audit annuel pour l'année de recherche 2025 et en tire des conclusions positives.

En savoir plus

Prise de postition de la table ronde

Quelle est la prochaine étape de développement de la mesure convergente des campagnes publicitaires ?

Intégrer la mesure de la TV, de la replay TV et des vidéos en ligne dans une base de données commune est une avancée importante que Mediapulse a concrétisé avec les Video Ad Data. Mais que faut-il encore pour que les campagnes publicitaires puissent être véritablement évaluées transversalement, abstraction faite des frontières entre plateformes et entre médias ? Nous en avons discuté lors d'une table ronde réunissant des représentantes et représentants des annonceurs, des agences, des publishers et des associations de branche. Les points de vue exprimés montrent où en est aujourd'hui la mesure convergente des campagnes publicitaires et quelles questions se pose le marché pour la suite de son développement.

En savoir plus

Transfert de savoir-faire

La recherche appliquée sur le public fait partie intégrante de la formation universitaire

Cette année également, Mediapulse s'engage dans la formation universitaire, afin que les bases de la recherche appliquée sur le public trouvent leur juste place dans le cursus de bachelor de l'Institut des sciences de la communication et de la recherche sur les médias de l'Université de Zurich.

Durant le semestre d'hiver 2026, Mirko Marr et Florin Büchel donneront un cours d'introduction à la recherche sur le public en Suisse, avec le concours de Finn Stein, Director of Research and Development chez REMP SA Recherches et études des médias publicitaires, et de Felix Mende, directeur de Swiss Poster Research Plus SA.

Au cours du semestre de printemps 2027, Florin Büchel et Michelle Scheuermeier animeront un séminaire traitant des formes d'organisation, des méthodes et des produits de la recherche appliquée sur le public sur les marchés médiatiques européens et nord-américains et comparant leurs spécificités.

Calendrier

Manifestations:

- Séance d'information Recherche radio 28+ | 18.3.2027

Publications :

- Rapport CSM 2025 | À télécharger sur notre site Web
- Publication semestrielle radio | prévue le 12 janvier 2027
- Publication semestrielle TV | prévue le 19 janvier 2027
- Publication Radio Streaming Data T4/2026 | 20.01.2027

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.