

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Avenir de la recherche média suisse

## Les organismes de recherche sectorielle font cause commune

**Zurich, le 3 mai 2016 – Mediapulse et la REMP envisagent, sous l'intitulé «Swiss Media Data Hub», la création d'une entreprise conjointe. Les deux organismes réagissent ainsi à l'évolution des médias et de leur utilisation et à la demande de la profession qui souhaite des données intermédia et des taux de pénétration publicitaires plus complets.**

Les conseils d'administration de Mediapulse SA et de la REMP ont décidé fin avril 2016 que leurs deux organismes de recherche sectorielle s'investiraient dans le projet «Swiss Media Data Hub» visant à la création d'une entreprise commune gérée de manière paritaire. La mise en place et en forme d'un organisme commun à la REMP et à Mediapulse visant la collecte, le traitement et l'analyse transcatégoriels et exhaustifs de données en ligne sur l'utilisation média constitue le cœur du projet. Du point de vue technique et organisation, «Swiss Media Data Hub» se concrétisera dans les semaines à venir, et il est prévu de présenter le projet durant l'été 2016 aux représentants de la profession qui seront intéressés, dans le cadre d'une manifestation d'information.

### **Un modèle porteur d'avenir pour la recherche média suisse**

Franziska von Weissenfluh, présidente du conseil d'administration de Mediapulse, est convaincue que «Swiss Media Data Hub» constitue un tournant déterminant pour l'avenir du secteur suisse de la communication. Jürg Weber, président du Conseil d'administration de la REMP, estime que «vu la fragmentation croissante du monde des médias, seul une approche de recherche intégrée est en mesure de fournir des données fiables». Et Franziska von Weissenfluh d'ajouter: «À la convergence des médias, il faut répondre par la convergence des méthodes. Cette entreprise commune à Mediapulse et à la REMP renforcera la recherche suisse sur l'utilisation des médias».

### **La convergence des médias requiert la convergence des méthodes**

Le fort accroissement de la mobilité individuelle et les évolutions technologiques ont considérablement modifié les comportements en termes d'utilisation des médias au cours des dernières années. De nouvelles offres de médias sont apparues et la marque de médias, en tant qu'entité et indépendamment de la filière de distribution, joue un rôle de plus en plus important. L'évolution des conditions du marché requiert que la recherche s'adapte en conséquence. Le projet «Swiss Media Data Hub» offre une solution permettant une recherche transcatégorielle. En outre, le secteur publicitaire souhaite disposer d'informations neutres sur les taux de pénétration de la publicité.

### **La garantie d'un niveau de qualité élevé, de financement et d'une référence solide**

Le projet «Swiss Media Data Hub» offre à Mediapulse et à la REMP ainsi qu'à leurs clients et au marché, de nombreuses synergies et avantages. La mise en commun des données de toutes les filières de distribution permet de combler des lacunes au niveau des mesures et d'améliorer la pertinence des taux de pénétration projetés. Les données obtenues permettent notamment de formuler des diagnostics à la fois de grande qualité et nuancés sur l'utilisation des médias au sein du groupe cible et l'impact publicitaire sur celui-ci. Cette mise en commun des données génère par ailleurs une meilleure efficacité en termes de coûts et garantit, également pour l'avenir, le financement neutre, indépendant et crédible de travaux de recherche faisant référence.

### **Intégration active et réactions positives du marché**

La mise en place du projet «Swiss Media Data Hub» se déroule à partir de consultations intensives et d'une identification des besoins avec des représentants de la profession, à savoir les diffuseurs de médias, les régies publicitaires et les annonceurs. Cette collaboration active et constructive constitue le fondement d'une large acceptation de la recherche média suisse de l'avenir. Roger Harlacher, président de l'Association Suisse des Annonceurs (ASA), souligne que «pour les annonceurs, il est indispensable de disposer de valeurs de planification fiables et reposant sur une méthode scientifique solide. L'entreprise commune de la REMP et de Mediapulse constitue une base solide d'une recherche intermédia transcatégorielle qu'ils réclament en urgence».

#### **Mediapulse SA**

Le groupe Mediapulse emploie un peu plus de 30 personnes. Il mesure et commercialise les audiences officielles des chaînes de radio et de télévision. Les données quotidiennes issues des deux systèmes de mesure (panel Mediapulse pour la radio et pour la télévision) sont utilisées par les chaînes pour leur programmation et par les publicitaires pour la vente ciblée d'espaces publicitaires. Ses services sont la base de l'ensemble du marché publicitaire suisse des médias électroniques. Avec un budget de 20 millions de francs, Mediapulse SA influe indirectement sur plus de 900 millions de francs de dépenses publicitaires. L'autorité de surveillance est le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), dirigé par la conseillère fédérale Doris Leuthard.

#### **REMP**

En tant qu'organisation interprofessionnelle de recherche indépendante et neutre, la REMP agit pour la transparence sur le marché des médias et de la publicité. Les études de la REMP constituent des références concernant les catégories médias presse, cinéma et sponsoring. Le marché évoluant de plus en plus vers le tout-médias, la recherche intermédiaire sur le public est un élément déterminant de l'activité de la REMP. La REMP publie les études intermédia Audience totale et MA Strategy. Avec MACH Consumer, la REMP publie la plus vaste étude annuelle sur la consommation et les médias de Suisse.

---

#### **Contact**

REMP Recherches et études des médias publicitaires ([www.remp.ch](http://www.remp.ch))

Marco Bernasconi, CEO de la REMP, tél. 079 408 04 45, e-mail: [marco.bernasconi@wemf.ch](mailto:marco.bernasconi@wemf.ch)

Mediapulse ([www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch))

Franz Bürgi, directeur de Mediapulse, tél. 058 356 47 11, e-mail: [franz.buergi@mediapulse.ch](mailto:franz.buergi@mediapulse.ch)