

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nouvelles références suisses en ligne dès 2019

Marcus Föbus prend la direction du projet SMDH

Zurich/Berne, le 31.8.2017 – Le projet «Swiss Media Data Hub» (SMDH), initié par Mediapulse et REMP, se dote d'un nouveau responsable de projet en la personne de Marcus Föbus et entre dans sa phase d'implémentation par étapes. Les données de référence de la recherche modernisée sur les supports publicitaires en ligne et d'une nouvelle recherche sur les moyens publicitaires en ligne sont censées être mises à la disposition du marché suisse d'ici la mi-2019.

Le projet de recherche «Swiss Media Data Hub» (SMDH), lancé par Mediapulse et REMP en mai 2016 dans l'objectif du renouvellement de la recherche en ligne, sera mis en œuvre au 3^e trimestre 2017. Avec Marcus Föbus (41 ans), c'est un chercheur en médias à l'expérience internationale ainsi qu'un connaisseur invétéré de la recherche en ligne qui a pu être sollicité pour diriger l'implémentation du projet. Jusqu'à son entrée en fonction, le 1^{er} septembre 2017, Marcus Föbus assumait la fonction de Director Strategy & Business Development chez GfK SE Media Measurement à Francfort, où il était responsable du département de mesure d'audience en ligne. Mike Weber, précédent directeur de projet chargé de la phase de conception préparatoire, se montre ravi de la nomination de Marcus Föbus: «Le marché médiatique et publicitaire suisse peut s'estimer très heureux que nous ayons pu convaincre Marcus Föbus de mettre à la disposition du marché local son savoir-faire spécifique, très prisé.» À l'issue d'une phase transitoire, Mike Weber se consacrera à de nouvelles tâches. Les directions de Mediapulse et de la REMP remercient Mike Weber pour son engagement et le précieux travail fourni lors de l'étape préparatoire du projet.

Premières données de référence d'ici la mi-2019

La mise à disposition de données de référence de qualité et conformes au marché concernant l'utilisation en ligne (supports/moyens publicitaires) de la population suisse est prévue d'ici la mi-2019. Les nouvelles données de référence de la future organisation de recherche de référence, avec la participation majoritaire de Mediapulse et de REMP, remplaceront l'ancienne référence en ligne de Net-Matrix SA à moyen terme. Le processus de remplacement devrait être achevé d'ici la fin 2019, au plus tard.

Prestataires de recherche définis

En vue du recensement de la pénétration des supports publicitaires en ligne (utilisation des sites Web, Apps et médias en streaming) ainsi que des pénétrations nettes des moyens/campagnes publicitaires en ligne (display, images animées, audio), la nouvelle instance de recherche en ligne mise sur des technologies et des méthodes de mesure ultramodernes et viables d'instituts d'études de marché renommés. ComScore, le partenaire contractuel principal, se chargera de l'implication des entreprises nationales établies Intervista et DemoSCOPE, notamment en ce qui concerne la gestion du panel. Par ailleurs, la nouvelle approche de recherche fournira des données d'utilisation en ligne permettant aux organismes de recherche de la branche établis, Mediapulse et REMP, de compléter leurs propres données de référence (radio, TV, print, intermédias). Mediapulse, en particulier, sera à même de combler ses lacunes de mesure en matière de recherche radio et TV grâce aux données fournies par la nouvelle recherche en ligne.

Annexe au présent communiqué de presse

Photo Marcus Föbus (màd)

Contact

REMP Recherches et études des médias publicitaires (www.remp.ch)
Corinne Gurtner, Director of Corporate Communications
Tel. 043 311 76 54, E-Mail: corinne.gurtner@wemf.ch

Mediapulse (www.mediapulse.ch)
Christopher Wehrli, Leiter Kommunikation
Tel. 058 356 47 53, E-Mail: christopher.wehrli@mediapulse.ch

Mediapulse SA Mediapulse 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. 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 SA Recherches et études des médias publicitaires

En tant qu'organisation interprofessionnelle de recherche indépendante et neutre, REMP SA Recherches et études des médias publicitaires 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.