

POINTS FORTS DE L'ACTIVITÉ 2020: NOUVELLES APPROCHES, NOUVEAUX PRODUITS

Malgré les changements de l'environnement général, dus à la pandémie de Covid-19, la REMP est parvenue, en 2020, à réaliser dans les temps de nombreux projets et travaux prévus. Dans ce contexte, l'accent a été mis sur le développement de projets et d'innovations répondant aux besoins du marché.

BDmédias: nouvelles fonctionnalités

La REMP a eu des échanges intenses avec les représentants du marché des médias et de la publicité afin d'élaborer, puis de mettre en œuvre, des fonctionnalités supplémentaires pour la BDmédias. La planification d'annonces par le biais de la base de données est ainsi devenue encore plus confortable. Parmi ces fonctionnalités se trouve notamment un module permettant de réaliser des plannings de production, une extension de la gestion de la réception des commandes, la production de rapports supplémentaires ainsi que diverses interfaces vers des utilitaires tiers. En outre, la connectivité de la BDmédias avec les études et les statistiques du portail NEXT>LEVEL de la REMP a été améliorée.

Avec plus de 900 unités d'insertion, la base de données est d'ores et déjà représentative d'une partie considérable de la presse suisse, permettant ainsi une planification efficace des campagnes d'annonces, et ce nombre ne cesse de croître. Grâce au renforcement de la coopération entre la REMP et ses partenaires allemands (IVW) et autrichiens (ÖAK), la BDmédias inclut depuis 2020 également les informations de base sur les titres de plus de 3 800 journaux et magazines allemands et de 500 autrichiens. De cette manière, la BDmédias regroupe les principales unités d'insertion de l'ensemble de l'espace D-A-CH. L'intégration de jeux de données issus d'autres pays voisins est en projet.

Audit DOOH: lancement réussi

La publicité numérique extérieure joue un rôle croissant dans le mix média. Pour réagir à cette évolution, la REMP certifie désormais, depuis janvier 2020, les campagnes Digital Out-of-Home (DOOH). Cet audit permet aux régies qui commercialisent des surfaces publicitaires extérieures de prouver à leurs clients qu'une campagne est livrée dans les termes convenus. La procédure a été élaborée en collaboration avec des auditeurs espagnols, français, allemands et autrichiens et satisfait ainsi aux normes internationales.

Audit REMP: coopération et offres de prestations transfrontalières

Les organismes nationaux d'audit et de suivi des supports publicitaires suisses (REMP), allemands (IVW) et autrichiens (ÖAK) se regroupent depuis 2020 sous un logo commun. Il est prévu d'harmoniser les offres nationales de vérification, de telle manière que l'on puisse disposer des indicateurs et rapports concernant les performances publicitaires fournies à des acteurs du marché présents dans l'ensemble de l'espace D-A-CH. Une offre transfrontalière de

Rétrospective 2020

REMP Recherches et études des médias publicitaires



certification des tirages existe d'ores et déjà. D'autres projets, notamment un suivi harmonisé des campagnes de publicité numérique extérieure, sont en cours d'élaboration.

Modèle de recherche MACH: cap sur la poursuite du développement

Pour s'adapter aux évolutions des besoins du marché, la REMP continue à améliorer constamment ce modèle de recherche. L'objectif consiste, en plusieurs étapes, à accroître l'utilité pour les utilisateurs, tout en maintenant le niveau de qualité de la recherche, malgré la réduction des coûts et en améliorant la connectivité avec la future recherche convergente sur le public. À l'automne 2020, les études MACH Basic, MACH Consumer et MACH Radar ainsi que MA Strategy Basic et MA Strategy Consumer ont été présentées pour la première fois en tant que jeu de données commun. Parallèlement, l'équipe de recherche s'investissait à fond dans la réalisation des étapes suivantes. Notons tout particulièrement les ajustements du modèle d'échantillonnage de MACH Basic et le passage à une enquête en ligne pour MACH Consumer, à partir de février 2021 (première publication en octobre 2022), la présentation des qualités des contacts et des titres dans MACH Basic à partir de l'automne 2021 ainsi que le lancement de l'étude psychographique MACH Values à l'automne 2021, cette étude succédant à MACH Radar.

Les modifications méthodologiques concernant MACH Basic et MACH Consumer ont fait l'objet d'un test grandeur nature au printemps 2020. Les résultats de ce test ont été vérifiés et validés à la fois par le service de la recherche de la REMP et par des experts externes. L'ensemble des améliorations prévues sur les contenus et la méthode est donc désormais sur les rails.

Parution dans les temps des publications de la REMP

Même en cette année d'exception, en liaison avec le Covid-19, la REMP est parvenue à publier dans les délais prévus la totalité de ses études et statistiques. La certification des tirages s'est déroulée partiellement en télétravail, partiellement sur place, dans les maisons d'édition, mais toujours, bien entendu, dans le respect des règles de l'OFSP. Le règlement et la procédure de certification sont restés inchangés. Les collectes de données pour l'ensemble des études MACH à paraître en 2020 n'étaient pas encore affectées par la «situation extraordinaire». En effet, les dernières interviews avaient été réalisées à la mi-mars 2020, c'est-à-dire avant que soit déclarée la «situation extraordinaire».

À travers diverses études et prestations de conseil, les départements Product Consulting et Ad-hoc Research ont apporté leur soutien à la fois au secteur des médias, aux agences et aux annonceurs.

Les études MACH face à la situation d'exception

En étroite concertation avec les représentants du marché des médias et de la publicité, la REMP exclut de ses publications standard, MACH Basic et Audience totale, les données MACH sur la presse collectées durant le premier confinement (avril à juin 2020). Aucune étude spéciale n'est non plus prévue concernant cette période, le nombre de cas étant trop faible pour formuler des assertions pertinentes sur l'impact potentiel de cette situation exceptionnelle sur les taux de pénétration des titres.

Prestation de soutien: 33% de remise sur l'année Covid-19 2020

Les changements liés à la pandémie de coronavirus ont fortement impacté le marché des médias. La REMP a allégé la charge pesant sur les sociétés de médias en proposant une aide ponctuelle sous forme d'avoirs sur les produits déjà commandés et achetés. Tous les participants aux études MACH/MA ou à la certification des tirages ont bénéficié de cette remise exceptionnelle et unique de 33% sur l'année 2020. Le financement en a été assuré en partie par les mesures d'économies déjà mises en place préalablement et par des réserves disponibles que la REMP avait constitué grâce à une gestion prudente en vue de la mise en place de mesures exceptionnelles et des évolutions à venir.

Organisation: le CA accueille désormais un représentant des agences média

En qualité de Joint Industry Committee, la REMP tient encore davantage compte de sa position sur le marché des médias et de la publicité. Les actionnaires de la REMP ont décidé, lors de l'Assemblée générale ordinaire du mardi 9 juin 2020, une extension d'un siège du Conseil d'administration, afin d'accueillir un représentant des agences média au sein de cet organe de direction. Beat Krebs a été élu nouveau membre supplémentaire du Conseil d'administration et par là même, nouveau membre du directoire de l'association REMP. Il est délégué de Leading Swiss Agencies (LSA) et Managing Director chez OMD Suisse.

Confidentialité des données: maintien au plus haut niveau possible

La protection des données joue un rôle essentiel dans toutes les activités commerciales de la REMP. Afin de préserver un niveau élevé de protection, la REMP a poursuivi en 2020 sa collaboration avec le chargé externe de la protection des données. La totalité des contrats de fournisseurs et des solutions en matière de personnel a été contrôlée au regard des nouvelles exigences et améliorée, là où cela était nécessaire. En outre, le chargé externe de la protection des données a vérifié la conformité, sur le plan juridique, de la détention des données dans le cadre des études MACH et a donné son feu vert.

Événement: pas de Journée suisse de la recherche média en 2020

En raison des circonstances liées à la pandémie de Covid-19 et des incertitudes que celle-ci entraînait pour la tenue d'événements, la REMP n'a pas organisé de Journée suisse de la recherche média en 2020.