



Aller de l'avant.

Innovations dans la recherche sur les médias
et leurs avantages pour le marché de la
publicité

Christian-Kumar Meier
Vanessa Junod

Mediapulse – Transparence. Indépendance. Neutralité.

Organisation de branche indépendante pour tous – les entreprises de médias et la publicité.



Données d'audience de la radio, de la télévision et des offres en ligne en Suisse.



Données avec valeur de référence officielle pour le contenu et la publicité.



Pour diffuseurs, responsables de programmes, éditeurs, annonceurs, autorités et chercheurs.



Contribution au développement des marchés suisses des médias électroniques et de la publicité.



Garante de la transparence, de l'indépendance, de la neutralité et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias.

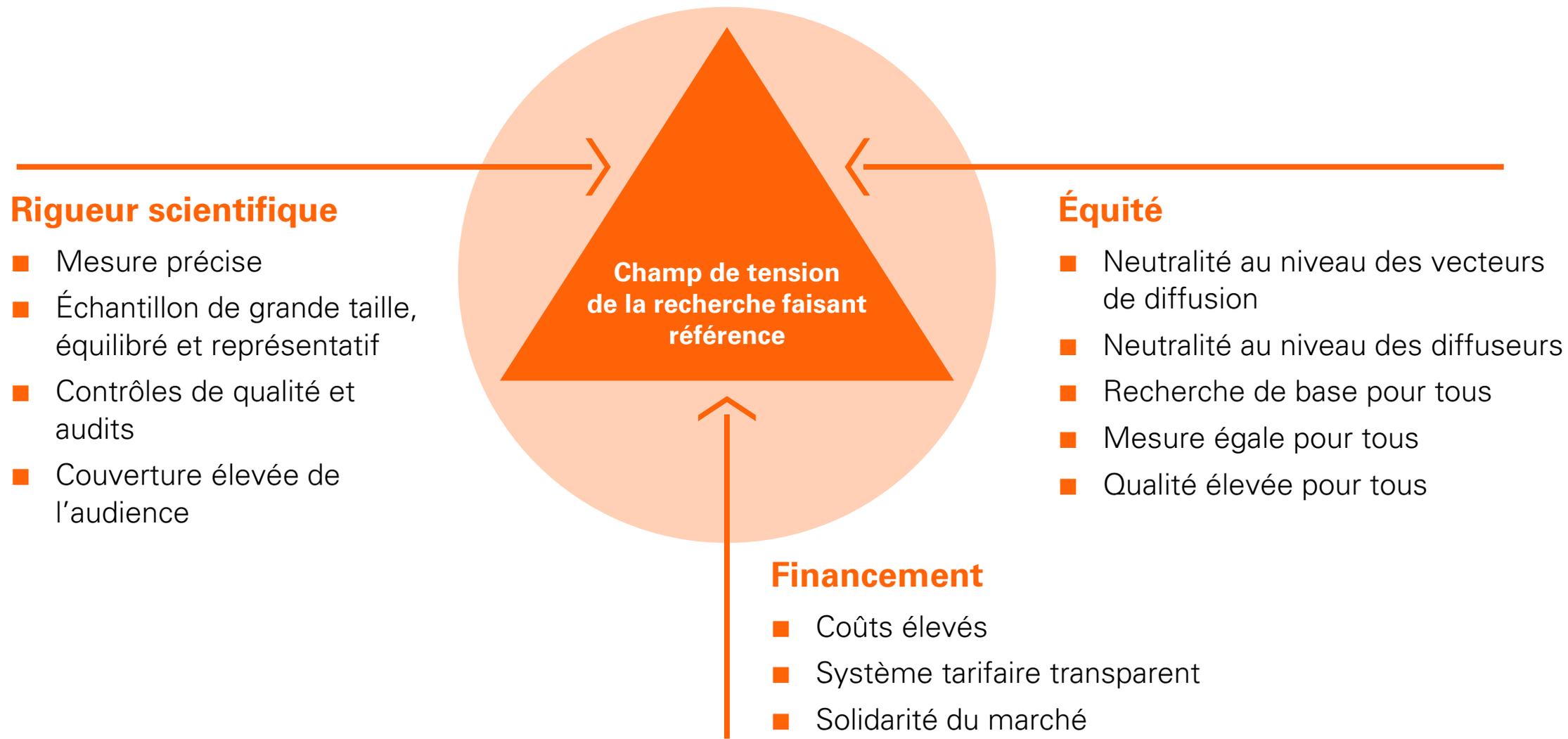


Soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM).



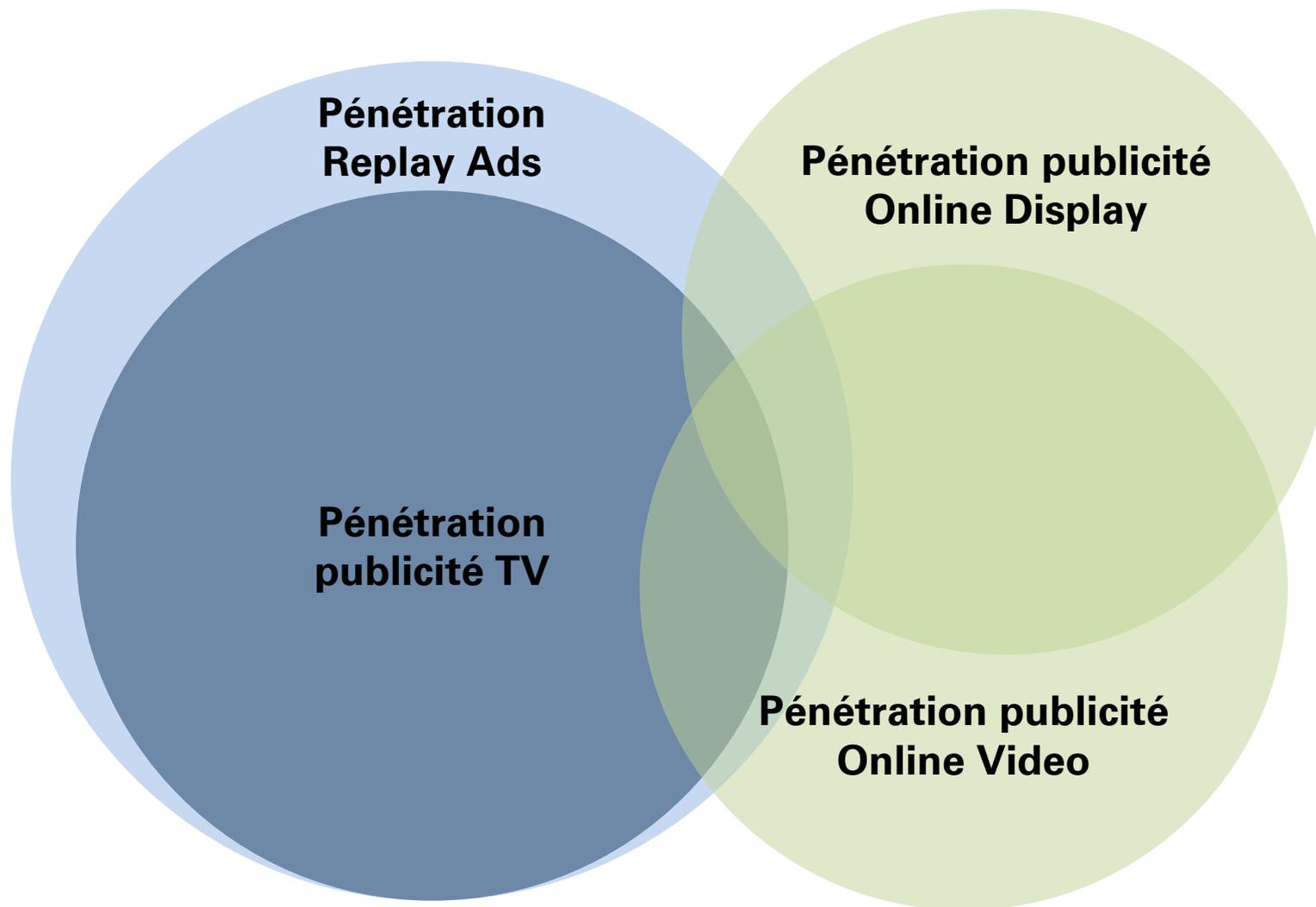
Marché représenté au sein du Conseil d'administration et du Conseil de fondation de Mediapulse.

Mediapulse doit satisfaire à des exigences très diverses

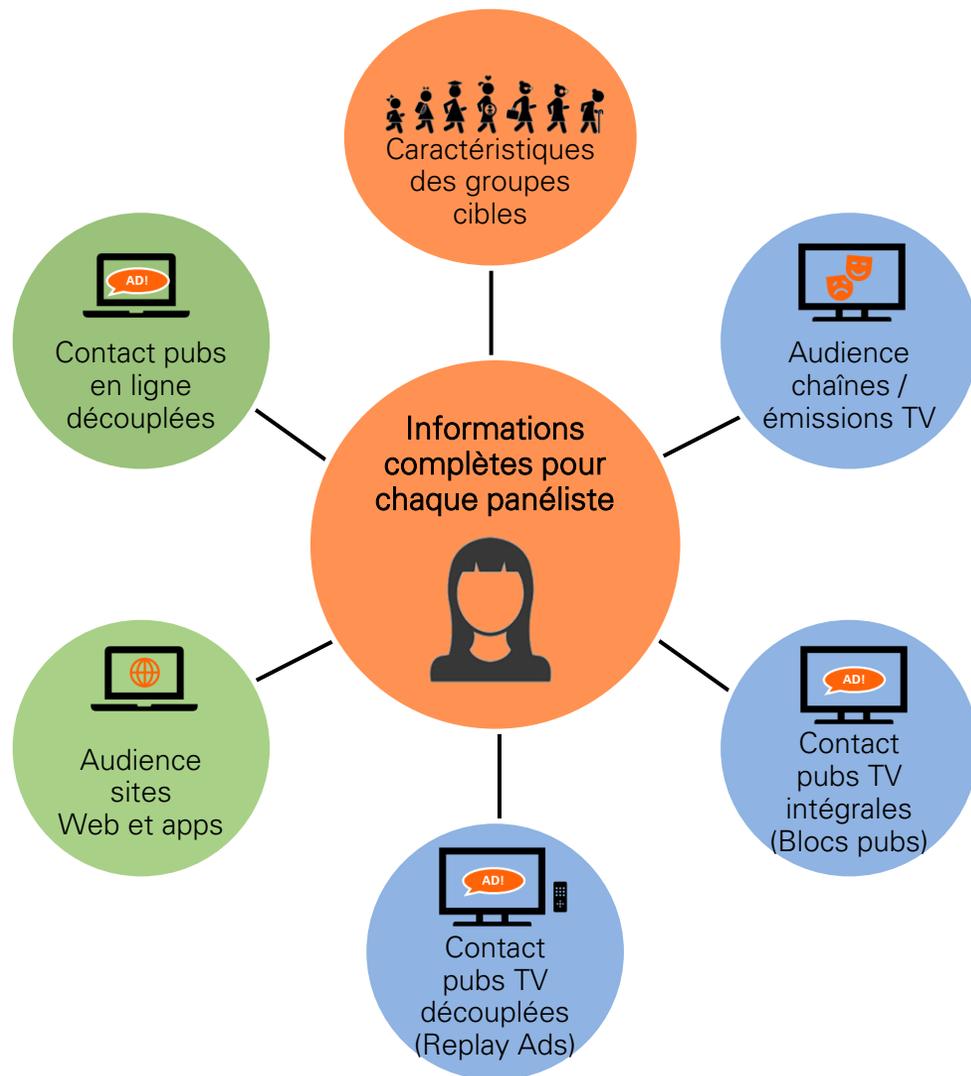


Recherche sur les campagnes cross-médias : la vision de Mediapulse

Projets TV et projets en ligne en tant qu'éléments d'une mesure convergente



Panel médias de Mediapulse : « Single Source of Truth »



Panel médias à la pointe de la technologie

2 100 ménages (y c. non-TV)
~ 5 000 personnes
10 000+ appareils en ligne
(smartphones, laptops, desktops, tablettes)

Mediapulse – Axes de travail 2025

1.

Optimiser les structures et les processus

Ressources

Savoir-faire

Processus

Architecture des données

2.

Développer la recherche TV

Mesure
Smallscreens

Mesure du
streaming

Hi-Res TV

Mesure des
Replay Ads

3.

Mettre en œuvre la recherche en ligne

Mesure des
contenus en
ligne

Mesure des
campagnes en
ligne

4.

Développer la recherche radio

Amélioration de
l'efficacité du
système
existant

Mesure de
vecteurs et
situations
d'écoute
supplémentaires

5.

Établir une référence cross-médias

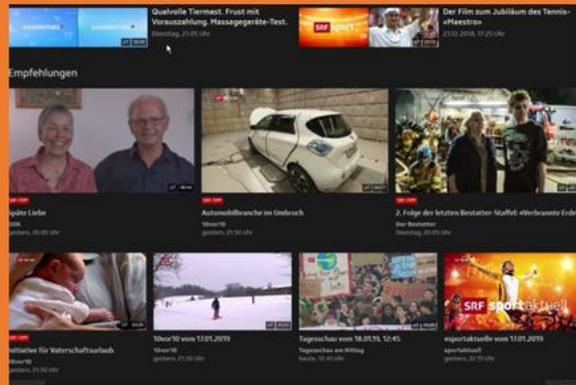
TV / En ligne

Autres médias

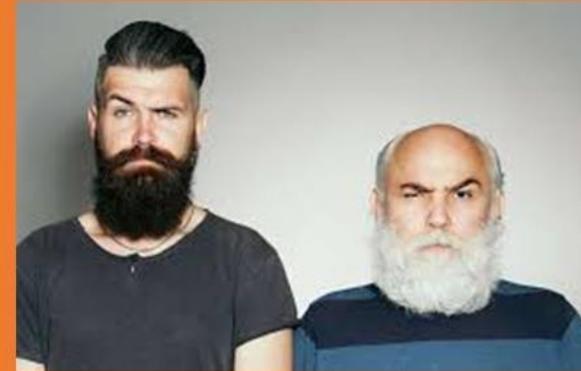
Autres sources
de données

Mediapulse Hi-Res TV Data : système hybride avec données du panel TV et des décodeurs (*set top boxes*)

Informations détaillées sur
l'utilisation de la TV ...
provenant des décodeurs

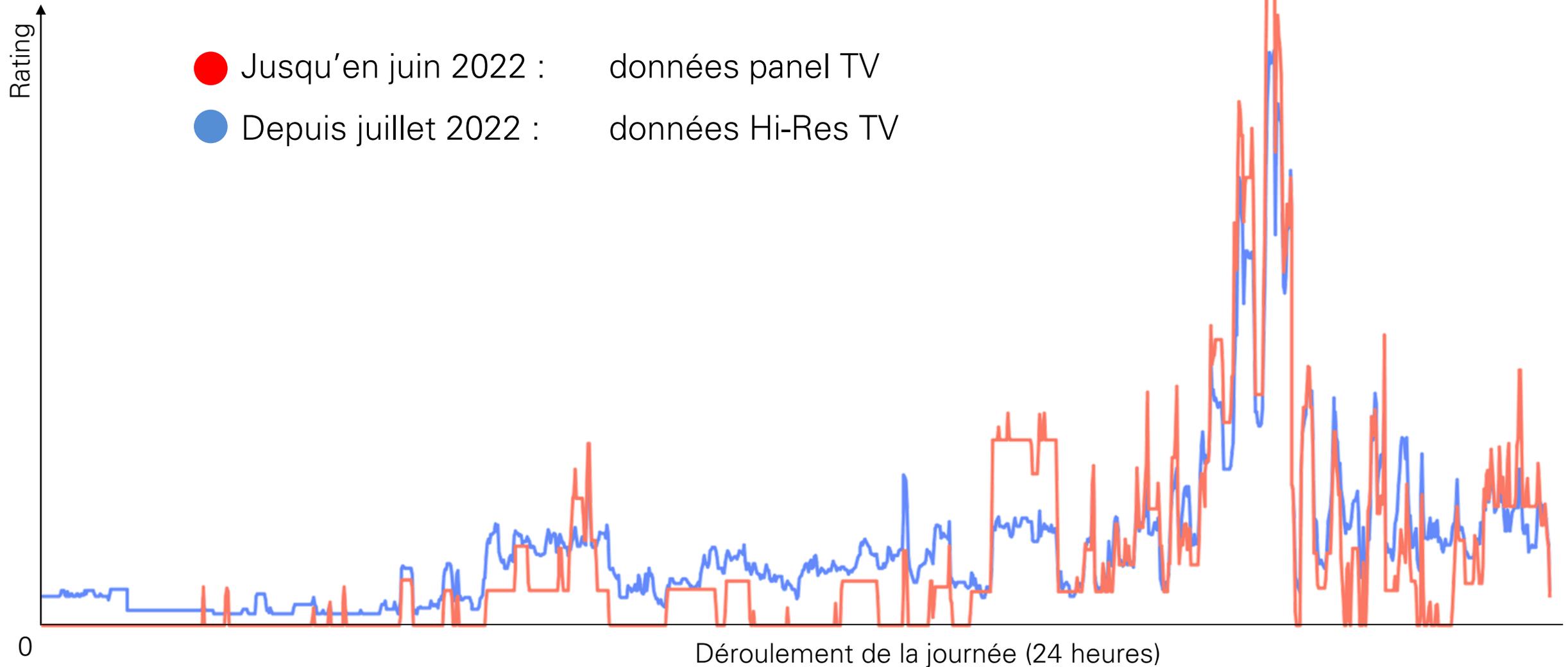


Informations détaillées sur les
utilisateurs TV ...
issues du panel TV

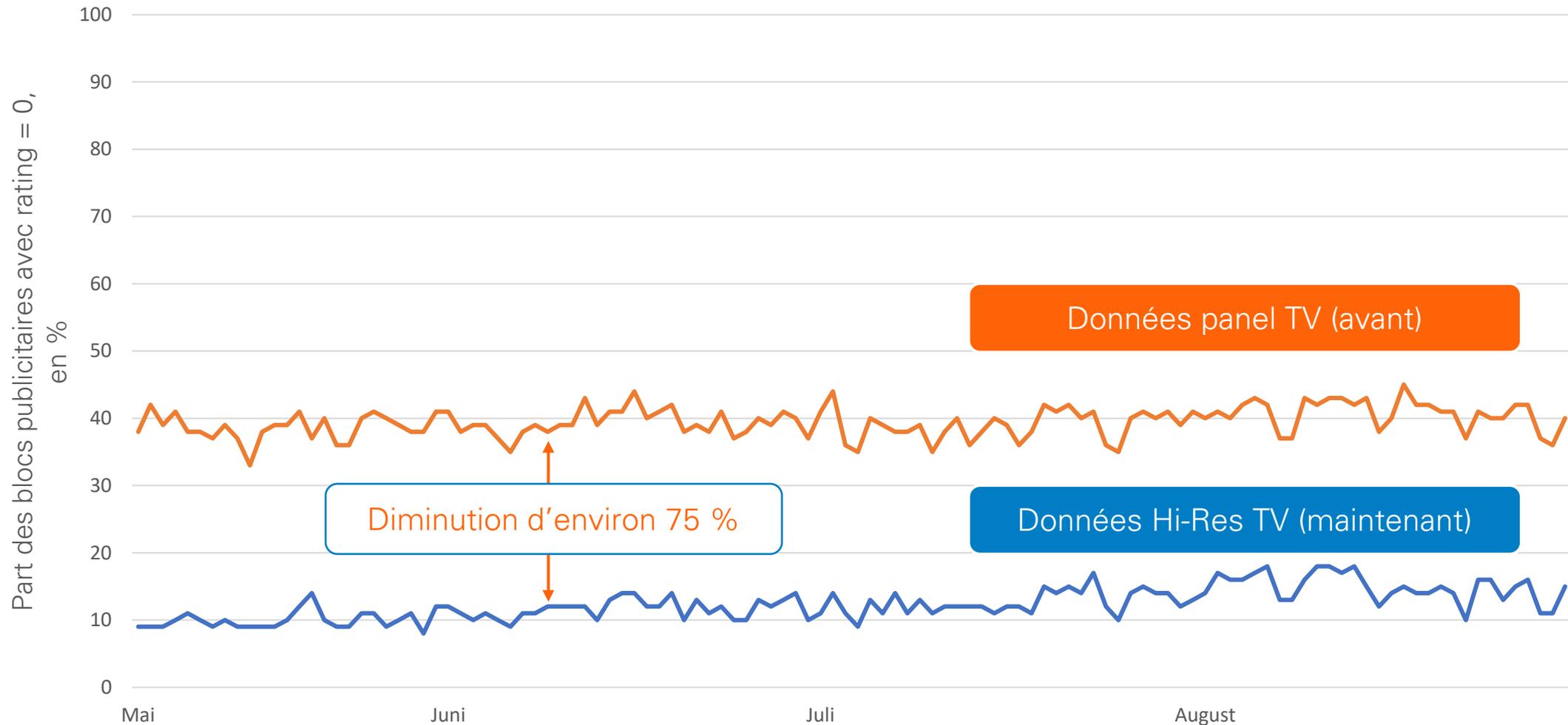


**Système hybride Hi-Res TV Data avec un total de
5 000 panélistes physiques et 15 000 virtuels**

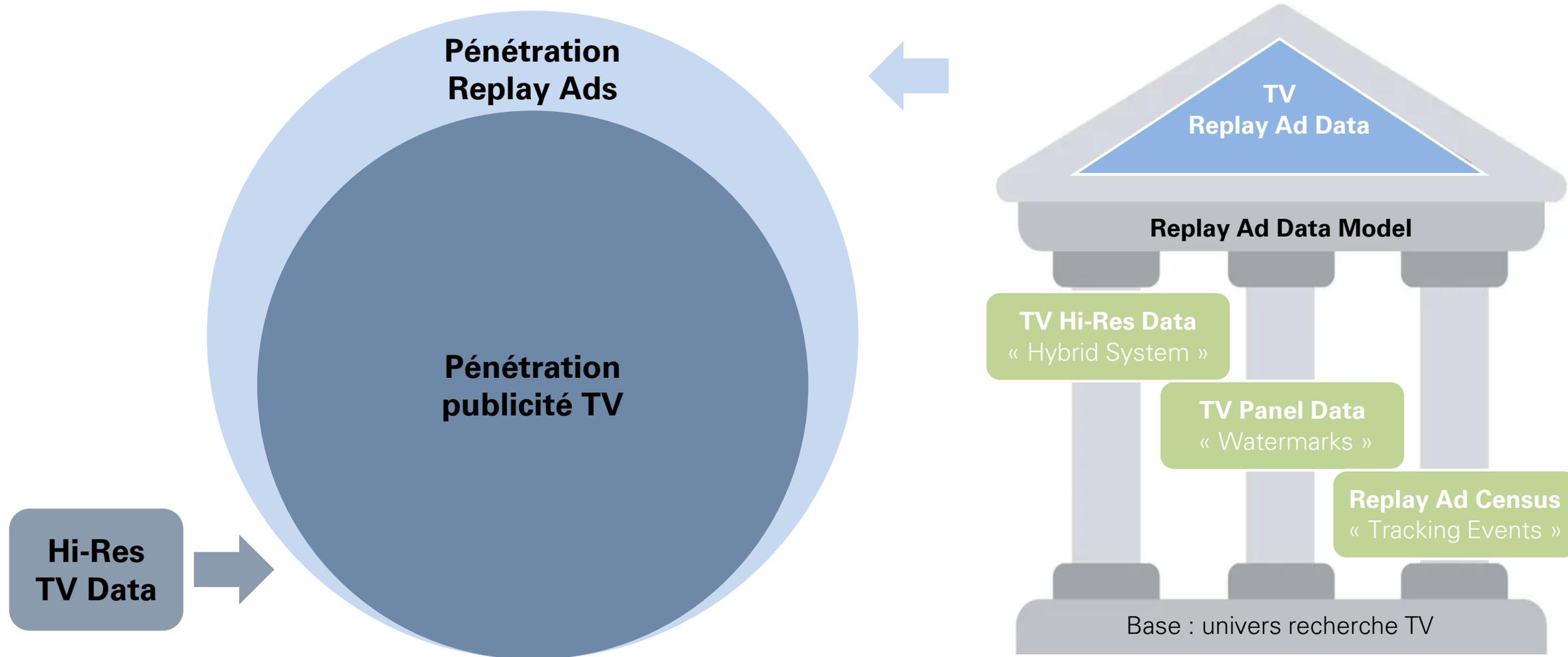
Avantages des Mediapulse Hi-Res TV Data pour le marché des chaînes TV : données granulaires pour tous



Avantages des Mediapulse Hi-Res TV Data pour marché de la publicité : diminution des blocs publicitaires avec rating = 0

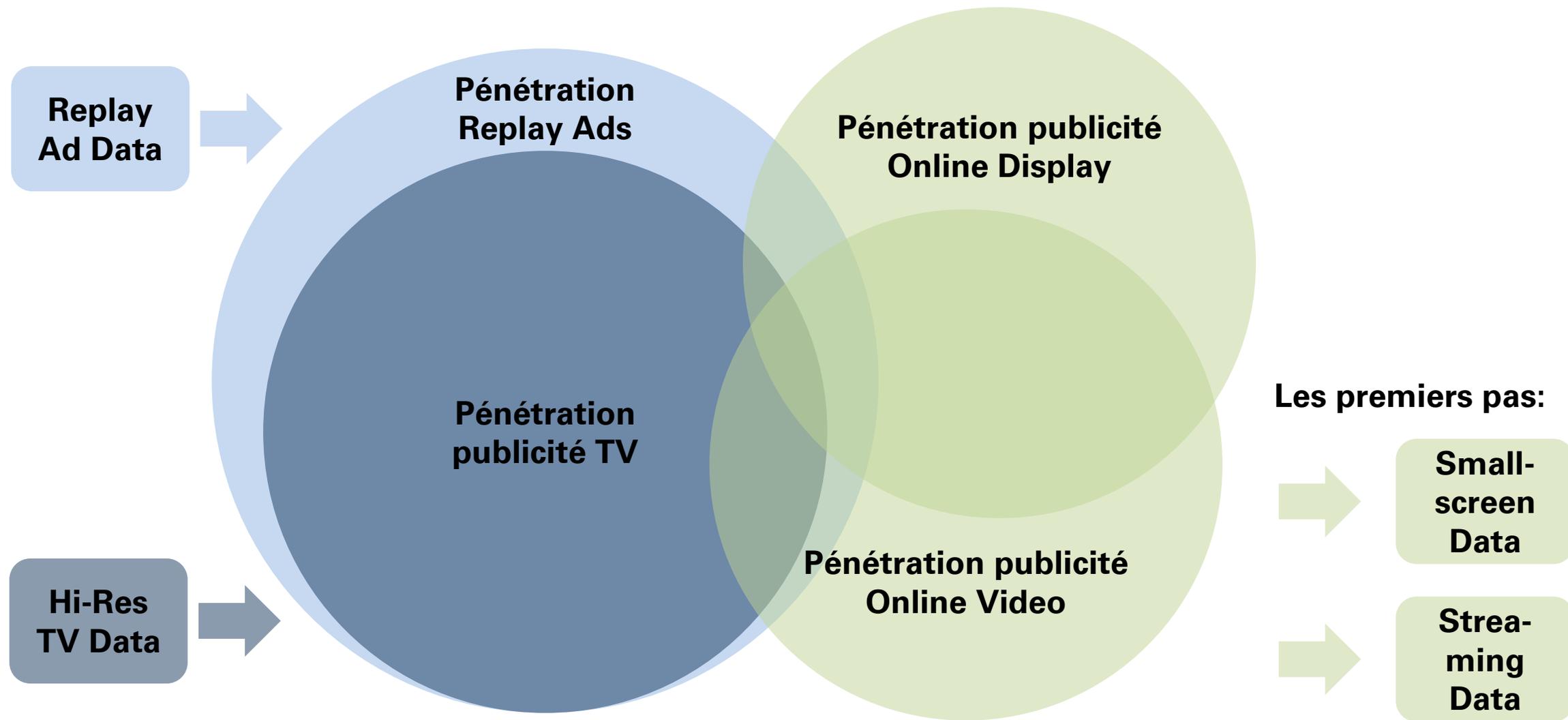


Mediapulse – Mesure des Replay Ads : pénétration combinée / convergence avec la référence TV



Recherche sur les campagnes cross-médias : la vision de Mediapulse

Projets TV et projets en ligne en tant qu'éléments d'une mesure convergente

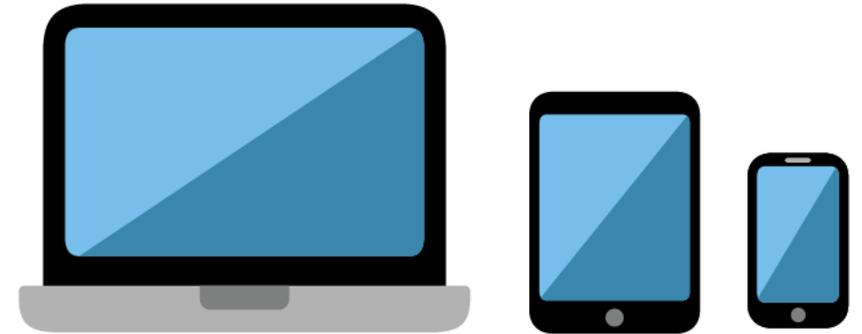


Mediapulse Smallscreen Data et Streaming Data

Mediapulse Smallscreen Data

Mesure de l'audience des contenus TV sur terminaux mobiles (sites Web et apps des chaînes TV, Web TV)

Base : univers TV (sans les ménages non-TV)



Mediapulse Streaming Data

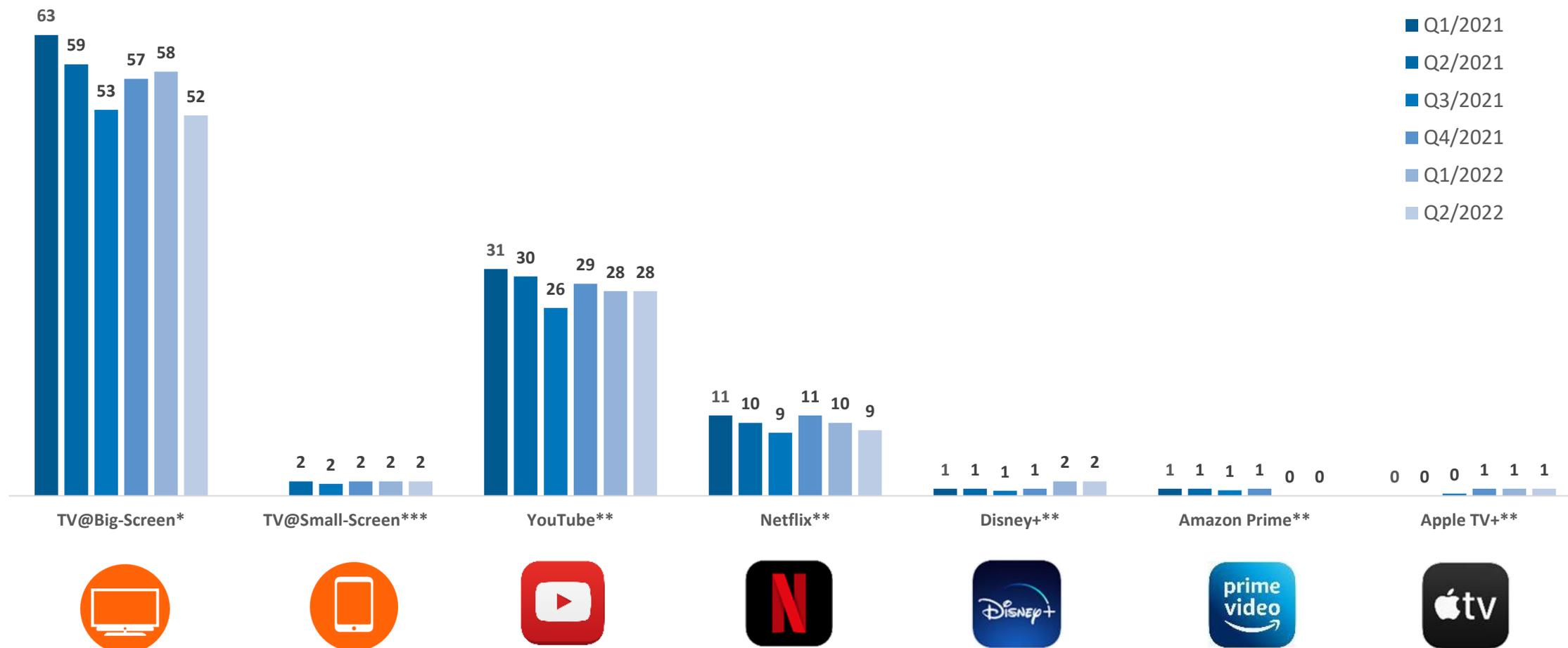
Informations sur l'audience des principales plateformes de vidéos et de streaming

Valeurs indicatives sur la diffusion de ces offres concurrentes et sur les chevauchements avec le public TV

Base : audience @home, univers TV (sans les ménages non-TV)



Mediapulse Streaming Data : exemple de données extrait des rapports trimestriels



* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONNES 3+ (AVEC INVITÉS), PN-%, 24 H, LU-DI, TOUTES PLATEFORMES TV, DIRECT + RECORDED VIEW, AUDIENCE À DOMICILE, TÉLÉVISEURS

** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES DE STREAMING, AUDIENCE À DOMICILE, TOUS ÉCRANS

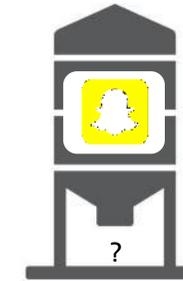
*** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.5.21. – 30.6.22, PERSONNES 3+, PN-%, 24 H, LU-DI, PLATEFORMES WEBTV, AUDIENCE À DOMICILE, SMALLSCREENS

Système de Mediapulse : quelle importance pour le marché de la publicité ?

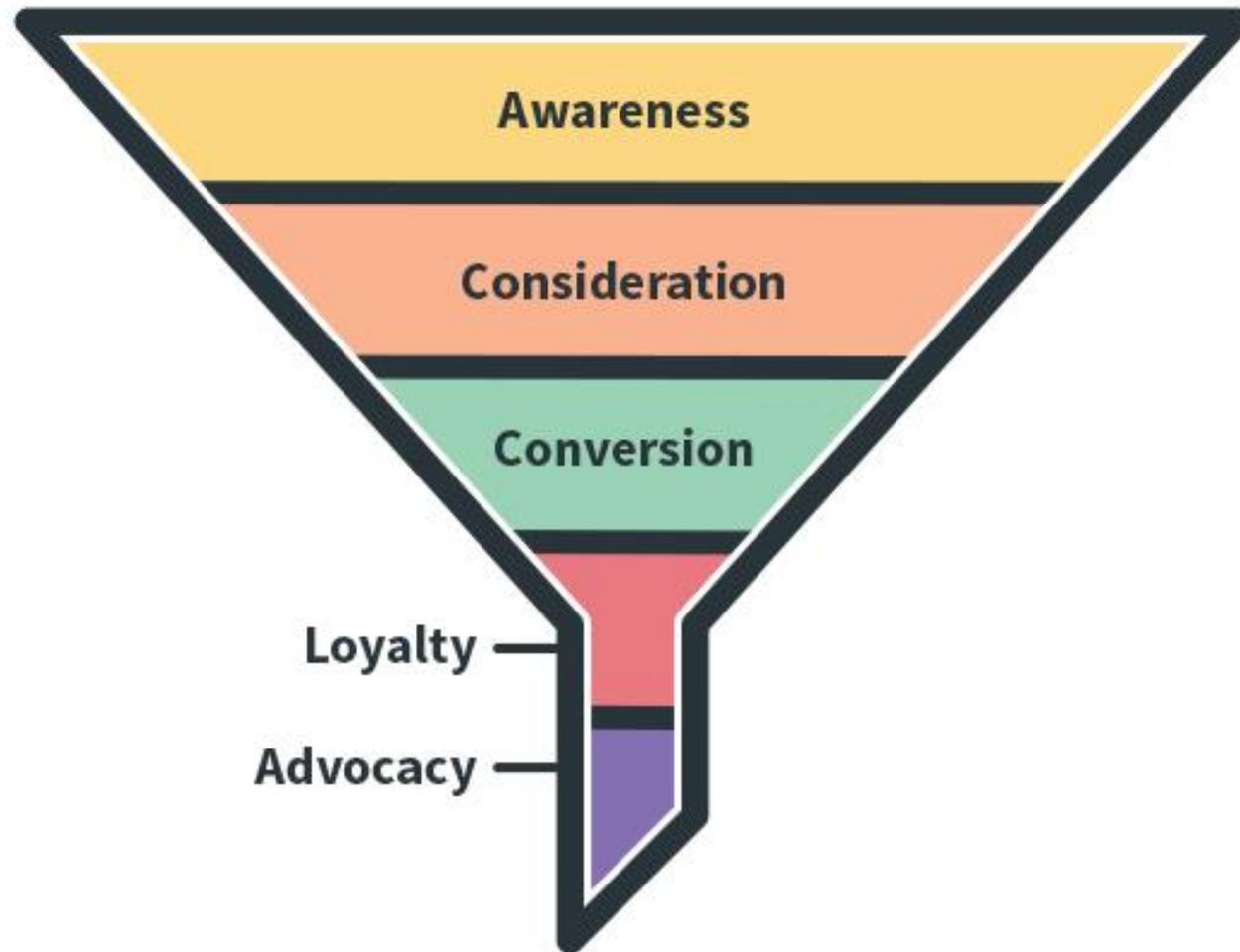


Systeme de Mediapulse : alternative aux donnees autodéclarées

Les écosystèmes numériques – un monde opaque de silos de données



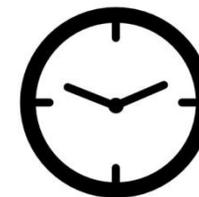
Métriques de Mediapulse : « Upper Funnel Metrics » basées sur des personnes et non des machines



Pénétration / Reach
Combien de personnes ?



Fréquence / Frequency
Combien de fois ?



Durée / Duration
Combien de temps ?

Mediapulse – Résumé

Mediapulse est la partenaire du marché garante de la transparence, de l'indépendance et de la neutralité de la recherche sur les médias.

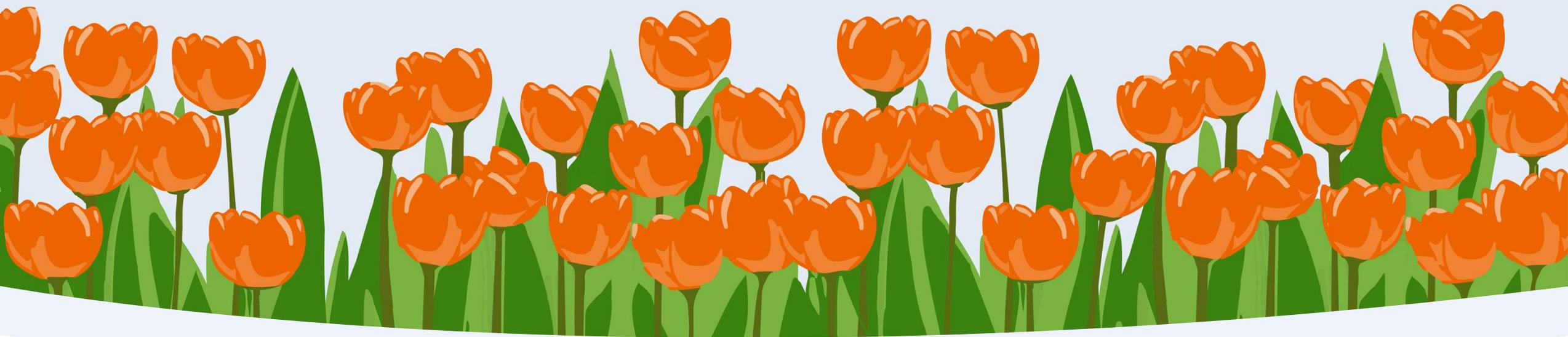
Mediapulse travaille en permanence à de nombreux projets d'innovations, qui lui permettent de toujours répondre aux besoins du marché.

En font partie les données Hi-Res TV, la mesure des Replay Ads ou celle de l'audience en ligne.

Mediapulse s'est également fixé pour objectif de proposer une référence convergente, résultant du croisement des données TV et en ligne.

Les marchés suisses des médias et de la publicité disposeront ainsi d'une alternative aux données autodéclarées par les géants internationaux du marché en ligne.

Merci



Merci de votre attention !

mediapulse