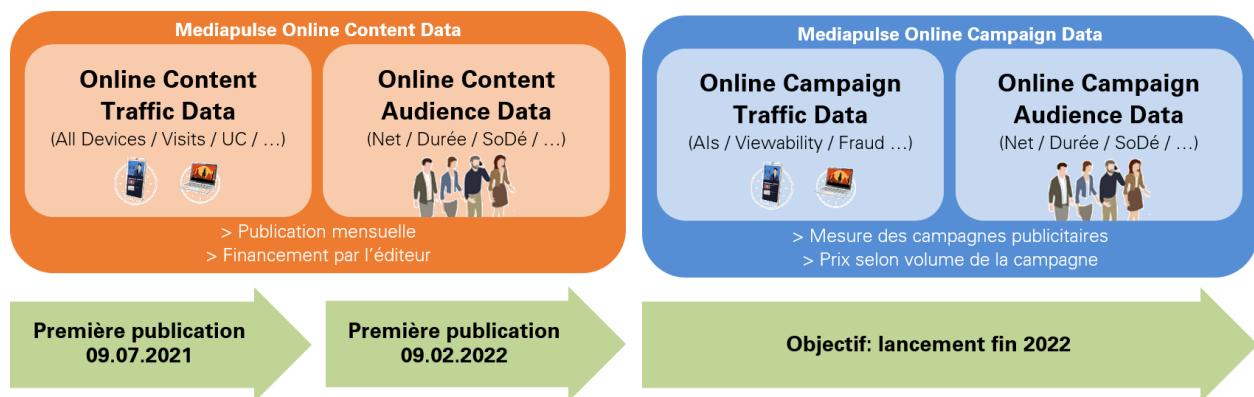


Mediapulse Online Data: le projet tient son cap – premiers chiffres en vue

Berne, 6 mai 2021 – Mediapulse publiera en juillet prochain, après seulement un an de développement, les premiers chiffres du trafic en ligne, autrement dit les premières données sur les contenus utilisés en ligne. Les données d'audience suivront début 2022. La recherche sur les campagnes publicitaires en ligne a en outre débuté.



Recherche en ligne de Mediapulse: un an à peine pour concevoir et appliquer une solution entièrement nouvelle

Un an à peine après que le marché a donné mandat à Mediapulse de réaliser une nouvelle recherche en ligne, les premières données sont en vue. Pour le projet partie Mediapulse Content Data, la première publication des données de trafic (Content Traffic Data) aura lieu le 9 juillet prochain. Elle portera sur la période de mesure de mai 2021 et couvrira tous les acteurs du marché qui auront mis en œuvre la technologie de mesure prévue, à savoir le *tagging* de leurs offres (sites Web et apps), en temps utile (pour l'instant plus de 40 marques). Les autres offres participantes seront intégrées dans les publications qui suivront au fur et à mesure qu'elles seront munies des *tags*. Les données de trafic pourront être consultées gratuitement sur www.mediapulse.ch.

Pour ce qui est des données d'audience (Content Audience Data), leur première publication est prévue pour début 2022. D'ici là, les travaux de transformation et d'élargissement du panel médias, en particulier le recrutement de foyers sans téléviseur, seront achevés. La consultation des données d'audience ne sera possible qu'au moyen du logiciel prévu à cet effet et sera payante. Les demandes de licence sont à adresser à Vanessa Junod, Partner Relations Manager: vanessa.junod@mediapulse.ch.

Le calendrier de réalisation très ambitieux fixé en juin 2020 pour les Content Audience Data n'a donc pas pu être entièrement respecté. Tanja Hackenbruch, CEO de Mediapulse, se déclare néanmoins très satisfaite: «*Développer une recherche sur les médias entièrement nouvelle est un véritable tour de force. Je suis donc très fière et heureuse que notre équipe, en collaboration avec nos partenaires Kantar Media et Comscore, y soit parvenue en un an à peine. Je suis en outre reconnaissante à nos clients d'avoir assuré le tagging de leurs offres aussi rapidement et efficacement. Sans cela, rien n'aurait été possible.*»

Les travaux concernant la recherche sur les campagnes publicitaires ont débuté

En même temps qu'elle travaillait à la recherche en ligne sur les contenus, Mediapulse a élaboré un concept détaillé de recherche sur les campagnes publicitaires. Ce concept est en cours de réalisation et doit être mis en œuvre pour fin 2022. Le travail sera fait en coopération avec les principales entreprises de médias du pays, et en échange avec les associations ASA (annonceurs), LSA (agences), IAB (économie numérique) et IGEM (médias électroniques).

En automne, des ateliers traitant de ce projet de manière approfondie seront proposés aux clients intéressés. Ceux-ci peuvent d'ores et déjà s'annoncer à Vanessa Junod, Partner Relations Manager: vanessa.junod@mediapulse.ch.

À propos de Mediapulse

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche indépendante, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision ainsi que des offres en ligne en Suisse. Ces données ont valeur de référence officielle et sont utilisées non seulement par les diffuseurs, les responsables de programmes et le secteur de la publicité, mais également par les autorités et les milieux de la recherche.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse contribue au développement des marchés suisses des médias électroniques et de la publicité grâce à des services de recherche et à des produits de données. Ses systèmes modernes et de constantes innovations lui permettent de rendre compte également de l'évolution de l'utilisation des médias audiovisuels.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du DETEC (OFCOM). Une grande partie du marché est représentée au sein du Conseil d'administration de Mediapulse SA ainsi que du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse.

Plus d'informations sous www.mediapulse.ch

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à: Christian-Kumar Meier
Head of Marketing
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08