



mediapulse

Rapport de gestion 2017



Mediapulse
Stiftung für Medienforschung
Fondation pour la recherche sur les médias
Fondazione per la ricerca sui media
Fundazion per la perscrutaziun da las medias
Foundation for media research

Profil de l'entreprise

Mediapulse SA est chargée, en tant qu'organisme de recherche indépendant, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision en Suisse. Les données d'audience servent, d'une part, aux professionnels des programmes à des fins d'évaluation quantitative et qualitative ainsi que de développement des contenus des programmes et, d'autre part, à la branche de la publicité à des fins de planification et d'évaluation des prestations publicitaires.

Mediapulse SA exécute ainsi le mandat de recherche légal (art. 78 à 81 LRTV) confié à la Fondation Mediapulse, qui a le contrôle de la société. La Fondation Mediapulse est placée pour sa part sous la surveillance du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), auquel il appartient aussi de nommer les membres du Conseil de fondation.

Le Conseil de fondation se compose d'un président et de 18 membres, qui représentent paritairement les trois groupes d'intérêts concernés, à savoir SRG SSR, les diffuseurs privés suisses ainsi que les annonceurs et agences de publicité. Le président du Conseil de fondation est également président du Conseil d'administration de Mediapulse SA, formé en outre de deux représentants de chacun des trois groupes d'intérêts mentionnés ci-dessus.

La gestion opérationnelle est assurée par une direction bicéphale, composée de la directrice et du responsable Recherche (suppléant de la directrice). La direction bénéficie du soutien de trois autres organes:

- La Commission scientifique des médias (CSM), qui surveille, sur mandat du Conseil d'administration, la qualité des méthodes de recherche mises en œuvre ainsi que leurs résultats et établit chaque année toute une série de rapports d'audit en la matière.
- La Commission de la recherche (CR), qui assiste et conseille la direction dans toutes les questions d'ordre scientifique concernant les études d'audience.
- La User Commission (UC), qui sert de groupe de rétroaction (sounding board), au sein duquel les clients de Mediapulse peuvent faire valoir les besoins et les demandes des marchés radio et télévision et formuler des recommandations, en dialogue avec la direction.

La composition de ces organes est publiée sur le site mediapulse.ch, où elle est constamment tenue à jour.

En tant qu'organisme de recherche appliquée sur les médias et partenaire de la branche de la publicité, Mediapulse fait partie de plusieurs réseaux nationaux et internationaux:

- Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (fkmb)
- Interessengemeinschaft Elektronische Medien (IGEM)
- Société suisse des sciences de la communication et des médias (SSCM)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)
- Association suisse des recherches de marché et sociales (asms)
- European Media Research Organisation (EMRO)
- European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)
- International Association of Joint Industry Committees for Media Research (I-JIC)

Activités

L'exercice 2017 de Mediapulse a été marqué par l'élaboration d'une nouvelle stratégie d'entreprise, par la consolidation de la stratégie de développement de la recherche TV et par la préparation du passage à la nouvelle référence dans le domaine de la recherche radio.

Nouvelle stratégie d'entreprise

En été 2017, le Conseil d'administration et la direction ont passé en revue la stratégie de Mediapulse SA, analysé sa situation actuelle ainsi que les futurs défis relevant de la recherche sur l'utilisation des médias. Se fondant sur les résultats de ces travaux, ils ont ensuite défini une nouvelle stratégie d'entreprise: Mediapulse SA fournit, en tant qu'organisation de branche et conformément au mandat légal de la Fondation Mediapulse, des données d'audience valables, indépendantes des organisations des médias et répondant aux besoins, que le marché suisse des médias audios et audiovisuels accepte durablement comme système étalon et référence commune. Cette stratégie a pour condition essentielle le développement constant et innovant des systèmes de recherche existants, afin que ceux-ci soient toujours à la hauteur de l'évolution très dynamique de l'utilisation des médias.

Consolidation de la stratégie de recherche TV

À la lumière de la nouvelle stratégie d'entreprise, la stratégie de développement de la recherche TV a été soumise à un processus de consolidation, qui a permis de regrouper les nombreuses attentes relatives à la future recherche autour de deux objectifs centraux. Premièrement, il s'agit d'augmenter la granularité de la mesure, afin d'assurer une représentation stable de l'utilisation de plus en plus fragmentée de la télévision. Deuxièmement, il faut développer des solutions de mesure à même de tenir compte de la part croissante d'audience d'images animées visionnées ailleurs que sur des appareils de télévision traditionnels, afin non seulement de combler une lacune importante de la recherche TV actuelle, mais également de satisfaire à l'exigence d'une mesure de l'audience indépendante des vecteurs.

Pour réaliser ces deux objectifs, Mediapulse a lancé en 2017 deux projets de développement. Dans le projet «Granularité», elle a d'abord défini plusieurs options de solutions et en a simulé l'application à l'aide de modèles de données pilotes. Il s'agit donc en 2018, sur cette base et en concertation avec le marché, de choisir l'option la plus intéressante et de la concrétiser dans un projet opérationnel. Quant au second objectif, sa réalisation a aussi déjà débuté avec le projet «Lacune de mesure», qui repose sur une approche en deux étapes. L'étape 1 consiste à mesurer l'audience d'images animées sur le vecteur en ligne, en veillant à ce que la structure de ces données d'audience en ligne corresponde à celle des données d'audience TV ordinaires. Cette mesure est réalisée dans le cadre d'une nouvelle recherche en ligne suisse, développée depuis 2016 sous le nom de projet «Swiss Media Data Hub» (SMDH). Ce projet est dirigé par NET-Metrix SA, avec une participation déterminante de Mediapulse et de REMP SA Recherches et études des médias publicitaires. Quant à l'étape 2, elle consiste à intégrer les données d'audience d'images animées – structurées comme les données d'audience TV – issues de la recherche en ligne SMDH dans la référence TV de Mediapulse. À cette fin, Mediapulse a systématisé en 2017 les approches possibles de cette intégration et réalisé une première évaluation de sa faisabilité.

Nouvelle recherche radio

Enfin, les activités opérationnelles ont été marquées en 2017 par la préparation du passage, au 1er janvier 2018, à un nouveau système de mesure de l'audience radio en Suisse. Il s'est agi en particulier de tester le nouveau système en l'exploitant en parallèle durant le second semestre 2017, d'achever la négociation des contrats avec les prestataires de la recherche et, enfin, de mener avec la branche un intense dialogue visant à garantir que les données d'audience provenant du nouveau système seraient acceptées.

Rapport financier

Mediapulse SA

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2017	2016
Produits d'exploitation		20'124	19'950
Charges de production		-13'742	-13'450
Charges d'exploitation et de personnel		-6'102	-6'247
EBITDA		280	253
Contributions de la Confédération moins les amortissements		28	-24
EBIT		308	229
Résultat financier et résultat extraordinaire		-1	209
Résultat d'entreprise		307	438
Bilan	en kCHF (milliers)	2017	2016
Total de l'actif		11'638	10'964
Actif circulant		7'717	7'606
Actif immobilisé		3'921	3'359
Total du passif		11'638	10'964
Fonds étrangers à court terme		2'367	2'425
Fonds étrangers à long terme		3'997	3'572
Fonds propres		5'274	4'967

Comme lors des exercices précédents, les comptes de Mediapulse SA ont été soumis à un contrôle ordinaire volontaire.

Mediapulse SA a réalisé en 2017 un bénéfice de 307 kCHF pour des produits d'exploitation de 20'124 kCHF (2016: bénéfice de 438 kCHF pour des produits d'exploitation de 19'950 kCHF). Le résultat opérationnel a augmenté par rapport à l'exercice précédent, suite notamment à la bonne performance de l'*«ancienne»* recherche radio durant sa dernière année d'exploitation avant le passage à ExplorRadio. Le résultat extraordinaire a au contraire diminué à pratiquement zéro en raison de l'absence d'un facteur spécial comptabilisé l'exercice précédent, d'où le recul du résultat global.

Par rapport à l'exercice précédent, le bilan de Mediapulse SA au 31 décembre 2017 présente une forte diminution des liquidités. Cela s'explique, d'une part, par les gros investissements opérés dans ExplorRadio et, d'autre part, par une mesure visant à éviter le paiement d'intérêts négatifs. La liquidité effective de Mediapulse SA était/est nettement supérieure à celle présentée, car des contributions de la Confédération déjà approuvées mais non encore perçues sont à disposition auprès de l'OFCOM; au besoin, leur versement peut être sollicité à brève échéance. La diminution des liquidités s'est traduite par une augmentation des actifs de régularisation, si bien que l'actif circulant n'a pratiquement pas varié.

Fondation Mediapulse

Compte de résultat	en kCHF (milliers)	2017	2016
Produits d'exploitation	5'537	2'539	
Charges de production	-5'417	-2'379	
Charges d'exploitation	-70	-89	
EBIT	50	71	
Résultat financier et résultat extraordinaire	9	19	
Résultat d'entreprise	59	90	
Bilan	en kCHF (milliers)	2017	2016
Total de l'actif	9'283	3'831	
Actif circulant	7'033	1'581	
Actif immobilisé	2'250	2'250	
Total du passif	9'283	3'831	
Fonds étrangers à court terme	6'174	782	
Fonds propres	3'109	3'049	

Comme lors des exercices précédents, les comptes de la Fondation Mediapulse ont été soumis au contrôle restreint prescrit par la loi.

La Fondation Mediapulse a réalisé en 2017 un bénéfice de 59 kCHF pour des produits d'exploitation de 5'537 kCHF (2016: bénéfice de 90 kCHF pour des produits d'exploitation de 2'539 kCHF). Les produits d'exploitation sont nettement plus élevés qu'en 2016 car ils incluent les contributions à la nouvelle recherche radio ExplorRadio d'un montant de 5'417 kCHF payées par l'OFCOM. Ces contributions ont été immédiatement transférées à Mediapulse SA (portées au compte de résultat de la Fondation en tant que charges d'exploitation du même montant). Le recul de 31 kCHF du bénéfice résulte de la diminution des produits provenant des droits sur le nom accordés à Mediapulse SA (-40 kCHF) et de celle des produits extraordinaires (-10 kCHF), partiellement compensées par le recul des charges d'exploitation (-19 kCHF).

Les entrées de paiements attendues de l'OFCOM et leur transfert planifié à Mediapulse SA sont portés au bilan fur et à mesure sous la forme d'actifs et de passifs de régularisation. Au 31 décembre 2017, ceux-ci étaient beaucoup plus élevés qu'un an auparavant (actifs au 31.12.2017: 6'077 kCHF; au 31.12.2016: 823 kCHF). L'augmentation de la somme du bilan s'est traduite arithmétiquement par un recul de la base et du rendement des fonds propres; ce mouvement à la baisse résulte toutefois exclusivement du mécanisme de financement par l'OFCOM est n'est donc pas inquiétant. La situation de la Fondation en matière de fonds propres et de liquidités est stable.

Berne, 18 mai 2018

J. Kasterbroek

La directrice
Dr^e Tania Hackenbruch