



# Rapport de gestion 2019

Stiftung für Medienforschung  
Fondation pour la recherche sur les médias  
Fondazione per la ricerca sui media  
Fundaziun 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. Ces données d'audience sont utiles, d'une part, aux responsables des programmes à des fins d'évaluation quantitative et qualitative ainsi que de développement des contenus des programmes et, d'autre part, au secteur 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 et la branche de la 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, ainsi que d'une représentante indépendante des milieux scientifiques.

La gestion opérationnelle est assurée par une direction bicéphale, composée de la CEO et du responsable de la recherche (suppléant de la CEO). La direction bénéficie en outre 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 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](http://mediapulse.ch), où elle est constamment tenue à jour.

En tant qu'organisme de recherche appliquée sur les médias et institution officielle chargée des études d'audience de référence en Suisse, Mediapulse fait partie de plusieurs réseaux nationaux et internationaux:

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

# Activités

En 2019, Mediapulse a de nouveau fait preuve d'un grand dynamisme, aussi bien dans les activités de projet que sur le marché, tout en gérant avec aisance et sans gros écueils les activités courantes. Les grands projets de développement et les faits saillants de l'exercice sont présentés ci-dessous.

## **«Online TV Audience Measurement» en phase de test**

Le projet «Online TV Audience Measurement» vise à mesurer l'audience des offres TV (y c. la publicité intégrale) sur le vecteur de diffusion en ligne et à intégrer les données collectées dans la référence TV, de manière à combler une lacune de l'actuelle recherche TV. À ces fins, durant l'exercice sous revue, Mediapulse a déjà équipé une grande partie des foyers du panel TV d'un appareil de mesure supplémentaire, implémenté un nouveau processus de traitement des données et mis une version optimisée du logiciel d'analyse TV à la disposition des clients. Dans le même temps, les chaînes TV et les exploitants de plateformes ont commencé à marquer leurs offres en ligne aux fins de la mesure, si bien que la recherche TV étendue a pu entrer dans sa phase de test. L'année 2020 sera celle de son évaluation par les clients.

## **«Hi-Res TV Audience Measurement» ou l'hybridation de la recherche TV**

En raison de la fragmentation croissante de l'audience TV en Suisse, les chaînes TV et les régies publicitaires souhaitent disposer de données d'audience à haute résolution, donnant une image détaillée et fiable du public de chaque chaîne. Pour répondre à cette demande, Mediapulse a lancé un projet novateur, qui repose sur le croisement des données du panel TV avec celles provenant du canal de retour des boîtiers décodeurs (*set top boxes*). Plusieurs conditions essentielles de la mise en place de cette recherche TV hybride ont été créées en 2019: la livraison continue des données des boîtiers décodeurs par les deux plus gros diffuseurs TV de Suisse a été fixée contractuellement, la méthode de croisement des données du panel TV et des boîtiers décodeurs a été définie et un prestataire a été chargé de son application. S'appuyant sur ces bases indispensables, Mediapulse a pu donner le coup d'envoi de la première étape de mise en œuvre.

## **Mediapulse offre une plateforme d'échange aux acteurs de la recherche TV suisse**

Le 10 septembre 2019, sous le titre «Recherche TV Suisse: Showroom 2019+», Mediapulse a organisé une manifestation de branche consacrée aux études d'audience TV. Ce fut l'occasion pour les participants d'obtenir des informations de première main sur les projets de développement de Mediapulse, sur les partenaires soutenant ces projets et sur les résultats escomptés. Plusieurs acteurs du marché ont en outre présenté comment et à quelles fins ils utilisent les données d'audience TV de Mediapulse. Avec cet événement, qui a attiré plus de cent participants, Mediapulse a offert une plateforme d'échange où se sont rencontrés non seulement ses partenaires habituels, mais aussi de nouveaux acteurs, comme les gros diffuseurs TV et les prestataires de Web TV.

## **Consultation sur le développement de la recherche sur l'audience radio**

Après le lancement réussi de la nouvelle référence radio suisse le 1<sup>er</sup> janvier 2018, Mediapulse a réalisé une consultation relative au futur objet de la recherche sur l'audience radio. Durant l'exercice sous revue, des discussions ont ainsi eu lieu avec les acteurs du marché à différents niveaux, permettant de préciser l'image cible du développement de la recherche radio, notamment en ce qui concerne ses contenus. Il incombe maintenant à Mediapulse d'élaborer les concepts méthodologiques propres à matérialiser cette image cible dans le respect des conditions-cadres financières.

## **Le nouveau site Web comme carte de visite de Mediapulse**

Suite à la réorientation de la stratégie et de la mission de Mediapulse en 2018, il était nécessaire de soumettre son site Web à une révision générale. Conçu en collaboration avec une agence spécialisée bernoise, le nouveau site a été inauguré comme prévu le 12 juin 2019. Mettant clairement l'accent sur les contenus, il présente un design sobre et élégant et dispose d'un système de navigation extensible très convivial.

# Rapport financier

## Mediapulse SA

<b>Compte de résultat</b>	<b>en kCHF (milliers)</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
Produits d'exploitation		20'060	20'338
Charges de production		-14'144	-13'789
Charges d'exploitation et de personnel		-5'641	-6'107
<b>EBITDA</b>		<b>276</b>	<b>442</b>
Contributions de la Confédération moins les amortissements		-20	-19
Correctifs de valeur sur immobilisations financières		-366	0
<b>EBIT</b>		<b>-109</b>	<b>423</b>
Résultat financier et résultat extraordinaire		126	193
<b>Résultat d'entreprise</b>		<b>17</b>	<b>616</b>
<b>Bilan</b>	<b>en kCHF (milliers)</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>16'405</b>	<b>13'820</b>
Actif circulant		8'881	9'016
Actif immobilisé		7'524	4'804
<b>Total du passif</b>		<b>16'405</b>	<b>13'820</b>
Fonds étrangers à court terme		2'137	2'454
Fonds étrangers à long terme <sup>1)</sup>		8'361	5'476
Fonds propres		5'907	5'890

<sup>1)</sup> Y compris une provision pour futurs investissements de 1'000 kCHF (fonds d'investissement)

Les comptes de Mediapulse SA ont été comme d'habitude soumis à un contrôle ordinaire volontaire (organe de révision: KPMG).

Mediapulse SA a réalisé en 2019 un bénéfice de 17 kCHF pour des produits d'exploitation de 20'060 kCHF (2018: bénéfice de 616 kCHF pour des produits d'exploitation de 20'338 kCHF). Le net recul du résultat s'explique, d'une part, par l'absence en 2019 de plusieurs effets uniques positifs qui avaient été comptabilisés en 2018 et, d'autre part, par la décision du Conseil d'administration de NET-Metrix SA (NMX) de dissoudre la société au premier trimestre 2021. Suite à cette décision, Mediapulse a dû comptabiliser des correctifs de valeur – avec effet sur le résultat – sur sa participation dans NMX ainsi que sur un prêt accordé à titre de financement transitoire (total: 366 kCHF).

La croissance du bilan de Mediapulse SA au 31 décembre 2019 par rapport à l'exercice précédent résulte pour l'essentiel de l'investissement dans les appareils supplémentaires dont ont été équipés les foyers du panel TV, comptabilisé dans l'actif immobilisé. Le fonds d'investissement constitué en 2018 n'a pas été utilisé durant l'exercice 2019. Rappelons qu'il doit servir à prévenir une éventuelle situation de crise en matière d'investissement, au cas où les contributions de la Confédération viendraient à manquer et/ou si Mediapulse ne parvenait plus, à court ou à moyen terme, à réaliser les produits supplémentaires nécessaires pour couvrir les surcoûts liés aux investissements.

# Fondation Mediapulse

<b>Compte de résultat</b>	<b>en kCHF (milliers)</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
Produits d'exploitation		5'034	2'131
Charges de production		-4'914	-2'011
Charges d'exploitation		-60	-66
<b>EBIT</b>		<b>60</b>	<b>54</b>
Résultat financier et résultat extraordinaire		9	38
<b>Résultat d'entreprise</b>		<b>69</b>	<b>92</b>
<b>Bilan</b>	<b>en kCHF (milliers)</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>6'238</b>	<b>8'129</b>
Actif circulant		3'988	5'879
Actif immobilisé		2'250	2'250
<b>Total du passif</b>		<b>6'238</b>	<b>8'129</b>
Fonds étrangers à court terme		2'969	4'929
Fonds propres		3'269	3'200

Les comptes de la Fondation Mediapulse ont été soumis au contrôle restreint prescrit par la loi (organe de révision: KPMG).

La Fondation Mediapulse a réalisé en 2019 un bénéfice de 69 kCHF pour des produits d'exploitation de 5'034 kCHF (2018: bénéfice de 92 kCHF pour des produits d'exploitation de 2'131 kCHF). La forte augmentation des produits d'exploitation par rapport à l'exercice précédent s'explique par les contributions de la Confédération versées par l'intermédiaire de l'OFCOM. S'élevant à 4'914 kCHF, ces contributions ont comme toujours été immédiatement transférées à Mediapulse SA (elles sont portées au compte de résultat de la Fondation en tant que charges de production). Quant à la diminution du bénéfice, elle résulte principalement de la décomptabilisation de régularisations obsoletes des exercices précédents, pour des montants qui diffèrent entre 2018 et 2019.

Par analogie avec le compte de résultat, les entrées de paiements attendues de l'OFCOM et leur transfert à Mediapulse SA sont portés au bilan sous la forme d'actifs et de passifs de régularisation. Les montants fluctuent continuellement en fonction de l'importance des contributions de la Confédération demandées et obtenues ainsi que de l'échelonnement de l'appel des fonds dans le temps. Par rapport à la fin de 2018, ils ont nettement diminué, après que la Fondation, courant 2019, a fait appel à toutes les contributions qui lui avaient été accordées précédemment mais étaient restées à l'OFCOM, suivant en cela une recommandation de ce dernier. Quant aux liquidités de la Fondation, elles n'ont pratiquement pas varié.

Berne, le 12 mai 2020

Dʳe Tanja Hackenbruch