

Édito



Chris Fluckiger
Founder & CEO,
Président du Conseil
d'Administration
mediatonic

Chère lectrice, cher lecteur,

Vous tenez entre les mains la vingt-cinquième édition de notre mediatonic report.

L'intelligence artificielle transforme en profondeur la manière dont les agences média fonctionnent.

Pression économique, fragmentation de la consommation, complexité croissante des outils : les équipes doivent faire toujours plus pour répondre aux exigences du marché.

Chez mediatonic, nous sommes convaincus que l'avenir se joue dans la transformation de notre essence : nos processus, nos outils et nos données. L'objectif est simple : gagner en efficacité et en qualité, tout en libérant du temps pour ce qui fait vraiment la différence – le conseil.

Cela passe par des processus stables mais agiles, capables d'absorber la complexité sans alourdir les équipes ; par une meilleure intégration des données et par une utilisation intelligente de l'IA pour automatiser les tâches répétitives et simplifier les interfaces.

Mais la vraie révolution est humaine. Les planners médias de demain seront moins des gestionnaires de campagnes que des conseillers stratégiques 360°, capables de relier technologie, données et compréhension du client. Pour y parvenir, il faut investir dans la formation, renforcer les compétences techniques et encourager la curiosité envers l'innovation.

C'est sur ce chantier que travaille mediatonic depuis déjà près d'un an. Notre ambition : construire une agence plus performante, plus apprenante, et toujours plus proche de ses clients.

La transformation est exigeante, mais elle ouvre un champ d'opportunités passionnant.

Human intelligence in an automated world.

Pour ce qui est du mediatonic report, il ne paraîtra désormais plus qu'une fois par an — mais sous une forme plus élégante et raffinée. Le fond, lui, reste inchangé : des articles d'opinion rédigés par nos collaborateurs, abordant des thèmes aussi variés que les nouveautés du monde des médias, nos outils propriétaires, la recherche, les évolutions de l'agence ou encore des solutions médias originales développées pour nos clients.

Et, bien entendu, l'incontournable plaidoyer de notre chroniqueur préféré, Kurt W. Zimmermann, qui se penche — avec une pointe de nostalgie — sur la disparition de la presse gratuite imprimée. L'évolution laisse des traces... et parfois quelques victimes.

Last but not least, mediatonic vient de remporter pour la septième fois consécutive le classement RECMA Suisse (septembre 2025), cette fois encore avec un profil « dominant ». Seules sept agences indépendantes en Europe ont obtenu cette distinction. Quel honneur !

Je suis très fier de ce que nous avons accompli cette année. Les défis qui nous attendent restent nombreux, mais nous les relevons avec passion et détermination par amour de notre métier, et parce que vous, chers clients et chers partenaires, nous témoignez cette confiance si précieuse à nos yeux qui nous permet sans cesse d'avancer.

Je vous souhaite une excellente lecture et de très belles fêtes de fin d'année.

Chris Fluckiger

Notre report paraît une fois par an. Si vous souhaitez recevoir les éditions précédentes, nous vous les ferons volontiers parvenir. Elles sont également disponibles sur notre site internet : www.mediatic.ch