

Classement média 2020 : mediatonic toujours sur le podium



Walter Weder
*Media.Research.
Group*

Walter Weder a été directeur marketing chez Tamedia dans le secteur des magazines et directeur marketing au Neue Zürcher Zeitung. Il a ensuite été conseiller en marketing et consultant d'entreprise indépendant pendant plusieurs années. En 2002, il a créé Media.Research.Group, qui réalise l'étude annuelle du marché publicitaire. C'est sur la base de cette dernière que sont établis les classements des agences médias et des agences de publicité et que sont attribués les Horizont Medien Awards aux meilleurs prestataires médias et régies médias.

Le classement des agences médias est établi chaque année depuis 2003 auprès des 750 top-annonceurs du marché publicitaire suisse dans le cadre de l'étude sur le secteur.

Ce classement se fonde, d'une part, sur des questions permettant à tous les annonceurs de s'exprimer quelle que soit leur relation actuelle avec l'agence évaluée et, d'autre part, sur des questions concernant certains aspects du travail des agences médias auxquelles ne peuvent répondre que les clients de l'agence évaluée ayant eu recours à ses prestations au cours de l'année passée. Le premier questionnaire traduit le potentiel de croissance d'une agence, tandis que le second témoigne de la satisfaction des clients envers leur agence.

Les critères de notation avaient été définis à l'époque en concertation avec les agences médias, la presse spécialisée et des représentants d'autres organismes. Depuis, la liste des critères a évolué et s'est enrichie. Dans les premiers classements, par exemple, les participants n'étaient pas explicitement interrogés à propos de la notoriété. La note de notoriété était simplement déduite du nombre d'appréciations exprimées sur l'impression générale. Aujourd'hui, la notoriété est mesurée au moyen d'une question spécifique.

La dernière modification en date apportée au classement est intervenue il y a trois ans, avec l'intégration de la compétence numérique, un aspect de plus du travail des agences, à la liste des critères d'évaluation.

Des résultats solidement étayés

Le grand intérêt de cette étude se manifeste dans le nombre important de participants. Cette année, 366 annonceurs y ont pris part, soit seulement 9 annonceurs de moins que l'année précédente, qui, avec 375 répondants, avait été la meilleure année jamais enregistrée. Parmi les participants, 288 ont attribué une note d'impression générale à une ou plusieurs agences médias. L'étude totalise ainsi 890 notes d'impression générale. 254 annonceurs ont en outre évalué les différentes prestations de leur agence média. Certains annonceurs travaillant avec plusieurs agences et cinq prestations étant évaluées pour chaque agence, le nombre total de notes s'élève à 1'610.

Le couronnement du vainqueur n'est donc pas vraiment le fruit du hasard.

Cela démontre clairement que le classement des agences médias repose sur une très large assise. Avec une telle base, le couronnement du vainqueur n'est donc pas vraiment le fruit du hasard. On n'est pas non plus étonné de voir le vainqueur en série des dernières années décrocher une nouvelle

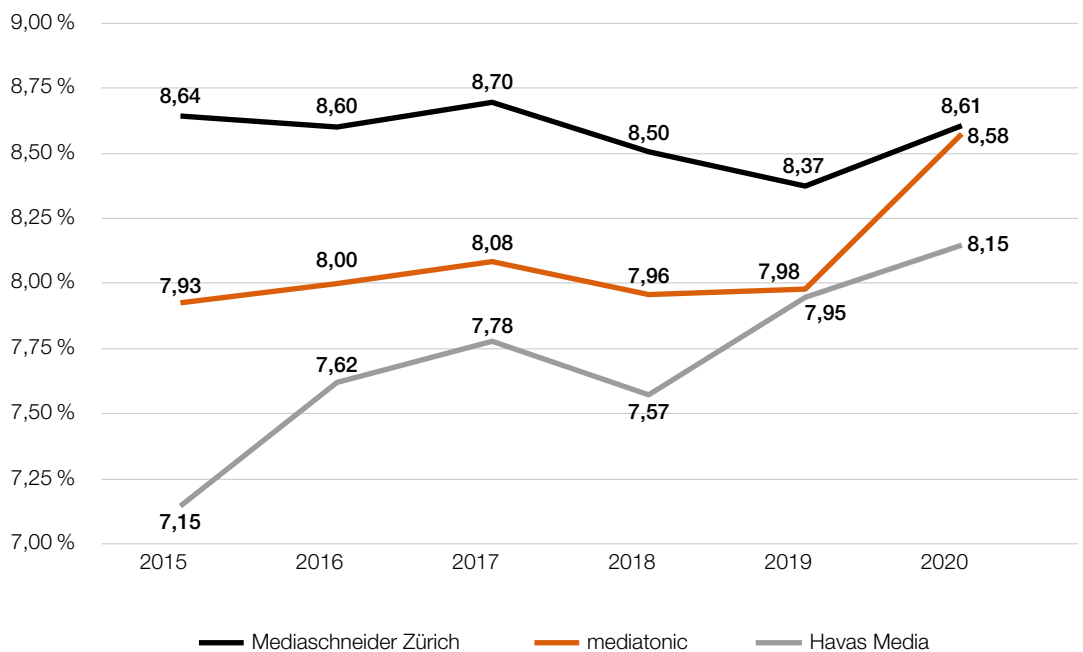
fois la première place du classement en 2020. Depuis plusieurs années, la grande agence zurichoise Mediaschneider bénéficie du taux de notoriété le plus élevé et du plus grand nombre

de recommandations. Il est en revanche plus surprenant que mediatonic, une agence média relativement plus modeste, qui, de plus, n'est pas implantée dans l'agglomération de Zurich, rivalise de plus en plus avec Mediaschneider et puisse peut-être détrôner bientôt la grande agence.

Avec Mediaschneider Zurich et Havas Media, mediatonic forme le trio de tête des agences médias suisses

Cela fait maintenant six ans que l'on retrouve chaque année les trois mêmes agences en haut du classement, dans le même ordre. Les premières années, l'avance de Mediaschneider Zurich sur mediatonic dans cette lutte à trois était importante. En 2015, elle était de 0,71 point. Les années suivantes, elle n'a cessé de diminuer légèrement, tout en restant au niveau respectable de 0,54 point. L'an passé, elle est passée à 0,39 point, ce que nous avons commenté en ces termes : « Il reste pas mal de travail pour combler le retard restant. » Et puis tout s'est soudainement accéléré. L'avance reconfortante s'est presque entièrement volatilisée d'un seul coup. L'écart n'est plus que de 0,03 point.

Évolution de la note globale dans le classement des agences médias



mediatonic recueille les meilleures notes d'impression générale

Tous les annonceurs ont eu la possibilité de s'exprimer au sujet de l'impression générale qu'ils ont des 21 agences médias évaluées. Il leur a été demandé d'attribuer une note aux agences avec lesquelles ils travaillent ou qu'ils connaissent. Chaque répondant a évalué 3 agences en moyenne. Comme lors des onze années précédentes, mediatonic a obtenu la meilleure note – 8,85 points en 2020. Pour mediatonic, cette note très élevée n'a rien d'exceptionnel, puisque l'agence a déjà recueilli des notes supérieures à 9 points à deux reprises.

Les trois premières agences sont celles qui sont le plus souvent notées par leurs clients

Les trois agences ayant enregistré les meilleures notes globales ne doivent pas leur bon classement à une poignée de clients « bien attentionnés ». Bien au contraire. Ce sont les agences qui ont été le plus souvent notées : mediatonic a été notée par 41 clients, Mediaschneider Zurich par 31 et Havas Media par 30. Il est vrai que c'est beaucoup moins que l'an passé. Pour autant, ces trois agences sont toujours notées par beaucoup plus de clients que les agences qui les suivent dans le classement.

mediatonic est l'agence dont les clients sont le plus satisfaits

Les annonceurs devaient évaluer cinq aspects du travail des agences médias : stratégie, créativité, conseil, achat d'espace et compétence digitale. La note moyenne de ces cinq évaluations reflète assez bien la satisfaction globale des annonceurs vis-à-vis de leur agence média. Une fois de plus, mediatonic est l'agence dont les clients sont le plus satisfaits.

Un coup d'œil sur les résultats des deux dernières années montre que rien n'est acquis. L'année dernière, mediatonic a remporté la première place avec une avance de seulement 0,01 point. Cette année, l'avance est certes plus importante, mais s'élève à 0,08 point seulement. De plus, la deuxième place n'est jamais occupée par la même agence.

mediatonic – La compétence digitale la plus élevée avec Mediaschneider

Pour la compétence digitale, critère qui a été ajouté à la liste des prestations évaluées il y a seulement trois ans, deux agences sont arrivées ex æquo. Les annonceurs ont attribué exactement le même niveau de compétence digitale à Mediaschneider et à mediatonic. Les deux agences ont obtenu la note de 8,71 points.

Globalement, mediatonic a enregistré en 2020 de meilleurs résultats que l'année précédente, qui avaient déjà été considérés comme exceptionnellement bons à l'époque. Cela fait de mediatonic un partenaire de choix pour les annonceurs, les agences de publicité et les entreprises de médias sur le marché suisse de la publicité.

**mediatonic,
un partenaire
de choix pour
les annonceurs,
les agences de
publicité et les
entreprises de
médias.**