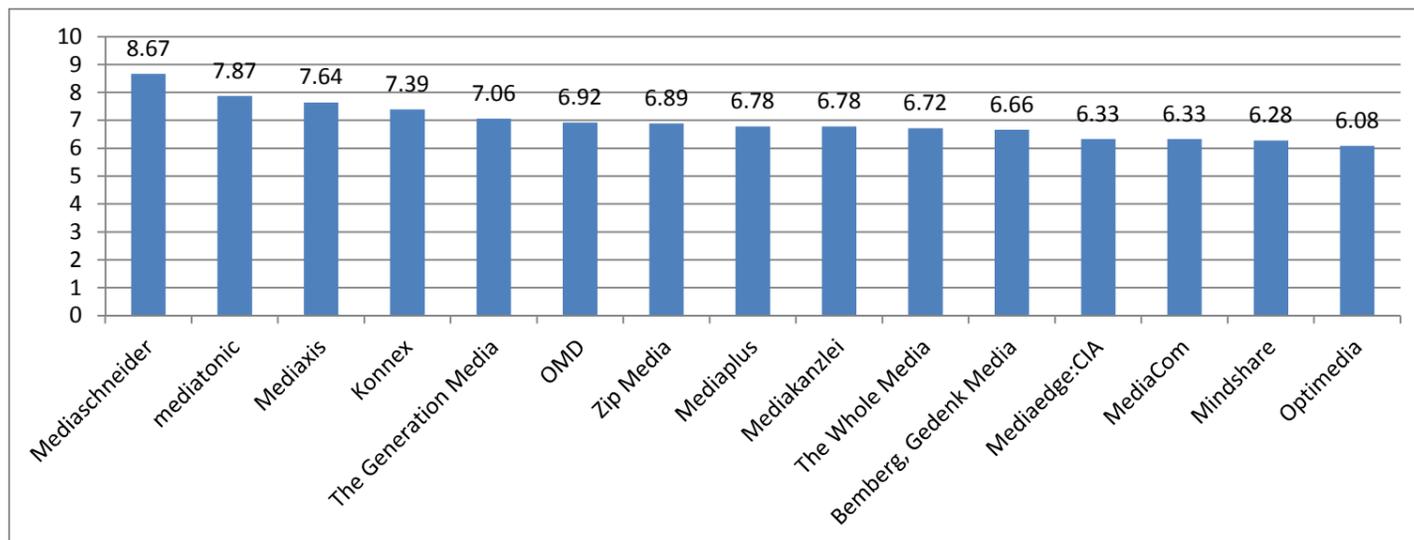


Mediaschneider, mediatic et Medias sur le podium des agences médias

AGENCES MEDIAS Le classement des agences dont l'objectif est de décrocher le prix de la meilleure agence média sur le marché suisse de la publicité jouit d'un intérêt croissant. Pour la première fois, une agence a été évaluée par plus de 100 annonceurs. Sur le podium se retrouvent trois agences média connues et reconnues.

DE WALTER WEDER*

Le classement des agences média 2012 (la note globale est construite à partir de l'impression générale, du niveau de notoriété et des recommandations ainsi que des prestations individuelles : stratégie, créativité, conseil, achat d'espace)



■ L'opinion des annonceurs concernant les agences média est assez tranchée. Mediaschneider a placé la barre très haut avec un record de 108 évaluations, ce qui renchérit de 16 nominations sur la valeur de l'année précédente. Mais c'est également le cas pour l'agence OMD avec une progression de 18 nominations (de 79 à 97). La moyenne générale des agences prises en compte a progressé de 43 à 59.1 évaluations.

Malgré cette évolution réjouissante, certaines agences médias mentionnées dans le questionnaire (23) ne peuvent participer au classement 2012. Les huit agences qui n'ont pas réussi à passer le cap n'échouent pas en raison d'une trop faible appréciation générale sur la totalité du marché, mais à cause du manque de réponses de leurs clients. Ne restent donc que 15 agences médias qu'il n'a pas été jugé nécessaire de répartir en deux catégories (agences avec et sans réseau international).

Mediaschneider — qui d'autre?

Le marché de la publicité s'est entre-temps mis au diapason : lorsqu'il s'agit d'agences média, Mediaschneider est considérée comme la référence. Elle en fournit d'ailleurs la preuve chaque année à nouveau. La seule chose qui reste intéressante, est de savoir qui la talonne. Et c'est aussi le cas cette fois-ci. Mediaschneider remporte la première place du classement des agences pour la dixième fois consécutive avec 0.8 point d'avance sur la deuxième meilleure agence mediatic. Cette avance s'élevait encore à 1.14 un an auparavant. Existe-t-il une chance de s'en approcher encore plus? Peut-être. Existe-t-il une chance d'atteindre le même niveau? Il y a encore du chemin à parcourir.

Mediaschneider obtient une évaluation concernant l'impression générale de la part de deux fois plus d'annonceurs (108) que mediatic (56). La note moyenne de 8.59 que mediatic a obtenue de la part des annonceurs est toutefois de 0.2 point plus élevée que celle attribuée à Mediaschneider par les 108 annonceurs. Sur ces 108 annonceurs, 60 émettent une première recommandation pour Mediaschneider. mediatic pour sa part en obtient 36 premières recommandations. L'évaluation des prestations individuelles de Mediaschneider par ses clients est bonne, même si la note très élevée de 9.11 pour l'achat d'espace (media buying) ne suffit qu'à atteindre la quatrième place du classement.

mediatic — le nouveau challenger

mediatic se situe sur la deuxième marche du podium du classement des agences médias 2012, avec une note générale qui est en progression de 0.24 points par rapport à l'an passé. mediatic obtient également la première place en ce qui concerne l'achat d'espace (media buying) avec une incroyable note de 9.71 sur 10, ainsi que la première place en impression générale/image (8.79). Pour les autres prestations individuelles – stratégie (9.44), créativité (8.76), conseil (9.59) – mediatic se positionne en deuxième place du classement général, derrière the Generation Media.

Mediaxis — la meilleure agence réseau

Mediaxis obtient la troisième place du classement avec quasiment la même note que l'année précédente. Sont à souligner les 26 recommandations en tant qu'agence obtenant une première recommandation, ainsi que les bonnes notes pour la stratégie (9.3) et le conseil (9.17) qui lui rapportent chaque fois la troisième place.

L'écart entre Mediaxis et la quatrième agence demeure inchangé. Seule l'agence qui la talonne n'est plus la même. Nouvellement promue à la quatrième place se trouve désormais Konnex, qui s'est améliorée de 0.39 points. La très bonne note de 8.19 pour l'impression générale tout comme celle de 8.64 pour la créativité sont à souligner. Elles représentent dans les deux cas la troisième meilleure évaluation.

A la cinquième place se trouve The Generation. Media. Elle doit cette place à la très bonne évaluation faite par ses clients. A l'exception de l'achat d'espace où elle détient la deuxième place (derrière mediatic), elle pointe à la tête du classement des trois autres prestations individuelles (stratégie, créativité et conseil). The Generation Media a été à même d'améliorer sa note globale de 0.18 points.

Parmi les autres agences média nationales n'appartenant à aucun réseau international, on note encore la progression de ZipMedia (+0.4 points). A l'exception de l'impression générale, toutes leurs autres notes sont nettement supérieures à celles de l'année précédente.

L'appréciation plus sévère des agences réseaux

On note que la tendance des clients nationaux est d'exprimer plutôt de l'enthousiasme lors de l'évaluation des agences indépendantes alors qu' inversement, la tendance des clients internationaux à juger plus prosaïquement et d'une manière plus critique leur agence réseau se fait beaucoup plus ressentir cette année que par le passé. Ainsi, la note moyenne des agences indépendantes s'est améliorée de 0.14 points alors que celle des agences réseaux s'est détériorée de 0.1 points. Malgré cela, il reste toujours captivant de voir à quel rang les agences réseaux se classent et de quelle manière leur position s'est modifiée. V o u s trouverez les résultats détaillés sur le site www.mediaresearchgroup.ch ■

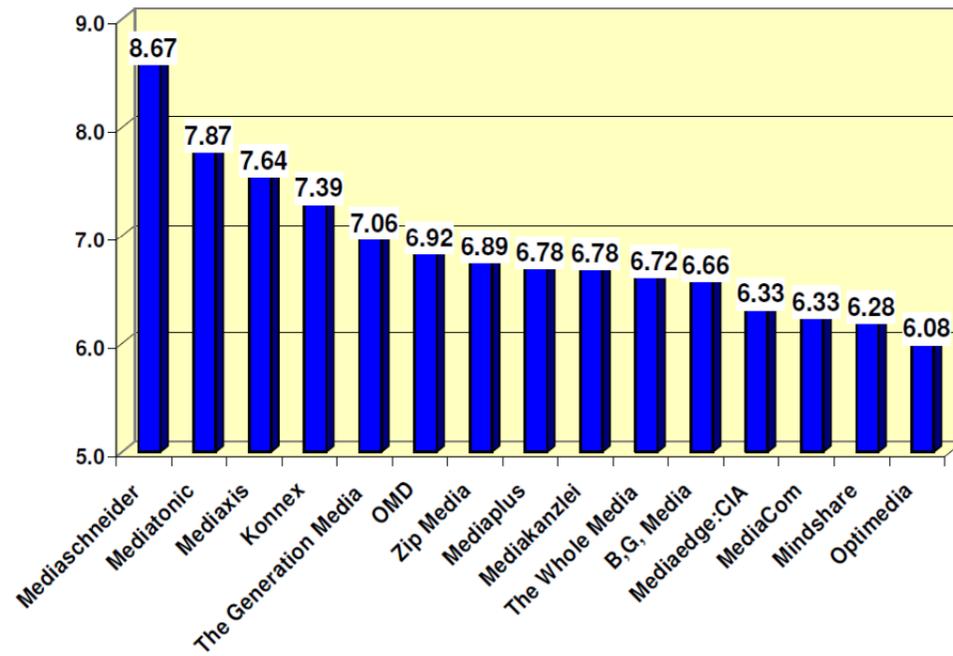
* Walter Weder est partenaire du Media.Research.Group

LE CLASSEMENT

Lors de l'étude du marché de la publicité, les 750 meilleurs annonceurs évaluent entre autres les agences médias. Ils sont d'une part interrogés sur l'impression générale que les agences médias leur ont laissée, et d'autre part, le Media.Research.Group souhaite savoir quelles agences médias ils recommanderaient à un tiers. Toutes les personnes interrogées ont pu s'exprimer sur ces deux points. En parallèle, les clients des agences médias évaluent les prestations de leur agence (stratégie, créativité, conseil et achat d'espace).

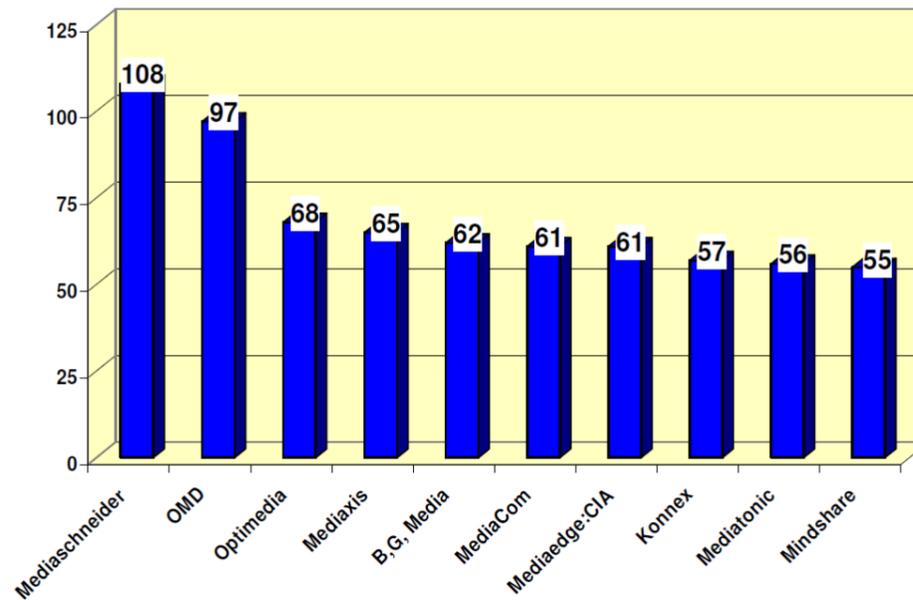
Das Mediaagentur-Rating 2012

(Gesamtnote gebildet aus dem Gesamteindruck, dem Bekanntheitsgrad und den Empfehlungen sowie den Einzelleistungen: Strategie, Kreativität, Beratung, Mediaeinkauf)

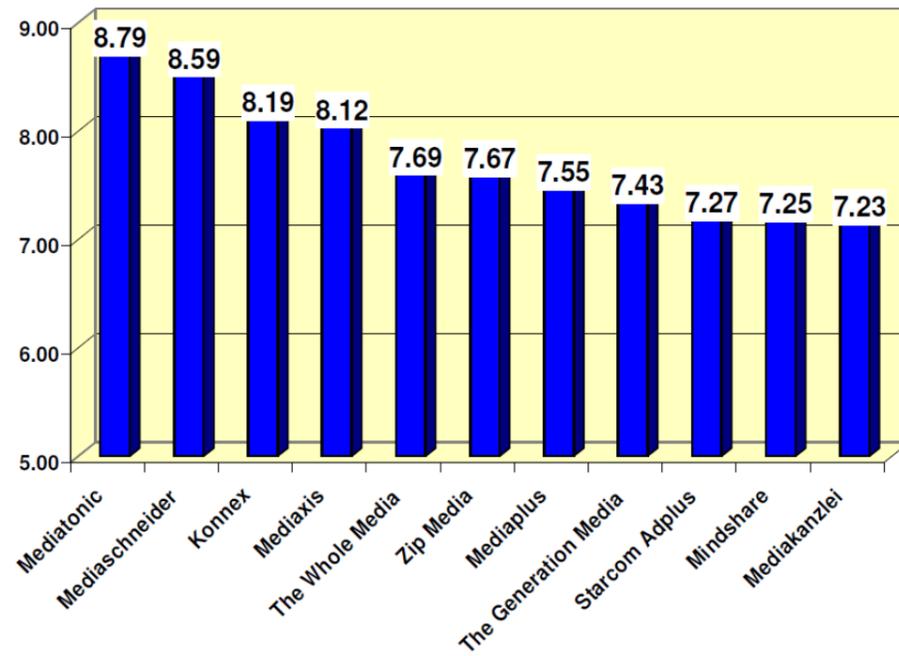


Der Bekanntheitsgrad bei Top750-Auftraggebern

(Anzahl erhaltene Urteile bei der Frage nach dem Gesamteindruck)



Das Image der Mediaagenturen bei Top750-Auftraggebern (= Note für den Gesamteindruck)



Weiterempfehlung von Mediaagenturen durch Top750 Auftraggeber

