

MEDIASCHNEIDER ET MEDIATONIC ARRIVENT EN TÊTE

CLASSEMENT MEDIA RESEARCH GROUP

ARTICLE ÉCRIT PAR
D' WALTER WEDER

WWW.MEDIARESEARCHGROUP.CH

D'APRÈS CERTAINS « EXPERTS », L'AGENCE MÉDIA SERAIT UN MODÈLE EN VOIE DE DISPARITION. L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ PUBLICITAIRE SUISSE DES DERNIÈRES ANNÉES MONTRE TOUTEFOIS UNE RÉALITÉ BIEN DIFFÉRENTE.

Le nombre des top-annonceurs collaborant avec une agence média a dépassé pour la première fois cette année la barrière des 500. En 2014, on en dénombrait 457 (60,9 %), l'année dernière 485 (64,7 %) et en 2016 : 511 (68,1 %). Parmi ces annonceurs, un peu plus de la moitié (52,5 %) travaillent avec une agence média appartenant à un réseau international, 47,5 % avec une agence média nationale/indépendante. Le classement des agences média établi depuis 2003 par le Media Research.Group auprès des 750 top-annonceurs du marché publicitaire suisse se fonde d'une part sur des questions (notoriété, note d'ensemble, recommandation) auxquelles tous les annonceurs peuvent répondre et d'autre part sur des questions se rapportant à certaines prestations d'agence destinées uniquement aux clients qui en bénéficient effectivement.

À PROPOS DE L'ÉTUDE

352 parmi les 750 annonceurs sollicités ont participé à l'étude du marché publicitaire - étude représentative du classement des agences. 335 parmi elles ont répondu aux questions concernant le classement des agences. 23 agences ont été interrogées et 16 évaluées par au moins 10 clients, remplissant ainsi les conditions pour une publication des résultats. L'étude a été réalisée par le Media Research Group entre mi-janvier et la fin février 2016.

Le premier questionnaire reflète le potentiel de croissance d'une agence, le second, la satisfaction des clients vis-à-vis de leur agence.

UN MARCHÉ RELATIVEMENT STABLE

Avec 7,55 points, la moyenne de la note d'ensemble de toutes les agences est restée inchangée comparée à l'année dernière et ceci malgré le fait que certaines agences aient fortement progressé (PHD +0,56 et Mediakanzei +0,32), tandis que d'autres ont dû subir en partie de sérieux revers.

Les notes moyennes attribuées aux quatre disciplines que sont la stratégie, la créativité, le conseil et l'achat d'espace ne présentent que des variations minimales. La note pour la stratégie est ainsi restée au même niveau qu'en 2014 (8,37). Celle pour la créativité a cédé légèrement de 0,01 (7,64). C'est en achat d'espace que les agences média se sont modérément améliorées (de 0,04 à 8,63), tandis qu'elles enregistraient pour la deuxième fois de suite une baisse (de -0,18 à 8,43) au niveau du conseil.

Comme à chaque fois, depuis la première publication du classement des agences médias en 2003, c'est Mediaschneider qui se hisse aussi en 2016 sur la plus haute marche du podium. La victoire est incontestable, mais plus aussi éclatante que l'année précédente. La somme des 7 notes a légèrement baissé de 0,31 points, mais reste encore nettement supérieure au score de 2014 (58,3). Mediatonic, l'éternelle deuxième, est bien parvenue à combler le retard sur Mediaschneider de 0,8 points, mais reste malgré tout encore derrière de 4,2 points. A partir de la 3ième place ça devient intéressant: Havas Media a repris 2,8 points et a en même temps augmenté son avance sur la quatrième du classement, Konnex, de 2 points. Le podium semble donc consolidé pour les temps à venir. Les trois agences de tête ne doivent certainement pas leur bon classement au fait de n'avoir été jugées que par quelques clients « bien intentionnés » à leur égard. Bien au contraire, elles font toutes partie des agences qui ont fait le plus l'objet d'évaluations de la part de clients (Mediatonic a par exemple été jugée 49 fois).

Au classement 2016 figurent 16 agences média et pour la première fois Mediafactor et PHD, toutes deux ayant obtenu le nombre requis de 10 évaluations par leurs propres clients. Les agences n'apparaissant pas dans ce classement n'ont pas atteint ce quota.

Mediaschneider	60,20	The Generation Media	47,26
Mediatonic	55,98	Mediafactor	46,92
Havas Media	53,34	TWMedia	45,83
Konnex	51,01	MediaCom	45,61
Mediaplus	50,68	Mindshare	45,19
ZipMedia	50,32	Carat	43,66
OMD	50,22	ZenithOptimedia	42,97
Mediakanzei	48,02	PHD	41,65

LES VARIATIONS DE CETTE ANNÉE

Mediatonic s'est à nouveau rapprochée de Mediaschneider, parce que la note d'ensemble de Mediaschneider a baissé de 0,31 points et que, parallèlement, mediatonic a pu s'améliorer de 0,5 points. Mediatonic obtient avec 8,99 la meilleure note d'ensemble et se place sur le podium dans chacune des quatre disciplines évaluées: stratégie, créativité, conseil et achat d'espace. mediatonic est ainsi depuis 2013 « l'agence avec les clients les plus satisfaits ». Le duo de pointe de la scène médiatique suisse est rejoint par Havas Media, la seule agence à pouvoir rivaliser avec lui. Mais, Havas Media a réussi - contrairement aux deux leaders - à améliorer sa note d'ensemble de 3,32 points en 2016. Havas Media était en 2014 encore à la cinquième place, 0,96 points derrière Konnex. C'est l'année passée qu'elle a réussi à monter sur le podium, avec une avance de 0,33 points sur ZIP Media. Elle consolide même ce succès en 2016. Son avance sur la 4ième place atteint désormais 2,33 points. Havas Media est ainsi, comme de par le passé, également la meilleure agence de réseau. Ceci, une fois encore devant OMD.

Aux places 4 à 6 suivent Konnex, Mediaplus et ZipMedia trois autres agences médias nationales. Konnex et ZipMedia ont déjà été mieux classées, tandis que Mediaplus se classe pour la première fois aussi loin devant. Toutes trois ont amélioré leur score, Mediaplus plus que les autres (+3,4 points). Konnex a obtenu la meilleure note en stratégie parmi toutes les agences. ZipMedia se classe même première en deux disciplines (conseil et achat d'espace) et obtient en plus la troisième meilleure note d'ensemble. Mediaplus réussit à se placer sur la troisième marche du podium en conseil et occupe une position de pointe grâce à des notes équilibrées dans toutes les disciplines.

OMD occupait en 2013 la quatrième place du classement, tomba en 2014 à la sixième, et il y a une année même à la 10ème place, avant de retrouver toute sa vigueur, de s'améliorer de 4,73 points - meilleure progression de toutes les agences - et remonter ainsi à la septième place. Ce revirement n'est pas dû au fait que moins de clients auraient donné leur avis, bien au contraire. OMD a été évaluée par 31 clients (troisième plus grand nombre de toutes les agences).

- Suivent aux places 8 à 11 Mediakanzei, The Generation Media, Mediafactor et TWmedia encore une fois quatre agences médias nationales. Mediakanzei obtient avec 8,77 points la meilleure note en créativité, ce qui lui vaut d'être 1,23 points au-dessus de la moyenne de toutes les agences. La deuxième meilleure note (8,62 points) en créativité est attribuée à mediafactor qui figure en 2016 pour la première fois au classement des agences. La troisième meilleure note (8,45 points) revient à The Generation Media qui se classe en même temps au troisième rang en achat d'espace.

LES AGENCES DE RÉSEAU À LA TRAÎNE

A l'exception de la troisième, Havas Media, et de OMD à la septième place, les grandes agences de réseau ne parviennent pas à s'illustrer dans ce classement. Elles occupent les dernières places ou n'ont même pas rempli les conditions pour intégrer ce classement. Et ce n'est guère dû à un déficit de notoriété puisque on retrouve toutes les agences de réseau renommées dans la première moitié du classement. Pour remédier à cette situation désagréable, il leur faudra améliorer leurs propres performances et communiquer efficacement.