

Au sommet du classement MRG



Walter Weder
Media.Research.
Group

Walter Weder a été directeur marketing chez Tamedia (aujourd'hui TX Group) dans le secteur des magazines et directeur marketing à la NZZ pour l'ensemble de l'entreprise. 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, des agences créatives et des agences digitales, et que sont attribués les Horizont Medien Awards aux meilleurs prestataires médias et régies médias.

mediatonic remporte le classement des agences médias pour la première fois et cela faisait longtemps que l'agence indépendante full service attendait ce jour. Par moments, on a pu avoir l'impression que les dirigeants de mediatonic eux-mêmes ne croyaient plus que cet événement si ardemment désiré finirait par arriver.

Sans relâche, ils ont retroussé leurs manches, se donnant pour mission d'obtenir une évaluation de leurs prestations par le plus grand nombre de clients possible. À chaque fois, ils ont été déçus de devoir se contenter de la deuxième place. Du moins ces 20 dernières années. Le classement des agences médias est né avec le 21^e siècle et, aujourd'hui, le vent a tourné en faveur de mediatonic.

C'est précisément l'année de son 20^e anniversaire que mediatonic est enfin parvenue à monter sur la plus haute marche du podium et à détrôner Mediaschneider. Cette dernière avait réussi le tour de force de remporter les 20 premières éditions du classement, toutes sans exception. L'an passé, la victoire de Mediaschneider avait d'ailleurs également coïncidé avec son 20^e anniversaire. Il est donc d'autant plus étonnant que Mediaschneider ait décidé de ne plus participer au classement cette année. Nous respectons ce choix et ne la faisons figurer dans aucun classement. Pour autant, impossible de ne pas évoquer Mediaschneider. Dans les analyses portant sur les années précédentes, ce nom est incontournable. Un autre élément, et pas des moindres, doit en outre être pris en compte : si Mediaschneider avait participé, elle n'aurait pas pu empêcher la victoire de mediatonic.

Il y a un an, nous écrivions ici même « qu'une excellente évaluation des prestations individuelles ne suffit pas à elle seule pour remporter le classement des agences médias. Sans un taux de notoriété très élevé et de très nombreuses

premières recommandations de clients et de non-clients, la première marche du podium est inaccessible. Cela s'explique par le fait que, dans ces deux domaines, la fourchette des notes attribuées est beaucoup plus large et qu'il faut beaucoup de temps pour atteindre le sommet du classement ». Voyons si cette affirmation est confirmée par les résultats de cette année.

Forte progression de la notoriété de mediatonic auprès des 750 top-annonceurs

À la question « Connaissez-vous mediatonic », 21,3% des 750 top-annonceurs répondent qu'ils savent exactement qui est mediatonic. Seule Mediaschneider obtient un meilleur classement avec 22,1% des annonceurs qui attestent de cette notoriété suprême. Le retard de mediatonic par rapport à Mediaschneider s'est donc réduit à 0,8%. Il y a cinq ans, Mediaschneider devançait encore mediatonic de 8,4%.

**La première marche
du podium est
inaccessible sans un
taux de notoriété
très élevé.**

NOTORIÉTÉ	2019	2020	2021	2022	2023
mediatonic	17,7	16,9	17,4	19,0	21,3
Mediaschneider	26,1	23,1	23,4	24,2	22,1

L'année dernière, nous avons prédit que mediatonic devrait obtenir 25% et atteindre la première place en matière de notoriété pour espérer dominer le classement des agences médias. « Une entreprise difficile, qui est cependant de plus en plus du domaine du possible », commentons-nous alors. Cette année, un score de notoriété de 21,3% lui a suffi pour prendre la première place.

mediatonic reçoit le plus grand nombre de premières recommandations

La question relative aux recommandations qu'une agence reçoit de la part de ses clients, mais aussi de tiers, montre si les annonceurs pensent immédiatement à leur agence lorsqu'on leur demande quelle agence ils recommanderaient à un collègue ou s'ils donnent la préférence à une autre agence. Si le nombre de premières recommandations que reçoit une

agence est supérieur au nombre de clients répondant à l'enquête, c'est un indicateur important du potentiel de cette agence.

S'agissant des recommandations, mediatonic fait la course en tête depuis un certain temps déjà. En 2023, elle a consolidé son avance en obtenant une première recommandation de la part de 62 annonceurs, c'est-à-dire deux fois plus que Mediaschneider. Toutes les autres agences sont classées très loin derrière. Un signe clair que les notes obtenues sur les questions se rapportant au potentiel continueront d'être un bon indicateur des résultats du classement à l'avenir.

Il y a cinq ans, Mediaschneider, avec 58 premières recommandations, surclassait encore nettement mediatonic, qui n'en avait recueilli que 51.

Depuis 2020, mediatonic est toujours en tête du nombre de premières recommandations.

NOMBRE DE RECOMMANDATIONS	2019	2020	2021	2022	2023
Tri par 1 ^{ère} recommandation					
mediatonic	51	46	49	57	62
Mediaschneider	58	41	46	45	31

mediatonic est la seule agence média qui enregistre une note supérieure à 8,0 dans la catégorie « Note Globale ».

mediatonic décroche pour la première fois la meilleure note globale du classement des agences médias

En 2023, la note globale de mediatonic est passée de 8,24 à 8,27, soit une progression de 0,03 point. C'est la seule agence média qui enregistre une note supérieure à 8,0. Elle dépasse Konnex, la deuxième agence la mieux notée, de 0,35 point. ZipMedia se hisse à la troisième place avec 7,52 points.

La note globale est établie sur la base des notes attribuées pour la notoriété, les recommandations et l'impression générale, ainsi que sur cinq aspects du travail des agences médias:

stratégie, créativité, conseil, achat d'espace et compétence digitale.

Les questions relatives à la notoriété, aux recommandations et à l'impression générale ont été posées à l'ensemble des annonceurs interrogés, tandis que seuls les clients ayant eu recours aux cinq prestations individuelles ont répondu aux questions s'y rapportant.

Les clients de mediatonic sont très satisfaits de leur agence média

Pour chacune de ces prestations, mediatonic a obtenu une note supérieure à 8,0 points de la part de ses clients. Elle a enregistré sa meilleure note pour l'achat d'espace: 9,25 (= +0,16), sa deuxième meilleure note pour le conseil: 9,24 (= +0,09), sa troisième meilleure note pour la stratégie: 8,98 (= +0,07), sa quatrième meilleure note pour la compétence digitale: 8,40 (= +0,08) et, enfin, sa cinquième meilleure note pour la créativité: 8,27 (= +0,12).

mediatonic occupe la deuxième place pour les prestations « Achat d'espace » et « Compétence digitale » et la troisième place pour les prestations « Conseil », « Stratégie » et « Créativité ».

La meilleure note d'impression générale revient à mediatonic

Il a été demandé aux annonceurs d'attribuer une note d'impression générale aux agences avec lesquelles ils travaillent ou qu'ils connaissent. Depuis plus de 10 ans, mediatonic reçoit la meilleure note d'impression générale, 8,33 points (= -0,10) en 2023. Elle devance ainsi Konnex de 0,14 point et ZipMedia de 0,33 point.

Des résultats solidement étayés

Le grand intérêt de cette étude se manifeste dans le nombre important de participants. Cette année, 372 des 750 top-annonceurs (=49,6%) y ont pris part, soit 8 de plus de lors deux dernières enquêtes. Parmi les participants, 315 (85%) ont attribué une note d'impression générale à une ou plusieurs agences médias, soit une baisse de 12 (=5%).

Dans l'ensemble, les résultats de mediatonic en 2023 sont meilleurs que ceux de l'année passée. En remportant cette dernière édition du classement, mediatonic continue d'affermir sa forte position sur le marché publicitaire et confirme incontestablement son image de partenaire de choix pour les annonceurs, les agences de publicité et les entreprises de médias sur le marché suisse de la publicité.

NOTE GLOBALE	
mediatonic	8,27
Konnex	7,92
ZipMedia	7,52
Publicis Media	7,46
Havas Media	7,37
Mediaplus	7,17
The Generation Media	6,83
OMD	6,81
MediaCom	6,76
Mindshare	6,76
Zenith	6,70
PHD	6,55
Dentsu Aegis	6,25
mmb	5,48