

Édito



Chris Fluckiger
Founder & CEO,
Délégué du conseil
d'administration
de mediatonic

Chère lectrice, cher lecteur,

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

A l'ère du boom des intelligences artificielles (IA) génératives, Microsoft a sorti en novembre dernier son ChatGPT capable de répondre correctement à des questions élaborées et de générer des textes d'un niveau de qualité encore jamais atteint. Le modèle possède aujourd'hui déjà plus de 100 millions d'utilisateurs. Il s'agit du premier succès grand public pour une IA. Bon nombre d'experts en IA s'accordent à dire qu'il serait déjà possible d'insérer des publicités natives dans les réponses proposées par une IA générative telle que BARD ou ChatGPT (sous forme de placement produit notamment), même si les risques sont pour le moment encore immenses et le manque de contrôle trop important (résultats partiellement erronés, fake news, etc.). Dire qu'il y a juste 20 ans - c'était hier - Facebook, Youtube, Twitter, Snapchat ou encore Tiktok n'existaient pas, Google était lancé depuis à peine 5 ans. Il y a 20 ans, le marketing digital en était à ses prémices. Que de progrès en si peu de temps!

Dans cette édition, Walter Weder, fondateur de l'étude Media.Research.Group, présente les résultats du classement des agences médias 2023. mediatonic se pare d'or et remporte pour la première fois la plus haute place de ce prestigieux ranking. Un très joli cadeau d'anniversaire.

Ces dernières années, la TV linéaire a perdu des plumes au détriment des plateformes de streaming telles que Netflix, Amazon, Disney+ ou encore Sky. Matthieu Robert, Co-owner & Head of Digital nous dépeint les enjeux de la publicité audiovisuelle du futur : le divertissement télévisuel n'échappe pas à la règle du changement des habitudes de consommation. Quid de l'arrivée de la publicité sur ces services VOD?

Notre chevronné et distingué membre du conseil d'administration Dr. iur Bruno Glaus (spécialiste suisse dans le domaine du Droit des médias et de la législation en matière publicitaire) se penche sur le brûlant sujet du Kidfluencing, arrivé en Suisse récemment. Des parents proposent désormais leurs progénitures comme outil de partenariat publicitaire. Le projet initial et précurseur de ce Kidfluencing était un projet artistique datant d'il y a quelques années appelé Gugus Dada. L'art conceptuel justifie-t-il l'intrusion dans la vie privée hautement personnelle de l'enfant?

Kurt W. Zimmermann, notre chroniqueur de longue date, est une grande personnalité des médias. Il nous honore depuis de longues années déjà de ses articles francs du collier et de son avis tranché et pointu. Dans cette édition, il tente la comparaison entre les parcours et trajectoires de deux monstres de la presse quotidienne alémanique : le Tages-Anzeiger et la NZZ. Un point de vue sans fioritures, comme nous en avons l'habitude.

L'un des gros changements dans le monde des médias de ces dernières années a également été l'avènement de la programmation. Justas Juozapitis, notre Senior Programmatic Manager, prend la plume pour nous donner un exemple concret de ce que notre unité programmatique AEKO sait faire, notamment en pDOOH (programmatic Digital Out Of Home), en expliquant concrètement les mesures prises et best practices engagées avec notre client Mobility CarSharing. Un set up complexe qui a porté ses fruits.

Et enfin, last but not least, nos deux rubriques récurrentes: «Did you know?» qui pointe du doigt d'une manière ludique les différences comportementales entre les diverses régions de notre pays, et «Media Creativity by mediatonic» qui présente quelques solutions médias originales récentes réalisées pour le compte de nos clients.

Ces 20 dernières années auront été un tournant dans le monde des médias. Tout a changé et évolué, tout a été révolutionné et digitalisé. Ce sont les 20 années les plus folles de notre histoire et mediatonic, qui souffle justement ses 20 bougies cette année, a eu la chance de vivre ce changement et d'accompagner ses quelque 40 clients dans cette aventure extraordinaire. Nos clients fidèles et exigeants, nos partenaires médias aiguisés et novateurs, la curiosité et la faim de savoir de notre équipe nous ont amenés où nous sommes aujourd'hui: nous trustons les

plus hautes places des rankings qualitatifs MRG et RECMA et nous sommes devenus la 6^{ème} plus grande agence de Suisse dans le classement LSA. Nous sommes mediatonic, l'agence média full service indépendante gérée par ses actionnaires. Merci du fond du cœur à tous les protagonistes qui nous ont permis de vivre ce rêve éveillé et nous ont donné cette légitimité.

Je vous souhaite une bonne lecture de cette vingt-et-unième édition et de très belles journées d'été. Je souhaite également, et avec un brin de fierté je dois bien l'admettre, un joyeux 20^{ème} anniversaire à mediatonic.

Chris Fluckiger



mediatonic
20 ans | 2003 - 2023