

Édito



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

Chère lectrice, cher lecteur,

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

Après plus de douze ans en tant que membres du conseil d'administration de mediatonic, Heinz Fluckiger, Président et Bruno Glaus, membre juridique, sont partis en retraite lors de la dernière assemblée générale. Leurs expertises et engagements pour mediatonic ont été des pierres angulaires du succès de notre agence. Grâce à eux, mediatonic est aujourd'hui structurée et armée pour les défis futurs. Leurs présences nous manqueront beaucoup mais nous sommes convaincus que les fondations qu'ils nous ont aidées à bâtir nous soutiendront encore longtemps. Avec l'arrivée de François Besençon et Curdin Janett au sein de notre conseil d'administration, nous sommes confiants qu'un nouveau dynamisme au sein de l'agence va se déployer. Je profite de cet édito pour remercier encore une fois les membres sortants et entrants de notre board.

Aujourd'hui, les budgets marketing sont de plus en plus segmentés, ils doivent couvrir de nombreux domaines et remplir des tâches plus complexes. Cependant et dans la grande majorité, ces budgets ne sont pas revus à la hausse alors que l'on attend une augmentation de l'efficacité. Il est aussi demandé que les campagnes agissent plus profondément dans le funnel marketing, d'où l'importance de la mesure des campagnes de communication afin de diriger les bons messages sur les KPIs souhaités. Marco Rose, Co-owner & Head of Strategy chez mediatonic, nous en parle avec Dr. Cornelia Eck, Directrice de Marketagent Suisse.

Kurt W. Zimmermann est une personnalité hors pair dans le monde des médias. Il est notamment rédacteur de longue date pour la célèbre Weltwoche et ses sujets parfois assez corrosifs sont toujours très attendus. Kurt W. Zimmermann est aussi fidèle chroniqueur du mediatonic report depuis plusieurs années. Dans cette vingt-troisième édition du report, il part à la recherche de la soi-disant crise existante au sein de l'industrie des médias suisses. Sa conclusion n'est pas forcément celle que l'on attend.

Alors que le dernier ranking qualitatif RECMA mars 2024 vient de paraître et dans lequel mediatonic se retrouve pour la troisième fois consécutive sur la plus haute marche du podium, l'étude Media.Research.Group du classement des agences médias en Suisse ne sera plus reconduite cette année. Le classement 2023, dans lequel mediatonic avait pour la première fois de son histoire terminée au premier rang, aura donc été le dernier paru. Son fondateur, Walter Weder nous parle d'une manière assez dithyrambique de l'historique de mediatonic dans son étude de marché.

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.

Je vous souhaite une bonne lecture de cette vingt-troisième édition de notre report.

Chris Fluckiger