

**Communiqué de presse****Embargo: 2 juin 2009, 12 h**

*Berne, 2 juin 2009 – À la faveur de la conférence de presse donnée à l'occasion de la publication de son rapport de gestion 2008, la Fondation Mediapulse pour la recherche sur les médias s'est présentée pour la première fois en tant que Groupe Mediapulse. Au cours de l'exercice 2008, le groupe a préparé le lancement ou lancé de nombreuses nouveautés dans le domaine de la recherche. Ainsi, la conception de l'échantillonnage du panel radio a été entièrement remaniée et les mesures sont désormais effectuées exclusivement au moyen des nouvelles montres Mediawatch. De plus, grâce au New Establishment Survey, la collecte des données sur la diffusion des appareils et des canaux de transmission permettant de recevoir des programmes de radio et de télévision en Suisse est assurée sous une nouvelle forme.*

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) en 2007, la Fondation Mediapulse pour la recherche sur les médias, à Berne, a pour mandat de mettre à disposition des données sur l'utilisation de la radio et de la télévision, collectées de manière scientifique et en toute indépendance dans toute la Suisse. Pour remplir ce mandat, la fondation a repris les sociétés Mediapulse SA et Publica Data SA des mains de SRG SSR idée suisse. À l'occasion de la publication de son rapport de gestion 2008, elle se présente aujourd'hui pour la première fois au public en tant que Groupe Mediapulse.

En 2008, le Groupe Mediapulse a préparé le lancement et en partie lancé de nombreuses nouveautés dans le domaine de la recherche. La conception de l'échantillonnage du panel radio a été entièrement revue, de sorte que, depuis janvier 2009, les programmes radio sont représentés conformément aux nouvelles zones de concession. Le panel radio y a beaucoup gagné en cohérence du point de vue de la représentativité de la population suisse et il est désormais mieux à même d'intégrer les changements survenant dans le paysage radiophonique. Parallèlement au remaniement de l'échantillonnage, on est passé à l'utilisation exclusive de la nouvelle montre Mediawatch, qui succède ainsi à la montre Radiocontrol en usage depuis 2001. La montre Mediawatch présente de gros avantages par rapport à celle-ci, notamment une plus grande capacité de mémoire, ce qui permet d'augmenter la fréquence de mesure.

Depuis janvier 2009 également, grâce au New Establishment Survey (NES), la collecte des données sur la diffusion des appareils et des canaux de transmission permettant de recevoir des programmes de radio et de télévision en Suisse est assurée sous une nouvelle forme. L'univers du NES est constitué de la population résidente en Suisse et dans la Principauté de Liechtenstein et assimilée linguistiquement. Du point de vue méthodologique, le NES est conçu de façon à couvrir également les groupes de population qui ne sont pas ou plus atteignables au moyen des annuaires téléphoniques traditionnels.

Enfin, un pool comptant environ 30 000 personnes cibles âgées d'au moins 14 ans et pouvant être questionnées à tout moment sur des thèmes en rapport avec les médias est en cours de constitution à partir du NES. Ce pool sert de fondement au Taxibus, au moyen duquel les clients du Groupe Mediapulse peuvent acquérir à des conditions avantageuses des données supplémentaires sur leur marché et sur les habitudes d'utilisation de leur public.

Contact: Dr. Manuel Dähler  
Directeur du Groupe Mediapulse  
Tél.: +41 (0) 31 356 47 11  
E-mail: [manuel.daehler@mediapulse.ch](mailto:manuel.daehler@mediapulse.ch)