

Etude Admeira

Miser sur l'effet publicitaire plutôt que sur l'efficacité seule: conseils aux marques pour une croissance durable

Zurich, le 6 octobre 2026

Quels objectifs marketing déterminent aujourd'hui la planification média? Quelle est l'importance de la pénétration en dehors du groupe cible principal? Quels sont les risques d'un ciblage trop pointu? Le nouveau rapport d'étude Admeira «Echo du marché 2026» examine les principaux facteurs de réussite des stratégies de campagne modernes et détaille la façon dont les spécialistes suisses de la publicité et des médias évaluent l'efficacité, l'efficacité et le rôle des différents canaux médiatiques

Pour l'«Echo du marché 2026 – Efficacité publicitaire: réaliser avec succès les objectifs marketing», Admeira et GfK Switzerland ont interrogé 47 spécialistes d'agences et d'entreprises de publicité dans toute la Suisse. L'accent est mis sur le dilemme entre l'efficacité à court terme et l'efficacité publicitaire à long terme.

Retour à la réalité: efficacité n'est pas synonyme d'efficacité

Un contact avantageux ne garantit pas l'impact de la marque. L'étude montre à cet égard des différences entre les canaux médiatiques: la TV linéaire atteint la valeur d'efficacité la plus élevée avec 81%, tout en offrant un bon équilibre entre impact et efficacité. En revanche, sur les plateformes vidéo, l'efficacité perçue est parfois nettement inférieure à l'efficacité. La comparaison prouve que la rentabilité à elle seule n'est pas un indicateur de l'effet publicitaire.

Quand la précision entraîne l'invisibilité

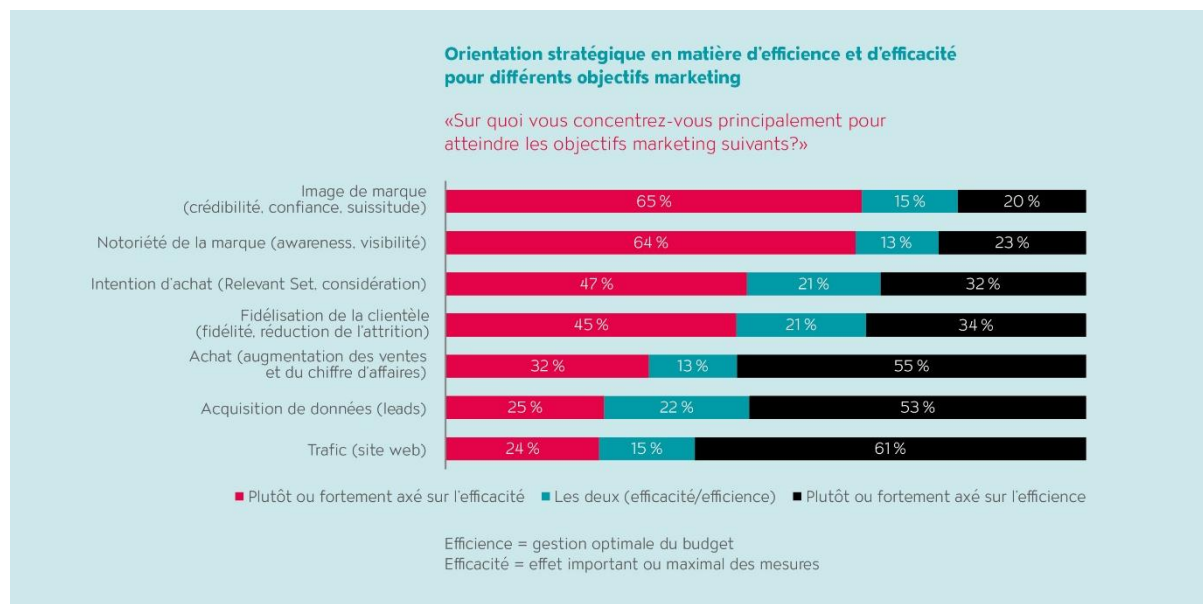
72% des personnes interrogées estiment que les marques risquent fort de perdre en visibilité à long terme en raison d'une définition trop pointue des groupes cibles. Le fait de renoncer aux médias de masse peut également affaiblir l'ancrage d'une marque dans le Relevant Set. Avec l'automatisation croissante basée sur l'IA, la présence dans le Relevant Set gagne en importance. Pour une croissance saine de la marque, rien de tel que des contacts en dehors du groupe cible principal, car la croissance passe avant tout par la création d'une nouvelle clientèle. La TV linéaire et l'OOH sont considérés comme particulièrement efficaces pour ce gain de diffusion essentiel.

La TV assure une large diffusion et un fort impact

94% des spécialistes médias estiment que la TV linéaire est très efficace pour développer la notoriété de la marque. Dans le même temps, une présence TV affirmée aura un impact au-delà du média: 62% y voient un accélérateur pour l'efficacité de mesures numériques ciblées. Yvonne Rüegg, Research Specialist chez Admeira: «L'efficacité à elle seule ne garantit pas encore un effet publicitaire durable. Les marques ont besoin de pénétration et de diffusion pour rester visibles et pertinentes. La télévision linéaire pose ces bases pour les combiner à un fort impact. Cela permet également de mettre en place des mesures numériques plus ciblées tout au long du Sales Funnel.»

En outre, l'«Echo du marché 2026» met en lumière les objectifs marketing du secteur publicitaire suisse, les gains de diffusion et la croissance de la marque, ainsi que le rôle futur de la TV connectée, de la TV Replay et des formats vidéo numériques.

Tous les résultats et les comparaisons détaillées des médias se trouvent dans le rapport d'étude complet «Echo du marché 2026 – Efficacité publicitaire: réaliser avec succès les objectifs marketing». Le rapport peut être téléchargé gratuitement dès maintenant sur le site Internet d'Admeira.



Légende d'image: Le développement d'une marque dépend de l'efficacité, tandis que les objectifs de vente privilégient l'efficacie.

Informations

Admeira, Corporate Communications, media@admeira.ch

Vous trouverez de plus amples informations sur le site suivant: <https://admeira.ch/fr/recherches/marche-et-tendances/page-de-details/rapport-d-etude-echo-du-marche-2026>

Le rapport d'étude est mis à disposition pour **un usage personnel** et non à des fins de publication.

A propos d'Admeira

Admeira commercialise de la publicité TV en Suisse en mettant fortement l'accent sur l'identité suisse et la qualité. Avec les chaînes de la SRG SSR et le diffuseur privé CANAL+, nous représentons des marques de premier ordre dans un environnement publicitaire télévisuel de grande qualité. Notre portefeuille comprend divers environnements publicitaires nationaux ainsi que des chaînes TV internationales. Ces produits premium offrent au marché publicitaire suisse une remarquable pénétration, une qualité de contact optimale et d'excellentes opportunités de vente.

Grâce à nos nombreuses années d'expérience, nous établissons des normes dans nos principaux domaines de compétences que sont le conseil, la planification, la gestion et la recherche. Nous nous engageons à mettre en œuvre des solutions efficaces, fiables et orientées vers notre clientèle afin de garantir le succès de ses campagnes. Avec des sites dans toutes les régions du pays, nos services sont ouverts aux agences et aux annonceurs nationaux comme internationaux.