

# PANEL MEMBER INFO

## Kantar Media vous souhaite une bonne année!

Chère lectrice, cher lecteur, en hiver, beaucoup de personnes recherchent le calme et ont besoin de se ressourcer. Elles consacrent ainsi davantage de temps à la lecture, se rendent plus souvent au cinéma ou passent plus de temps devant la télévision. Ces instants plus sereins à la lueur des bougies permettent de se plonger dans d'autres univers et d'échapper au stress quotidien. En regardant la télévision, on remarquera peut-être d'autant plus que notre appareil de mesure, le People Meter 5000, fait son temps. Après onze ans d'utilisation, le People Meter 5000 sera donc remplacé par un modèle plus récent.

Dans cette newsletter, nous souhaitons vous présenter notre nouvel appareil de mesure optimisé, le «People Meter 7». Lors de l'optimisation de cet instrument, nous avons attaché une importance toute particulière aux valeurs écologiques. Car c'est précisément en hiver, lorsque nous restons plus volontiers à la maison et que nous utilisons plus souvent nos appareils électroniques, qu'une consommation responsable de l'énergie prend tout son sens. Le nouvel instrument de mesure développé par Kantar Media utilise encore moins d'électricité que le modèle précédent et vous aide ainsi à économiser de l'énergie tout au long de l'année.

Le People Meter 7 se présente également sous un nouveau design, plus moderne et plus séduisant. Outre l'aspect extérieur, le maniement de l'appareil a également été repensé afin de vous faciliter son utilisation. Vous trouverez aux pages suivantes toutes les nouvelles fonctions que vous propose le People Meter 7 et la procédure qui sera suivie pour remplacer les anciens appareils par de nouveaux.

Nous espérons que vous avez bien commencé l'année et vous remercions très sincèrement de votre confiance et de votre participation au Mediapulse Media Panel.

Bien cordialement,  
L'équipe Kantar Media



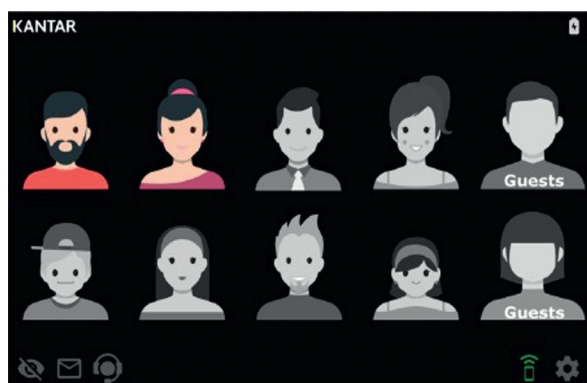
## LE PEOPLE METER 7 EST ARRIVÉ !

### Design moderne

Avec ses dimensions de 188x108x10 mm et un poids de 285gr, le nouveau People Meter 7 (PM7) offre un design comparable à celui d'une tablette et s'intègre parfaitement dans votre intérieur. Son format garantit une utilisation très conviviale. L'installation du PM7 est extrêmement simple et ne nécessite aucun câblage complexe. Grâce à son nouveau design, l'appareil est en outre moins sujet aux interférences et fournit des résultats fiables.



### Utilisation simplifiée



Le nouvel appareil de mesure définit de nouveaux standards avec son interface utilisateur améliorée et ses commandes optimisées, offrant une expérience fluide et intuitive. La possibilité de créer son propre avatar, qui personnalise l'expérience utilisateur et enrichit la fonction de connexion de manière ludique, mérite d'être signalée tout particulièrement. Grâce à cette fonction, l'interaction avec l'appareil de mesure est non seulement plus efficace, mais aussi plus amusante et attrayante pour vous.

### Mesures rapides

L'appareil de mesure qui est actuellement installé chez vous, le « People Meter 5000 » (PM5000), collecte les données pendant la journée et les envoie de manière groupée à Kantar Media pendant la nuit. Cette procédure fait que les éventuels problèmes sont détectés au plus tôt le lendemain. En revanche, le nouveau PM7 envoie les données en temps réel à Kantar Media. Les incidents sont ainsi identifiés plus rapidement, ce qui permet de trouver des solutions dans des délais plus courts.

Grâce à l'enregistrement continu des données et à sa batterie d'une autonomie de plusieurs heures, l'appareil réduit au minimum les éventuelles lacunes de mesure et vous aide à économiser l'énergie. Même si vous coupez provisoirement le courant, les données restent stockées dans la mémoire de l'appareil de mesure. Et lorsque le courant est rétabli, elles peuvent être aisément consultées.

### Faible consommation d'électricité

Kantar Media a continué d'optimiser l'efficacité énergétique de l'appareil de mesure, qui affiche ainsi une consommation d'électricité encore plus faible que le modèle précédent. Comme mentionné plus haut, le PM7 intègre une batterie qui sauvegarde les données saisies pendant plusieurs heures, même si vous éteignez la multiprise pendant la nuit. En cas de coupure prolongée de courant, par exemple lorsque vous partez en vacances, nous vous prions de le nous signaler comme par le passé.

Vous trouverez sur le site web [mediapanel.kantar.ch](http://mediapanel.kantar.ch), sous la rubrique « Questions et réponses », de plus amples informations sur la consommation d'électricité des appareils de mesure de Kantar Media. Ceux-ci présentent une consommation d'électricité très faible par rapport à la consommation d'énergie moyenne. Alors que l'ancien appareil de mesure PM5000 consommait environ 7W, des

tests récents ont montré que le nouveau PM7 était moins énergivore. En effet, lorsqu'il est raccordé au secteur, il consomme 6W avec le téléviseur allumé et 5W avec le téléviseur éteint. En mode batterie, la consommation d'énergie du PM7 atteint 2W avec le téléviseur allumé et 1W seulement avec le téléviseur éteint.

## Passage au PM7

Le passage de l'ancien appareil de mesure PM5000 au nouveau PM7 interviendra sur une période de deux ans environ (2024–2025). Afin de garantir la

qualité et de remplir les critères scientifiques, le changement s'effectuera de manière aléatoire. Il est donc possible que notre administrateur du panel vous contacte dans un proche avenir afin de convenir avec vous d'une date pour l'installation du nouvel appareil. Ne vous inquiétez pas s'il ne le fait pas tout de suite, car le processus de changement peut prendre jusqu'à deux ans.

Pour toute question ou suggestion, n'hésitez pas à nous contacter par téléphone au 0800 55 11 22 ou par e-mail à l'adresse [panel@kantarc.ch](mailto:panel@kantarc.ch).



Nous souhaitons vous remercier sincèrement de votre participation au Mediapulse Media Panel.

Votre feed-back est essentiel pour que nous puissions améliorer nos services en continu. Veuillez utiliser le code QR ci-contre pour participer à une brève enquête et nous transmettre vos expériences et retours de façon anonymisée.

## QUELQUES RÈGLES À RESPECTER!

- › N'oubliez pas, lorsque vous regardez la télévision, même durant une courte période, d'annoncer au moyen de la télécommande **toutes** les personnes qui se trouvent dans la pièce et qui regardent la télévision.
- › Si vous partez en vacances, n'oubliez pas d'appuyer sur la **touche vacances** de la télécommande et de confirmer votre saisie en appuyant simplement sur la touche. Veuillez toutefois **ne pas** débrancher vos appareils de mesure de la consommation TV et en ligne pendant les vacances.
- › Pensez également à nous **signaler les changements intervenus au sein de votre foyer** en ce qui concerne les personnes qui le composent ou les appareils (TV, smartphones, ordinateurs portables, tablettes, etc.). Lorsque vous transmettez l'un de ces appareils à un autre membre de votre ménage, il est également important que vous nous le signaliez.
- › Assurez-vous à la maison que votre smartphone/ordinateur portable/tablette est bien connecté à votre réseau Wifi/WLAN. Ce n'est qu'ainsi que votre consommation en ligne pourra être correctement mesurée.

### Les heureux gagnants de notre concours d'hiver:

Nous organisons deux fois par an un grand concours. Trois personnes seront tirées au sort et se verront remettre chacune un bon Coop ou Migros d'une valeur de CHF 500.

### Nous adressons toutes nos félicitations aux lauréates du concours d'hiver 2023/2024:

Chantal S., Elisabeth R. et Helen S.

## NOUS NOUS PRÉSENTONS



Formation d'enseignant du primaire, puis études et doctorat en psychologie des médias. Actif dans la recherche média depuis 1997, tout d'abord auprès de la SSR (audiences radio). Depuis 2004, directeur du service de recherche de la SSR et de Mediapulse (aujourd'hui mandant de Kantar Media), depuis 2015, directeur de Kantar Media.

**Dr. Manuel Dähler, Managing Director**

**Depuis décembre 2015, vous occupez le poste de Managing Director auprès de Kantar Media. Quelles sont vos tâches et lesquelles appréciez-vous plus particulièrement?**

En tant que directeur de Kantar Media, je représente l'entreprise à l'extérieur, m'occupe des relations clients, gère les finances, veille au développement et aux bonnes conditions de travail. Nous faisons partie d'un réseau mondial de sociétés Kantar qui mesurent la consommation des médias dans divers pays: l'échange régulier d'informations avec les collègues et, parfois aussi, les discussions intenses pour obtenir l'attention et les ressources des services centraux font partie du job.

Grâce à un client exigeant et à une équipe expérimentée, nous avons régulièrement la chance de développer des solutions innovantes. La conduite d'une équipe hautement qualifiée, à la jonction entre les exigences des clients et les compétences techniques, me procure une grande satisfaction.

**Vous étiez là en 2013, lors du lancement du People Meter 5000 pour notre étude. Quels avantages attendez-vous du People Meter 7?**

Lors de son introduction, le People Meter 5000 était un produit abouti qui, grâce à sa modularité, a su s'adapter aux exigences de la numérisation. Aujourd'hui, après 25 ans d'utilisation dans le monde entier, ce système a atteint ses limites.

Le nouveau People Meter 7 ressemble à une tablette et répond aux exigences d'aujourd'hui et de demain: il est numérique, peut être entretenu à distance et recevoir des mises à jour, ce qui réduit les visites des techniciens chez vous. Basé sur des symboles,

il peut être utilisé partout dans le monde. Ce qui ne change pas, c'est la procédure d'enregistrement et nous avons besoin de votre collaboration. Un grand merci!

**Selon vous, comment la recherche sur l'utilisation des médias va-t-elle évoluer ces dix prochaines années?**

La recherche n'a pas de «vie propre»: elle doit reproduire fidèlement les habitudes de consommation de médias et suivre leur évolution. Concernant la télévision, l'offre va continuer de s'étoffer avec, en plus des programmes classiques, des contenus à la demande, souvent avec des abonnements. Cette offre pourra être regardée sur n'importe quel appareil équipé d'un écran, qu'il s'agisse d'un téléviseur à écran géant ou d'un portable. Les frontières entre la télévision et les réseaux sociaux vont continuer de s'estomper. Le numérique n'en est encore qu'à ses débuts et vous pourriez bientôt personnaliser vos scènes préférées et les revivre avec des acteurs d'aujourd'hui, qui sait...

**Qu'aimeriez-vous encore dire aux participants du Mediapulse Media Panel avant de prendre une retraite bien méritée en mars 2024?**

Sans votre participation au panel, tous nos efforts seraient vains. C'est pourquoi je vous remercie tous du temps que vous nous consacrez, de votre collaboration, qui nous est très précieuse, et de votre bienveillance à l'égard de nos techniciens. Je vous adresse mes meilleurs vœux pour l'avenir et vous souhaite une excellente année 2024.