

## Catalogue des thèmes

Le catalogue des thèmes donne un aperçu du contenu des questionnaires de MACH Basic 2019-2 et MACH Consumer 2019 utilisés dans le cadre de l'étude MA Strategy 2019.

### 1. Catalogue des thèmes (MACH Basic 2019-2)

#### Presse écrite (éditions imprimées)

##### M1 Éditions imprimées: BRS (Broadest Readership)

Pour tous les titres de la région respective: titre lu ou feuilleté à la maison ou ailleurs au cours des 6 derniers mois?

- oui  
 non

##### M4 Éditions imprimées: Fréquence d'utilisation

Pour tous les titres utilisés au cours des 6 derniers mois: combien de numéros sur 6 numéros consécutifs du titre XY lu ou feuilleté normalement?

- 6 sur 6 numéros consécutifs  
 5 sur 6 numéros consécutifs  
 4 sur 6 numéros consécutifs  
 3 sur 6 numéros consécutifs  
 2 sur 6 numéros consécutifs  
 1 sur 6 numéros consécutifs  
 moins de 1 numéro sur 6 numéros consécutifs  
 (normalement) aucun numéro

##### M6 Éditions imprimées: Dernière période de lecture («Recency»)

Pour tous les titres utilisés au cours des 6 derniers mois: titre lu/feuilleté pour la dernière fois (à part le jour de l'interview)?

Catégories de réponses adaptées à la fréquence de parution du titre:

au moins 4 fois par semaine

- hier                       avant-hier                       il y a 3 jours                       il y a plus longtemps

3 fois par semaine

- hier                       avant-hier                       il y a 3 jours                       il y a 4 jours  
 il y a 5 jours                       il y a plus longtemps

2 fois par semaine

- hier                       avant-hier                       il y a 3 jours                       il y a 4 jours  
 il y a 5 jours                       il y a plus longtemps

1 fois par semaine

- hier                       dans les 7 derniers jours                       il y a 8 à 15 jours  
 il y a plus longtemps

tous les 14 jours

- hier                       dans les 14 derniers jours                       il y a 2 à 4 semaines  
 il y a plus longtemps

1 fois par mois

- hier                       dans les 4 dernières semaines                       il y a 1 à 2 mois  
 il y a plus longtemps

8 à 11 fois par an

- hier                       dans les 4 dernières semaines                       il y a 1 à 2 mois  
 il y a plus longtemps

5 à 7 fois par an

- hier                       dans les 2 derniers mois                       il y a 2 à 4 mois  
 il y a plus longtemps

**M7 Éditions imprimées: Tirages augmentés – questions complémentaires**

Pour tous les lecteurs (BRS) de titres à tirage augmenté: mode de réception et fréquence de livraison

**Cinéma**

**(Publication: MACH Cinema Basic 2019, MACH Cinema Consumer 2019, MA Strategy Basic 2019 et MA Strategy Consumer 2019)**

**K1 Etes-vous allé(e) au cinéma au cours des 6 derniers mois?**

- oui  
 non

**K2 Si vous êtes allé(e) au cinéma au cours des 6 derniers mois: lieu(x) où vous êtes allé(e) au cinéma**

- Liste de tous les lieux

**K3 Si vous êtes allé(e) au cinéma au cours des 6 derniers mois: rythme de votre fréquentation du cinéma (pour chaque lieu cité)**

- En chiffres

## Centres d'intérêt

### I1 Intérêt pour les domaines suivants:

- Voyages
- Santé et nutrition
- Science et technique
- Animaux et nature
- Protection de l'environnement
- Psychologie
- Famille, enfants et vie en couple
- Habillement et mode
- Cosmétiques, soins corporels, beauté
- Jazz
- Musique populaire
- Musique classique
- Rock, Pop, R'n'B
- Sport
- Gastronomie, manger et faire la cuisine
- Informations et sujets locaux ou régionaux
- Politique et sujets nationaux ou internationaux
- Articles de fond et analyses
- Informations pour les consommateurs
- Economie
- Bourse, placements et marchés financiers
- Autos et motos
- Habitat et décoration
- Ordinateurs et informatique
- Electronique de loisirs et de communication
- Art et culture
- Littérature
- Monde professionnel et du travail, carrière
- Formation, formation continue
- Histoires sur les célébrités du moment
- Divertissement, humour

- très fortement
- assez fortement
- assez peu
- pas du tout

## Internet

(Publication: MA Strategy Basic 2019 et MA Strategy Consumer 2019)

### O1 Utilisation d'Internet (normalement)?

- tous les jours ou presque tous les jours
- plusieurs fois par semaine
- environ une fois par semaine
- environ toutes les deux semaines
- plus rarement
- pratiquement jamais ou jamais

## Statistiques – Niveau «personne interrogée» (Sociodémographie, Géographie)

### SD1 Sexe

- homme
- femme

### SD2 Age

- en chiffres

### SD3 Formation scolaire et professionnelle

- aucune
- jusqu'à 7 ans maximum d'école obligatoire
- école obligatoire (école secondaire, cycle d'orientation, pré-gymnase, école spéciale)
- 1 an de pré-apprentissage, 1 an d'école de formation générale, 10ème année scolaire, 1 an d'école d'orientation professionnelle, année d'enseignement ménager, séjour linguistique (au minimum 1 an) avec diplôme, année d'engagement social, formation transitoire ou équivalente
- 2 à 3 ans d'école de degré diplôme, d'école d'administration et des transports, école de culture générale ECG ou formation équivalente
- formation professionnelle élémentaire ou initiale (2 à 4 ans d'apprentissage ou d'école professionnelle à plein temps, école supérieure de commerce, école de métiers ou formation équivalente)

- maturité gymnasiale, école normale (préparant à l'enseignement aux niveaux jardin d'enfants, école primaire, travaux manuels, économie ménagère)
- maturité professionnelle ou maturité spécialisée
- formation professionnelle supérieure avec brevet ou diplôme fédéral ou maîtrise, école technique ou autre école professionnelle, ET ou ES, ESGC (2 ans d'études à plein temps ou 3 ans à temps partiel)
- école professionnelle supérieure (prédécesseur des hautes écoles spécialisées p. ex. ETS, ESCEA, ESSA, IES) y compris diplômes postgrades (3 ans d'études à plein temps ou 4 ans à temps partiel)
- bachelor (université, EPF, haute école spécialisée, haute école pédagogique)
- master, licence, diplôme, examen d'Etat, diplôme postgrade (université, EPF, haute école spécialisée, haute école pédagogique)
- doctorat, habilitation

## SD4 Domicile

- NPA (district, espace de communication, canton, zone économique, région, partie du pays)

## Statistiques – Niveau «personne interrogée» (Activité professionnelle)

### SE1 Personnes exerçant une activité professionnelle

- à plein temps (>30 heures par semaine)
- ou à temps partiel (>4 heures par semaine)
- en formation / apprentissage
- pas d'activité professionnelle

### SE2 Si exerçant une activité professionnelle à plein temps ou à temps partiel: employé ou indépendant

- employé
- indépendant

### SE3 Si employé: poste et niveau hiérarchique

- direction, cadre supérieur
- cadre moyen
- employé
- ouvrier
- profession agricole
- autre

**SE4 Si employé: avez-vous des subordonnés ?**

- oui
- non

**SE5 Si exerçant une activité professionnelle et indépendant: profession**

- profession libérale
- gérant d'un commerce, propriétaire d'une entreprise/d'un magasin, artisan
- paysan

**SE6 Si indépendant: Employez-vous d'autres personnes qui travaillent pour vous?**

- oui
- non

**SE7 Si exerçant une activité professionnelle à plein temps ou à temps partiel: lieu de travail**

- NPA (district, espace de communication, canton, zone économique, région, partie du pays)

**SE8 Si n'exerçant aucune activité professionnelle et âgé de moins de 65 ans: genre d'activité non professionnelle**

- (momentanément) sans travail (chômeur, invalide, malade)
- retraité, à l'AVS
- femme au foyer / homme au foyer
- en formation
- autre

**SE9 Si en formation: localité où a lieu la formation**

- NPA (district, espace de communication, canton, zone économique, région, partie du pays)

**Statistiques – Niveau «ménage»**

**SH1 Nombre de personnes vivant dans le ménage**

- en chiffres

**SH2 Sexe, âge et activité professionnelle de toutes les personnes vivant dans le ménage**

- Sexe, âge et activité professionnelle de toutes les personnes

**SH3 Gestion du ménage**

- oui, seul(e)
- oui, avec quelqu'un d'autre
- non

**SH4 Si le ménage comprend plus d'une personne: qui contribue le plus au revenu du ménage?**

- la personne interrogée
- la personne interrogée et une autre personne contribuent à part égale
- quelqu'un d'autre

**SH5 Si le ménage comprend de 2 personnes ou plus: combien y a-t-il de personnes qui disposent de leur propre revenu (y compris rentes, retraites ou autres contributions)?**

- en chiffres

**SH6 Revenu mensuel brut du ménage**

- jusqu'à Fr. 2000.-
- entre Fr. 2000.- et Fr. 4000.-
- entre Fr. 4000.- et Fr. 6000.-
- entre Fr. 6000.- et Fr. 8000.-
- entre Fr. 8000.- et Fr. 10 000.-
- entre Fr. 10 000.- et Fr. 15 000.-
- plus de Fr. 15 000.-
- pas de réponse / refusé
- ne sait pas

**SH7 Ménage avec autocollant «pas de pub»**

- oui
- non

## 2. Catalogue des thèmes (MACH Consumer 2019)

### Télévision

(Publication: MA Strategy Basic 2019 et MA Strategy Consumer 2019)

#### **T1 Dans quelle mesure vous intéressez-vous aux thèmes énumérés ci-dessous que l'on peut regarder à la télévision?**

- Actualité (p. ex. nouvelles, météo, actualité politique)
- Emissions sur l'économie, la politique et la consommation
- Emissions sur les sciences, la technique, la nature, l'environnement et la santé
- Emissions culturelles (p. ex. cinéma, voyages, art)
- Retransmissions de concerts (tous styles de musique)
- Cinéma et téléfilms (tous genres)
- Séries policières
- Autres séries (p. ex. médicales, soaps, sitcoms)
- Emissions pour les enfants, la jeunesse
- Emissions de divertissement (p. ex. émissions du samedi soir, quiz, comédies, recherche de talents)
- Magazines sportifs
- Retransmissions sportives

Très fortement

Fortement

Moyennement

Peu

Pas du tout

Remarque : Les questions T2 et T3 se rapportent à la télévision en général, peu importe l'appareil utilisé. Veuillez prendre en considération dans vos réponses non seulement les émissions regardées au moment de leur diffusion, mais aussi celles que vous auriez enregistrées, par exemple, et regardées plus tard. Regarder la télévision sur Internet (y c. applications) est à prendre en compte également.

#### **T2 A quelle fréquence regardez-vous la télévision au cours d'une semaine normale, du lundi au dimanche, aux heures indiquées ci-dessous?**

Je regarde la télévision entre...

- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| - 6h et 9h   | - 16h et 19h    |
| - 9h et 11h  | - 19h et 22h    |
| - 11h et 14h | - 22h et minuit |
| - 14h et 16h | - Minuit et 6h  |



- Tous les jours ou presque tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Environ une fois par semaine
- Environ toutes les 2 semaines
- Plus rarement
- Pratiquement jamais ou jamais

### **T3 A quelle fréquence regardez-vous normalement des émissions sur les chaînes de télévision énumérées ci-dessous?**

- Pour les chaînes de télévision diffusant dans la région

- Tous les jours ou presque tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Environ une fois par semaine
- Environ toutes les 2 semaines
- Plus rarement
- Pratiquement jamais ou jamais

### **Radio**

**(Publication: MA Strategy Basic 2019 et MA Strategy Consumer 2019)**

### **T4 Dans quelle mesure vous intéressez-vous aux thèmes énumérés ci-dessous que l'on peut écouter à la radio?**

- Musique
- Nouvelles et actualités quotidiennes de Suisse et de l'étranger
- Gros titres et flash infos
- Reportages, commentaires de fond
- Politique
- Société, vie sociale
- Arts et culture
- Sciences et techniques
- Sport: comptes-rendus et reportages
- Faits divers
- Informations sur le trafic routier
- Agenda (p. ex. théâtre, concerts, cinéma)
- Emissions de services, conseil
- Pays et cultures d'ailleurs
- Lectures, narrations et littérature
- Vie quotidienne et coutumes en Suisse

- Radio-théâtre
- Humour, satires, parodies
- Jeux téléphoniques, quiz

- Très fortement
- Fortement
- Moyennement
- Peu
- Pas du tout

Remarque : Les questions T5 et T6 se rapportent à l'écoute de la radio de manière générale, peu importe l'appareil utilisé. Veuillez prendre en considération dans vos réponses aussi l'écoute sur le lieu de travail/de formation, en voiture ou en déplacement. L'écoute de la radio sur l'Internet (y c. applications) est à prendre en compte également.

### **T5 A quelle fréquence écoutez-vous la radio au cours d'une semaine normale, du lundi au dimanche, aux heures indiquées ci-dessous?**

J'écoute la radio entre...

- 6h et 9h
- 9h et 11h
- 11h et 14h
- 14h et 16h
- 16h et 19h
- 19h et 22h
- 22h et minuit
- Minuit et 6h

- Tous les jours ou presque tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Environ une fois par semaine
- Environ toutes les 2 semaines
- Plus rarement
- Pratiquement jamais ou jamais

### **T6 A quelle fréquence écoutez-vous normalement des émissions sur les chaînes de radio énumérées ci-dessous?**

- Pour les chaînes de radio diffusant dans la région

- Tous les jours ou presque tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Environ une fois par semaine
- Environ toutes les 2 semaines
- Plus rarement
- Pratiquement jamais ou jamais

**Marchés et thèmes de consommation  
(Publication: MA Strategy Consumer 2019)**

Dans le questionnaire MACH Consumer 2019, chaque thème est accompagné d'une lettre de l'alphabet. A l'aide du numéro de la question, on peut facilement consulter le libellé exact de la question (voir questionnaire MACH Consumer sur [www.remp.ch](http://www.remp.ch)).

<b>Les marchés étudiés</b>	<b>Thèmes</b>	<b>Numéro de la question</b>
Annuaire (utilisation)	Utilisation en général	V1
	Recherche de prestataires de services au moyen d'annuaire	V2-V5
Consumo-Publication		W3-W4
Activités / Hobbies	Activités en général	P1, P3
	Sortir	S10-S11
	Médias de divertissement	P11
	Abonnements de journaux / de magazines	P12-P13
	Politique	P15-P16
	Dons	P17
	Jeux de hasard / Concours	P18
	Cinéma	
Sport	B1-B3, B10-B16	
Voiture / Mobilité	Utilisation de moyens de transport en général	O1-O3
	Transports publics	O4-O5
	SwissPass	O6-O7
	Membre d'un club automobile / d'une association de transports	O8
	Possession de véhicule / intention d'achat	O9
	Conduire une voiture	O10-O12
	Intention d'achat d'une voiture	O13-O17, O28
	Voitures dans le ménage	O18-O27
	Attitude à l'égard de la voiture	O29
	Compagnies aériennes	O31-O32
Habitudes d'achat	Attitude à l'égard des achats	R1
	Achats dans la région / lieux d'achat	S1-S2, S6-S9
	Achats transfrontaliers	S3, S6-S9
	Achats à domicile	R2-R3
Approvisionnement énergétique		H13-H14
Finances	Services bancaires	N1-N5
	Cartes de crédit / cartes bancaires / cartes de client	N6-N8
	Placements financiers	N9-N11
	Instituts bancaires	N12-N14
	Attitude à l'égard des finances	N16
Equipement d'appareils	Electronique de divertissement / photo	F1-F3, P2
	Télécommunication	F5-F12
	Smartwatch (montre connectée)	F13-F14
	Ordinateur (PC, tablette, etc.)	F15-F22

Les marchés étudiés	Thèmes	Numéro de la question
	Achat d'appareils techniques	F23-F24
	Attitude à l'égard des appareils techniques	F26
	Utilisation d'adblocers	F27
	Appareils ménagers	G1-G5
Santé	Médicaments sans ordonnance	M1-M3
	Lunettes / verres contact / Appareil auditif	M6-M10
	Attitude à l'égard de la santé	M11
Boissons	Eaux minérales / Boissons sucrées / Boissons pour les sportifs / Boissons fonctionnelles / Bière sans alcool	J9-J10
	Café / thé / lait / boissons chocolatées	J9, J13-J14
	Boissons alcoolisées	J15-J16
	Achat de boissons	J11-J12, J17-J18
Travaux de ménage (nettoyage)	Produits de lessive / produits vaisselle / produits d'entretien	K1-K2
	Achat de produits de nettoyage	K3-K4
	Attitude à l'égard des travaux de nettoyage	K5
Animaux de compagnie	Animaux de compagnie en général	C1-C2
	Chien / Chat	C2-C6
	Achat de nourriture pour animaux	C7-C8
Comportement d'information	Selon médias	A10, D11, E13, F25, G5, H6, H18, J19, L13, N15, N23, O30, P21
	Selon groupes de produits	A10, D11, E13, F25, G5, H6, H18, J19, L13, N15, N23, O30, P21
Vêtements / Mode	Vêtements	D1-D6
	Chaussures	D7-D10
	Montres	E1-E7, E14
	Bijoux	E8-E14
Soins corporels / Produits de beauté	Produits de soins corporels / de beauté	L1, L6, L8
	Marques utilisées régulièrement	L2-L5, L7, L9-L10
	Achat de produits de soins corporels / de beauté	L11-L12
	Attitude à l'égard des produits de soins corporels et de beauté	L14
Aliments / Cuisine / Alimentation	Aliments en général	J1
	Achat d'aliments	J6-J7
	Faire la cuisine	J2
	Produits tout prêts	J3-J4
	Alimentation	J5, J8
Produits pour enfants	Aliments pour bébés	J6-J7
	Produits hygiéniques pour bébés	L11-L12
Tabac		M4-M5
Voyages	Vacances	A1-A9
	Voyages de courte durée	A11-A14

<b>Les marchés étudiés</b>	<b>Thèmes</b>	<b>Numéro de la question</b>
Assurances / Caisses maladie	Assurances	N17-N19, N21-N22
	Caisses maladie	N18, N20-N22
	Attitude à l'égard des assurances et des caisses maladie	N24
Cours de perfectionnement	Cours de perfectionnement / de hobbies	P19-P21
Publicité	Attention prêtée à la publicité	R4
	Impressions de la publicité	R5
	Attitude à l'égard de la publicité	R6
Habitat / Ameublement/ Bricolage	Ameublement	H1-H7
	Situation d'habitat	H8-H12, H15-H18
	Bricolage	G6-G9