

## Nouveautés/Informations importantes

Les données publiées dans MA Strategy Basic et MA Strategy Consumer reposent sur l'échantillon de MACH Consumer.

Pour les publications de MA Strategy Basic 2018 et MA Strategy Consumer 2018, deux années d'enquête sont regroupées (2017 et 2018). Un descriptif détaillé de ce point se trouve dans la fiche méthodologique correspondante sur le site [www.remp.ch](http://www.remp.ch).

Ce chapitre attire l'attention sur les autres informations importantes de MA Strategy Basic 2018 et MA Strategy Consumer 2018.

### 1. Adaptation de l'univers

Une fois par an, l'univers est actualisé en fonction des chiffres les plus récents de l'Office fédéral de la statistique. La base est constituée par la «population résidente permanente», après déduction des personnes de moins de 14 ans ou vivant en collectivité ou encore n'étant pas assimilées linguistiquement à leur district de résidence.

#### 1.1. Base de projection: STATPOP et relevé structurel

La base de projection de l'univers MACH repose sur la statistique de la population et des ménages de l'Office fédéral de la statistique (STATPOP 2015). Ces chiffres sont complétés par des informations sur la structure démographique de la population, tirées du relevé structurel de l'Office fédéral de la statistique (moyenne sur les années 2013, 2014 et 2015).

#### 1.2. Les chiffres clés de l'univers

L'univers de MA Strategy 2018 est désormais constitué de 6 713 000 personnes. Cet ensemble est constitué de 4 805 000 germanophones, 1 604 000 francophones et 304 000 italophones.

### 2. Comparabilité des données avec celles des années précédentes

Les données publiées dans l'étude MA Strategy 2018, que ce soit dans la variante Basic ou la variante Consumer, reposent sur l'échantillon de MACH Consumer 2018.

Les valeurs média présentées dans MA Strategy 2018 peuvent en principe être comparées avec celles de MA Strategy 2017, à l'exception des offres Web (voir chap. 5). Pour interpréter les résultats, il convient toutefois de prendre en compte les adaptations éventuelles ou nouveautés apportées jusqu'ici. Des indications plus détaillées à ce sujet se trouvent dans la fiche méthodologique et les informations sur les médias correspondantes sur le site [www.remp.ch](http://www.remp.ch).

Concernant les données de consommation, le questionnaire utilisé pour l'enquête MACH Consumer/MA Strategy 2018 est en grande partie identique à celui employé pour MACH Consumer/MA Strategy 2017; seul quelques domaines ont été actualisés. Si vous souhaitez comparer les données de consommation avec des données

issues de publications antérieures, nous vous recommandons de relire les questions précises du questionnaire que vous trouverez sur le site [www.remp.ch](http://www.remp.ch) → MACH Consumer.

### 3. Terminologie pour la recherche média de la REMP

Depuis 2013, la REMP utilise les termes ci-après:

Termes de la recherche sur la presse: ces notions se réfèrent exclusivement au lectorat de supports publicitaires imprimés (journaux, magazines):

- BRS (Broadest Readership): le contenu correspond au cercle le plus large des lecteurs (CLL)
- RRS (Regular Readership): le contenu correspond au cercle restreint des lecteurs (CRU)
- cRR (calculated Recent Readership): le contenu correspond au nombre de lecteurs par édition ou lecteurs dernière période (LpA)
- dRR (direct Recent Readership): le contenu correspond au nombre de lecteurs par numéro (LpN)
- RpC (Readers per Copy): le contenu correspond au nombre de lecteurs par exemplaire (LpE)

Termes généraux de la recherche sur les médias publicitaires: ces notions ne sont pas liées à une catégorie spécifique de médias:

- BUS (Broadest Usership): le contenu correspond au cercle le plus large des utilisateurs (CLU)
- RUS (Regular Usership): le contenu correspond au cercle restreint des utilisateurs (CRU)

Le RUS (Regular Usership) est la valeur caractéristique centrale de l'étude MA Strategy.

### 4. Nouvelle catégorie de médias: Moyens de transport (bus/tram)

Avec MA Strategy Basic 2018 et MA Strategy Consumer 2018 une nouvelle catégorie de médias, moyens de transport (bus/tram), est publiée.

Le RUS (Regular Usership) se compose des personnes qui vivent et/ou travaillent dans la zone de la société de transport et utilisent le bus/tram pratiquement chaque jour/plusieurs fois par semaine.

Le RUS est rapporté pour Moving Media Basel (BVB/BLT) et Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ).

Des indications plus détaillées sur la collecte des données se trouvent dans la fiche méthodologique correspondante sur le site [www.remp.ch](http://www.remp.ch).