

# NOUVEAUTÉS

Vous trouverez ci-après les points principaux méthodologiques et de contenu. Ce chapitre donnera en outre un aperçu des innovations de l'actuelle MACH Basic 2019-1.

## 1 Aperçu des points principaux

### 1.1 Strates au sein de l'échantillon

L'échantillon MACH Basic tient compte également des personnes vivant dans un ménage privé dont le numéro de téléphone fixe ne figure pas dans les annuaires téléphoniques publics. Ce nouveau groupe représente 8 % de l'échantillon total de MACH Basic 2019-1. En outre, le nouvel échantillon MACH contient également des personnes joignables à titre privé uniquement par téléphone mobile. La part de ces «Mobile Onlys» représente 12 % de l'échantillon total.

### 1.2 Démarche à deux niveaux lors des interviews

L'enquête MACH Basic est réalisée en deux temps:

Tout d'abord, les personnes sont recrutées par téléphone.

Lors de la deuxième étape, les personnes sondées participent à une interview principale.

Celle-ci peut être une interview téléphonique assistée par ordinateur (CATI) ou une interview en ligne (CAWI). Dans le cas d'une interview téléphonique, la personne sondée reçoit préalablement par la poste des supports visuels. Pour l'interview en ligne, les supports visuels sont intégrés dans le questionnaire.

Vous trouverez des informations détaillées concernant les supports visuels et les deux modes d'interview «CATI» et «CAWI» ci-après, aux chapitres 1.1.3 et 1.1.4.



### 1.3 Utilisation de supports visuels

Désormais, dans le cadre de l'interview principale MACH Basic, les questions sur l'utilisation des titres vont de pair avec les logos des titres et des propositions de réponse.

Dans le cadre d'une interview téléphonique, la personne sondée reçoit préalablement une brochure contenant les logos et les propositions de réponse; concernant les interviews en ligne, les logos et les propositions de réponse sont inclus dans le questionnaire.

### 1.4 Mode d'interview: utilisation des interviews en ligne

Les interviews principales portant sur les questions médias sont effectuées par téléphone en s'aidant de supports visuels portant les logos du titre, et en ligne (interviews CAWI). Les personnes sondées n'utilisant pas l'internet sont interrogées par téléphone. Concernant les utilisateurs de l'internet, le mode d'interview est attribué de manière aléatoire (répartition 50-50); du point de vue structure, les deux sous-échantillons sont dans une large mesure similaires.

### 1.5 Incitation

Pour inciter les personnes à participer, nous leur proposons un petit cadeau d'une valeur de 5 à 10 francs.

## 2 Le modèle 2+1

La pénétration des titres est désormais calculée selon le modèle dit «2+1». Cela signifie que les pénétrations des titres reposent en général sur deux années d'enquête, comme dans la publication précédente. Les journaux et les magazines qui sont suffisamment grands (selon leur tirage) et qui ont donc suffisamment de cas sont généralement calculés sur la base d'un an.

Les titres calculés sur la base d'un an d'enquête et les titres calculés sur la base de deux ans font partie de la même base de données et peuvent être analysés dans la même évaluation. Pour ce faire, les valeurs médias pour les titres qui présentent des valeurs sur un an sont ajustées dans le jeu de données MACH Basic 2019-1 (base sur deux ans) par une procédure mathématique (ajustement).

Pour plus d'informations, voir le chapitre 2 : Méthodologie.

## 3 Possibilité de comparaison avec les résultats des années précédentes

Les résultats du MACH Basic 2019-1 sont en principe comparables à ceux des années précédentes jusqu'à la publication du MACH Basic 2013-2. L'extension de la période d'enquête à 24 mois à compter de la publication 2018-2 et le nouveau «modèle 2+1» introduit dans MACH Basic 2019-1 ne constituent pas une limitation générale de la comparabilité.

Toutefois, pour interpréter les résultats, ceux des séries chronologiques en particulier, il est recommandé de prendre en considération les modifications éventuelles, en particulier au niveau de la collecte et de l'analyse des données concernant la presse écrite. Le détail des adaptations méthodologiques et des restrictions de la comparabilité des titres de presse est présenté au chapitre 4.4 «Informations sur certains titres».

## 4 Adaption de l'univers

Une fois par an, à l'occasion de la publication du mois de mars, l'univers est actualisé en fonction des chiffres les plus récents de l'Office fédéral de la statistique. Cette opération s'effectue sur la base de la «population résidente permanente», de laquelle sont retranchées les moins de 14 ans, les personnes vivant en collectivité et les personnes non assimilées à la langue/aux langues de leur lieu de domicile.

### 4.1 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 2016). 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 2014, 2015 et 2016).

## 4.2 Les chiffres clés du nouvel univers

L'univers MACH Basic 2019-1 est désormais constitué de 6 772 000 personnes, ce qui représente 59 000 personnes de plus que dans MACH Basic 2018-2.

Cet ensemble est constitué de 4 838 000 germanophones (+33 000), 1 627 000 francophones (+23 000) et 307 000 (+3 000) italophones.