

RÈGLEMENT

SYSTÈME DE RECHERCHE MACH

V. 10.9.2015

SOMMAIRE

Règlements sur l'intégration, la saisie et l'analyse des titres de presse imprimée dans les études MACH

Règlement d'admission

Règlement d'admission des titres de presse imprimée dans l'enquête réalisée dans le cadre du système de recherche MACH	3
--	---

Règlements sur la collecte des données

Règlement sur la collecte des données et le calcul des valeurs média des titres avec tirage augmenté	7
Règlement sur l'identification du titre	8
Règlement sur la constitution de la zone d'enquête spécifique aux différents titres	10

Règlements sur l'exploitation et le calcul des valeurs média

Règlement sur la prise en compte de périodes de non-parution lors du calcul des taux de pénétration des titres dRR/cRR	12
Règlement sur la réduction du temps d'attente avant la première publication des résultats média des nouveaux titres	14
Règlement sur le calcul et la publication des valeurs média de journaux ayant un tirage inférieur à 20 000 exemplaires	15
Règlement sur le calcul et la publication des valeurs média de titres ayant un contenu rédactionnel (presque) identique	18

Règlement sur l'intégration, la saisie et l'analyse des éditions numériques (répliques) de médias de presse dans les études MACH

Règlement sur l'intégration, la saisie et l'analyse des éditions numériques (répliques) de médias de presse dans les études MACH	19
--	----

Impressum/Copyright

Édité par: WEMF AG für Werbemedienforschung/
REMP Recherches et études des médias publicitaires
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zurich
Tél. +41 43 311 76 76 – fax +41 43 311 76 77
remp@remp.ch – www.remp.ch

Traduction/relecture: Bilingue, Aeugstertal

Design graphique: effect AG, Zurich

Impression offset: Schellenberg Druck AG, Pfäffikon ZH

Tirage: 1 500 exemplaires

Édition: octobre 2015, édition révisée
(ratifiée par le CA REMF le 10 septembre 2015)

Validité juridique: en cas de litige, la version allemande du présent règlement fait foi.

Copyright: WEMF/REMP © 2015

printed in
switzerland

RÈGLEMENT D'ADMISSION DES TITRES DE PRESSE IMPRIMÉE DANS L'ENQUÊTE RÉALISÉE DANS LE CADRE DU SYSTÈME DE RECHERCHE MACH

1. Préambule

Le système de recherche MACH comprend les quatre études MACH suivantes:

- MACH Basic
- MACH Consumer
- MACH Radar
- MACH Cinema

Les données suivantes sont collectées par le biais des interviews MACH Basic:

- les pénétrations moyennes des titres, relevées selon l'approche de récence (dRR ou cRR) pour les éditions imprimées des titres participants et, sur demande, également les pénétrations de leurs éditions numériques (répliques)
- des informations sociodémographiques et géographiques sur les groupes cibles
- les questions test destinées à la segmentation psychographique
- des données globales sur l'utilisation d'autres médias d'autres catégories de médias

À la suite de l'interview MACH Basic, nous collectons en plus des données relatives à la consommation par le biais d'une interview de suivi réalisée auprès d'un échantillon partiel des participants à MACH Basic, qui servent de base à MACH Consumer.

Le MACH Radar est quant à lui fondé sur des données de MACH Basic et de MACH Consumer. Aucune collecte de données n'est réalisée spécifiquement pour cette étude.

Compte tenu de l'approche à source unique choisie, la participation d'un titre à MACH Consumer implique aussi la participation à MACH Basic. Et la participation au MACH Radar implique la participation aux études MACH Basic et MACH Consumer.

Si un titre de presse participe parallèlement à plusieurs études MACH, nous veillons à ce que sa pénétration absolue (cRR) coïncide dans les études MACH qui sont publiées en parallèle, moyennant respect d'une certaine marge de tolérance.

Bref descriptif

MACH Basic

MACH Consumer

MACH Radar

Interdépendances en cas de participation aux différentes études MACH

Harmonisation des pénétrations des titres entre les différentes études MACH

2. Principes généraux et critères d'admission

Toutes les conditions d'admission énumérées aux chapitres 2 et 3 doivent, individuellement ou de façon cumulative, être remplies au moment de l'admission ainsi que pendant toute la durée de la participation. Dans certains cas dûment motivés, la REMP Recherches et études des médias publicitaires (REMP) peut admettre des exceptions aux critères d'admission.

- 1) La REMP offre à tous les titres de presse remplissant les conditions et les critères figurant dans le présent règlement la possibilité de faire analyser le lectorat de leurs éditions imprimées en Suisse et au Liechtenstein à l'aide de l'instrumentaire de la recherche sociale empirique dans le cadre du système de recherche MACH.
- 2) Les études de la REMP relèvent en principe uniquement les données de titres de presse ayant préalablement conclu un contrat de participation avec la REMP et participant au financement de l'étude conformément aux conditions financières figurant dans le contrat.
- 3) Pour des impératifs méthodologiques, il peut s'avérer nécessaire d'intégrer à l'étude d'autres titres que les titres participant officiellement. La décision quant à la nature et à l'ampleur de telles enquêtes motivées pour des raisons méthodologiques incombe à la REMP.
- 4) L'intégration à l'enquête implique que le titre de presse a pris connaissance et approuve explicitement la finalité et le plan de l'étude. Le titre de presse participant s'engage également à coopérer avec la REMP dès l'envoi de la demande de participation et à fournir à cette dernière tous les documents qui lui permettront de vérifier si les conditions figurant dans le présent règlement sont remplies et si le titre de presse peut être intégré dans le concept d'enquête MACH Basic en vigueur. Le titre de presse participant s'engage par ailleurs à fournir spontanément et sans délai à la REMP toute modification concernant le titre, importante pour l'enquête et la publication (par exemple changement du nom, du logo du titre, de la fréquence de parution, de la région de diffusion, lancement de tirages augmentés ou d'éditions split, changement du tirage de plus de 10%).

3. Autres critères d'admission et de participation

Les autres critères d'admission et de participation que vous trouvez ci-dessous découlent d'exigences inhérentes d'une part à l'approche choisie pour l'enquête et au plan de l'étude et d'autre part aux besoins et impératifs du marché.

- 1) Le titre de presse accepte d'être relevé conformément à la technique d'interview MACH Basic et au modèle des pénétrations et ne s'oppose pas systématiquement à ces techniques. Cela signifie notamment qu'un titre de presse doit se distinguer clairement – même pour des profanes – des autres titres du point de vue de sa présentation (logo) et de sa désignation (titre principal).
- 2) Le titre de presse ou la combinaison de titres doit offrir au secteur de la publicité la possibilité d'insérer des annonces et publier les tarifs de celles-ci dans la base de données de l'ASSP ou dans un autre répertoire accessible à tous.

Nécessité de remplir toutes les conditions d'admission

Possibilité de participation pour tous les titres qui remplissent les conditions d'admission

Participation financière

Relevé des données de titres pour des raisons méthodologiques

Connaissance et approbation de la finalité et du plan de l'étude

Obligation de coopérer et d'annoncer les changements concernant le titre

Possibilité d'interroger et d'identifier les titres

Possibilité pour le secteur de la publicité d'insérer des annonces et publication des tarifs dans la base de données de l'ASSP

- 3) Le titre de presse diffusé sur le marché des lecteurs doit afficher les tirages minimaux suivants:
- Titres de régions linguistiques¹
soit 10 000 exemplaires en vertu de la certification des tirages REMP/CS soit
20 000 exemplaires d'un tirage imprimé non certifié par la REMP
 - Titres régionaux²
soit 3 000 exemplaires en vertu de la certification des tirages REMP/CS soit
6 000 exemplaires d'un tirage imprimé non certifié par la REMP

Cette disposition ne s'applique pas aux titres qui font partie d'une édition totale ou d'une combinaison de titres et si l'édition totale ou combinaison de titres concernée atteint globalement le tirage minimal. Les résultats média des titres individuels d'une édition totale ou d'une combinaison de titres ne peuvent être publiés individuellement s'ils n'atteignent pas le tirage minimal.

- 4) Afin que les valeurs média soient pertinentes, le nombre de cas absolu relevé dans l'année d'enquête concernée relatif au cercle le plus large des lecteurs (BRS) d'un titre individuel, d'une édition totale ou d'une combinaison doit atteindre au moins 80 cas. Si ce nombre de cas requis n'est pas atteint, une publication individuelle n'est pas possible.

Pour les titres individuels, les éditions totales et les combinaisons dont les valeurs média s'appuient sur deux années d'enquête (cf. «Règlement sur le calcul et la publication des valeurs média de journaux ayant un tirage inférieur à 20 000 exemplaires»), le nombre de cas relevé pour chaque année d'enquête concernée relatif au cercle le plus large des lecteurs (BRS) doit atteindre au moins 40 cas. Si ce nombre de cas requis n'est pas atteint, une publication individuelle n'est pas possible.

- 5) Le titre de presse qui participe (nouvellement) à l'enquête doit pouvoir être analysé de façon à être comparé aux autres titres de presse participant (déjà) à MACH Basic, sans que leurs résultats soient influencés pour des raisons méthodologiques.

- 6) Durant l'année d'enquête, il est nécessaire qu'au moins 80 interviews soient prévues dans la zone d'enquête du (nouveau) titre de presse participant, conformément au plan d'échantillonnage.

Cette disposition ne s'applique pas aux titres sans publication individuelle qui font partie d'une édition totale ou d'une combinaison de titres et si la zone d'enquête de l'édition totale ou combinaison de titres concernée atteint globalement la taille minimale de l'échantillon.

- 7) Le titre de presse doit participer à la certification des tirages REMP/CS. Les journaux et les feuilles d'annonces régionaux doivent en plus participer à la statistique des données de diffusion de la presse suisse de l'ASSP ou mettre à disposition d'autres données représentatives sur leur diffusion.

1 Conformément au «Règlement sur la constitution de la zone d'enquête spécifique aux différents titres», l'interview MACH Basic est menée dans la totalité du groupe linguistique concerné.

2 Conformément au «Règlement sur la constitution de la zone d'enquête spécifique aux différents titres», l'interview MACH Basic est menée dans certaines parties de la région linguistique concernée.

Tirages minimaux

Exception

Nombre de cas minimal pour publication individuelle

Comparabilité de l'enquête et pas d'entrave méthodologique pour les titres participant déjà à l'enquête

Taille minimale de l'échantillon dans la zone d'enquête

Exception

*Participation à la certification des tirages REMP/CS
Participation à la statistique des données de diffusion de la presse suisse de l'ASSP*

L'obligation de participer à la certification des tirages REMP/CS ne s'applique pas encore aux titres de presse qui ont déjà participé à MACH Basic 2012-2. Si ces titres devaient interrompre leur participation et la renouveler à une date ultérieure, ils seraient traités comme de nouveaux titres et soumis à l'obligation de participer à la certification des tirages REMP/CS.

Exception

- 8) Le titre de presse doit proposer une offre importante en termes de contenu rédactionnel ou de publications officielles.
- 9) Le titre de presse doit appartenir à l'un des groupes de titres suivants, conformément à la typologie de la presse suisse: presse quotidienne, hebdomadaire régionale ou dominicale, presse grand public, presse économique et financière, presse spécialisée.

Offre rédactionnelle

Appartenance à un groupe de titres

La REMP peut toutefois accorder un traitement d'exception à des titres du groupe de la presse professionnelle si, malgré leur spécialisation thématique, ces titres affichent encore un lectorat suffisamment important pour répondre au concept d'enquête et d'échantillonnage.

Exception

- 10) Le titre de presse paraît régulièrement dans une zone linguistique. Ce qui signifie les fréquences suivantes:
- Titre bimestriel: au moins 5 fois par an
 - Titre mensuel: au moins 10 fois par an
 - Titres bimensuels: au moins 20 fois par an
 - Titres hebdomadaires: au moins 40 fois par an
 - Titres quotidiens: au moins 2 fois par semaine

Fréquence de parution

4. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

5. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR LA COLLECTE DES DONNÉES ET LE CALCUL DES VALEURS MÉDIA DES TITRES AVEC TIRAGE AUGMENTÉ

1. Préambule

Il existe des journaux qui paraissent plusieurs fois par semaine dont une avec un tirage augmenté. Cette appellation de «tirage augmenté» se réfère à une parution composée du tirage normal et du tirage supplémentaire distribué gratuitement une fois par semaine parallèlement au tirage normal.

Le marché publicitaire a besoin que les données concernant le lectorat du tirage normal et celui du tirage augmenté soient collectées et publiées de façon distincte.

2. Champ d'application

Le présent règlement concerne tous les journaux qui paraissent plusieurs fois par semaine dont une fois, régulièrement, avec un tirage augmenté (au minimum 40 fois par an).

Le présent règlement concerne également tous les journaux qui paraissent plusieurs fois par semaine et qui, parallèlement au tirage normal, distribuent sous une autre dénomination, l'un des jours de parution, un tirage supplémentaire gratuit mais (presque) identique à l'édition normale du jour dans sa totalité (journal avec tous les cahiers) ou en partie (un seul ou plusieurs cahiers).

Pour ces titres, l'existence du tirage augmenté hebdomadaire doit être prise en compte lors de la collecte et de l'exploitation des données média.

3. Publication

La publication du lectorat du tirage normal est impérative, celle du tirage augmentée, facultative.

4. Collecte et exploitation

Des questions supplémentaires sont posées au cercle le plus large des lecteurs (BRS) des titres avec tirage augmenté. Ces informations complémentaires sont prises en compte lors de l'exploitation et du calcul des valeurs média. Il est par conséquent possible de calculer séparément les valeurs média du tirage normal et du tirage augmenté d'un même titre.

5. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

6. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Bref descriptif

Titres concernés

Titres avec tirage augmenté

Publication impérative ou facultative

Modèles de collecte et d'exploitation

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR L'IDENTIFICATION DU TITRE

1. Préambule

L'enquête MACH Basic fait appel à des supports visuels représentant les logos des titres. Ils aident les personnes interviewées lors de l'identification du titre et améliorent la qualité des réponses.

2. Logo des titres

La mise à disposition d'un logo du titre d'une qualité suffisante, en conformité avec les exigences citées, est de la responsabilité du titre participant à MACH Basic. Avant le début de chaque année d'enquête, le logo le plus récent connu et possédé par la REMP sera envoyé aux participants à des fins de contrôle. Si le logo envoyé n'est pas (ou plus) le logo actuel du titre de presse, cela doit être impérativement porté à la connaissance de la REMP. De même, les modifications de contenu, de forme et de couleur du logo, qui ont lieu pendant le travail de terrain, doivent être rapportées à la REMP en temps voulu. Le nouveau logo (d'une qualité suffisante), la date exacte du changement, ainsi qu'un justificatif de la publication devront également être envoyés à la REMP.

3. Logo du titre: définition

Le sens et le but du recours aux logos reposent sur une identification renforcée et un risque de confusion réduit des titres. Le logo du titre doit donc correspondre à celui de la première page du titre de presse.

Les éléments graphiques qui demeurent inchangés et reconnaissables d'une édition à l'autre sont aussi représentés.

Les éventuels sous-titres ne sont pas représentés dans les supports visuels MACH.

4. Exigences quant au logo du titre

Exigences minimales:

- JPEG ou PNG, haute qualité
- 1960 x 432 pixels

Exigences générales:

- Veuillez nous faire parvenir le logo dans la plus haute résolution possible, sans toutefois excéder 20 Mo. D'autres formats que JPEG, p. ex. EPS, sont acceptés, à l'exception de PDF.
- Lors de la présentation d'un titre pendant l'interview, le logo sera représenté dans les supports visuels ou dans le questionnaire en ligne. La taille du logo sera adaptée proportionnellement à celle du champ de la liste.

Bref descriptif

Devoirs du titre participant

Logos des titres dans les supports visuels

Format

Exigences générales

5. Couleur du logo du titre

Le logo du titre sera en principe présenté conformément à la couleur qui apparaît sur la première page du titre.

Si la couleur du logo du titre est difficilement reconnaissable sur le fond blanc du support visuel MACH et du questionnaire en ligne, le logo sera présenté de façon adéquate en négatif.

Pour les logos de titres dont la couleur varie à chaque édition, la couleur qui paraît le plus souvent sera présentée, sauf si cette couleur est difficilement reconnaissable sur le fond blanc du support visuel et du questionnaire en ligne. Dans ce cas, la couleur suivante qui paraît le plus fréquemment et qui est reconnaissable sur fond blanc, sera prise en considération pour la présentation du logo.

6. Procédure en cas de modifications

Afin de maintenir la base de données des titres et le système d'interrogation qui y est lié, le titre participant est tenu de communiquer à la REMP, sans délai et sans qu'il soit nécessaire de le demander, toute modification du logo du titre.

7. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

8. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Couleur

Obligation de signaler les modifications

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR LA CONSTITUTION DE LA ZONE D'ENQUÊTE SPÉCIFIQUE AUX DIFFÉRENTS TITRES

1. Préambule

L'étude MACH Basic collecte des données sur les lecteurs d'environ 350 titres individuels. Ne serait-ce que pour des impératifs de temps, il est impossible d'interroger une personne sur tous les titres individuels dans le cadre d'une interview MACH. C'est la raison pour laquelle nous établissons une liste de titres pour chaque district (politique) en Suisse et dans la Principauté du Liechtenstein, qui comporte tous les titres participant aux études MACH et pertinents pour le district.

La décision de savoir si un titre est suffisamment «pertinent» pour être intégré à la liste des titres au niveau d'un district est basée sur les principes ci-dessous.

2. Groupes de titres

Dans un premier temps, les titres sont répartis dans les deux groupes suivants:

- «titres de régions linguistiques» qui font l'objet d'une enquête dans une région linguistique entière;
- «titres régionaux» qui font l'objet d'une enquête dans une partie seulement d'une région linguistique.

Groupe 1a: titres de régions linguistiques

Est considéré comme titre de région linguistique tout titre qui remplit la condition suivante:

Le titre est diffusé dans toutes les zones économiques d'une région linguistique et ne vise pas un groupe cible géographique défini au niveau de la région linguistique. Cette définition touche notamment:

- les magazines, périodiques
- les titres de la presse automobile et sportive
- les titres de la presse associative
- les journaux économiques
- les hebdomadaires politiques

Pour les interviews de l'étude MACH Basic, cela signifie que tous les titres de régions linguistiques figurent sur l'ensemble des listes de titres des districts d'une région linguistique.

Groupe 2a: titres régionaux

Un titre qui n'entre pas dans la catégorie des titres de régions linguistiques est considéré comme un titre régional. Il faut donc déterminer les districts dans lesquels les personnes seront interrogées sur un titre régional. La zone d'enquête d'un titre régional (tirage normal ou tirage augmenté hebdomadaire) s'étend à tous les districts (politiques) où il remplit l'une des conditions suivantes:

- 1) Une densité de diffusion supérieure ou égale à 3%, conformément aux données de diffusion de l'ASSP (état: année précédente).
- 2) Dans les districts bilingues de Bienne, du Jura bernois, du Lac, de la Sarine et de Maloja, un titre doit atteindre une densité de diffusion

Bref descriptif

Titres de régions linguistiques et régionaux

Zone d'enquête des titres de régions linguistiques

Zone d'enquête des titres régionaux

d'au moins 3% des ménages de son groupe linguistique et non de l'ensemble des ménages pour être pris en compte dans les listes de titres de ces districts.

- 3) Un minimum de 500 exemplaires diffusés dans un district, conformément aux données de diffusion de l'ASSP (état: année précédente), à l'exception des districts fortement peuplés de Zurich et de Berne-Mittelland: les titres dont la zone de diffusion principale ne correspond pas à ces deux districts doivent y diffuser au moins 900 exemplaires.
- 4) Si la zone d'enquête déterminée selon les points 1, 2 et 3 n'est pas géographiquement cohérente, on y ajoute alors les districts nécessaires à l'obtention d'une zone d'enquête géographiquement cohérente.

Exception: aucun lien géographique n'est établi entre la zone d'enquête principale d'un titre et un district géographiquement éloigné, dans le cas où ce dernier ne fait partie de la zone d'enquête qu'en vertu du point 3 et si la densité de diffusion est inférieure à 3%.

Pour les interviews de l'étude MACH Basic cela signifie que les titres régionaux ne font l'objet d'une enquête que dans une partie de la région linguistique en question. En ce qui concerne les districts qui n'appartiennent pas à la zone d'enquête d'un titre, on suppose qu'il n'y a pas ou peu de lecteurs.

Groupe 2b: journaux pour pendulaires

Par «journaux pour pendulaires», on entend des quotidiens régionaux qui sont distribués dans les agglomérations – ou dans le bassin versant des communes centrales d'agglomérations – le long des trajets des transports publics dans des caissettes à journaux en libre-service et/ou par des porteurs et ne sont pas distribués dans les ménages. La zone d'enquête d'un journal pour pendulaires est déterminée de la manière suivante:

- 1) Les journaux pour pendulaires qui diffusent au moins 10 000 exemplaires dans la commune centrale d'une agglomération vont être relevés dans l'ensemble de la zone économique à laquelle appartient l'agglomération. Si l'agglomération fait partie des métropoles «Zurich», «Bâle», «Berne» ou «Genève–Lausanne», le titre va alors être relevé dans l'intégralité de la zone métropolitaine et dans les zones économiques qui en font partie.
- 2) Dans toutes les autres zones, les mêmes conditions que celles se rapportant aux titres régionaux du groupe 2a sont applicables.

Pour les interviews de l'étude MACH Basic cela signifie que les journaux pour pendulaires ne font l'objet d'une enquête que dans une partie de la région linguistique en question. En ce qui concerne les districts qui n'appartiennent pas à la zone d'enquête d'un titre, on suppose qu'il n'y a pas ou peu de lecteurs.

3. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

4. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

*Zone d'enquête des journaux
pour pendulaires*

*Décision concernant les cas
spécifiques ou douteux*

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR LA PRISE EN COMPTE DE PÉRIODES DE NON-PARUTION LORS DU CALCUL DES TAUX DE PÉNÉTRATION DES TITRES dRR / cRR

1. Préambule

Le taux de pénétration cRR (dRR) relevé dans le système de recherche MACH quantifie, pour chaque titre participant, le lectorat d'une édition moyenne. Le taux de pénétration cRR (dRR) est dérivé du nombre de personnes qui, au sein du panel MACH, indiquent lors de l'interview avoir utilisé ce titre au cours du «dernier intervalle de parution».

Les titres de presse suspendant une ou plusieurs fois leur publication pour un certain temps durant la période d'enquête (avril à mars, sans compter les quatre jours fériés nationaux ni la période du 24.12 au 2.1) participent également à l'étude MACH Basic.

Les périodes de non-parution peuvent être prises en compte dans le calcul du taux de pénétration cRR (dRR) si le titre en exprime le souhait tout en remplissant les conditions stipulées au présent règlement. Le principe général est que les interruptions de parution ne sont pas prises en compte dans le calcul du taux de pénétration. Leur prise en compte demeure dans tous les cas de figure une exception.

2. Prise en compte des périodes de non-parution

Les périodes de non-parution ne sont pas prises en compte durant l'enquête.

Les périodes de non-parution ne sont prises en compte qu'au moment du calcul du taux de pénétration cRR (dRR). Le mode de calcul repose sur la pénétration dRR atteinte par le titre sur la période effective de parution de ses éditions.

3. Conditions à remplir pour la prise en compte des périodes de non-parution

Les périodes de non-parution des titres participants ne peuvent être prises en compte, lors du calcul du taux de pénétration cRR (dRR), que si les conditions suivantes sont réunies:

- La durée des périodes de non-parution remplit les consignes du point 4 «Conditions concernant la durée des périodes de non-parution».
- Le titre concerné souhaite que soient prises en compte les périodes de non-parution.
- Le titre concerné fait part de ce souhait à la REMP, par écrit et dans les délais qui sont les suivants: 1^{er} mai pour une prise en compte dans la publication de l'automne et 1^{er} novembre pour celle du printemps.

Bref descriptif

Périodes de non-parution

Conditions à remplir

4. Conditions concernant la durée des périodes de non-parution

Les périodes de non-parution d'un titre ne peuvent être prises en compte lors du calcul du taux de pénétration cRR (dRR) que si les conditions suivantes de durée sont réunies:

Fréquence de parution du titre	Rythme de parution standard	Périodes minimales de non-parution
quotidienne (7-6 fois par semaine)	lu-sa/di: édition quotidienne	Non-parution consécutive respectivement d'au minimum 14 ou 12 éditions standard → min. 2 semaines d'enquête en dehors de la période de référence dRR
5 fois par semaine	lu-ve: édition quotidienne	Non-parution consécutive d'au minimum 10 éditions standard → min. 2 semaines d'enquête en dehors de la période de référence dRR
4 fois par semaine	lu-sa: 4 éditions par semaine	Non-parution consécutive d'au minimum 8 éditions standard → min. 2 semaines d'enquête en dehors de la période de référence dRR
3 fois par semaine	lu-sa: 3 éditions par semaine	Non-parution consécutive d'au minimum 6 éditions standard → min. 2 semaines d'enquête en dehors de la période de référence dRR
2 fois par semaine	lu-sa: 2 éditions par semaine	Non-parution consécutive d'au minimum 4 éditions standard → min. 2 semaines d'enquête en dehors de la période de référence dRR
hebdomadaire	1 édition par semaine	Non-parution consécutive d'au minimum 3 éditions standard → le titre ne paraît qu'une seule fois en 4 semaines
bimensuelle	1 édition tous les 15 jours	Non-parution consécutive d'au minimum 3 éditions standard → le titre ne paraît qu'une seule fois en 8 semaines

5. Publication

Les titres pour lesquels sont prises en compte les périodes de non-parution dans le calcul du taux de pénétration cRR (dRR) entrent, dans les publications du système de recherche MACH, dans la catégorie des «cas particuliers» et sont signalés par un symbole distinctif dans les logiciels d'analyse et les tableaux du volume de rapport.

Publication

6. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

7. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR LA RÉDUCTION DU TEMPS D'ATTENTE AVANT LA PREMIÈRE PUBLICATION DES RÉSULTATS MÉDIA DES NOUVEAUX TITRES

1. Préambule

Dans le cadre de la procédure normale d'enquête et de publication, il se peut que les nouveaux titres doivent attendre jusqu'à dix-huit mois avant de disposer de données exploitables. Pour les nouveaux titres et les titres ayant introduit des modifications importantes, ce délai peut néanmoins être raccourci de six mois.

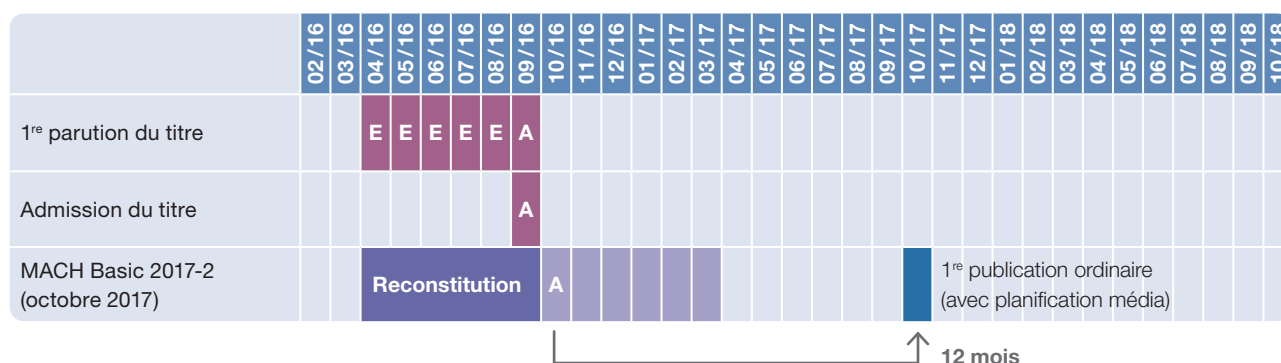
Bref descriptif

Injection de données

2. Données générées

Les données «manquantes» (six mois de travail de terrain maximum) sont dans ce cas complétées par méthode d'injection de données. Ainsi, du point de vue technique après injection, ces titres disposent de données média sur douze mois consécutifs: six mois sur la base de données réelles et six mois sur la base de données générées.

Exemple: titre avec première parution entre avril et octobre 2017



- Légende
- Enquête sur le terrain
 - Publication dans MACH Basic
 - Reconstitution
 - A Ultime délai d'inscription pour prochaine publication
 - E Première parution du titre

3. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur

4. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

RÈGLEMENT SUR LE CALCUL ET LA PUBLICATION DES VALEURS MÉDIA DE JOURNAUX AYANT UN TIRAGE INFÉRIEUR À 20 000 EXEMPLAIRES

1. Préambule

Les éditeurs de journaux ayant un tirage inférieur à 20 000 exemplaires se sont plaints par le passé des variations relativement importantes de pénétration de leurs titres entre les différentes années de publication des études MACH. En raison du nombre limité d'interviews sur lequel reposaient les calculs de pénétration de ces titres, la marge de fluctuation incriminée peut être considérée comme intrinsèque au système de recherche.

L'objectif du présent règlement est, lors de la publication des études MACH, de maintenir à un niveau acceptable l'intervalle de confiance statistique des valeurs média des titres à petit tirage. Il s'agit de réduire les fluctuations qui apparaissent pour des raisons statistiques d'une publication MACH à l'autre.

2. Champ d'application

Le système de recherche MACH obéit au principe fondamental de l'égalité de traitement entre titres similaires et répond à l'exigence des utilisateurs des études qui attendent des résultats comparables. Il est pour cette raison indispensable de soumettre obligatoirement tous les titres des catégories concernées au présent règlement.

Ce règlement est applicable à tous les titres individuels qui participent aux études MACH et entrent, dans le cadre de leur tirage diffusé certifié, dans les catégories de titres définies par la typologie de la presse suisse suivantes:

- Titres de la catégorie «Presse quotidienne III» (tirage diffusé < 20 000 ex.)
- Titres de la catégorie «Presse hebdomadaire régionale III» (tirage diffusé < 20 000 ex.)
- Titres de la catégorie «Presse dominicale» (tirage diffusé < 20 000 ex.)

Cela vaut aussi pour tous les titres individuels mentionnés ci-dessus et publiés dans les études MACH non pas individuellement, mais dans le cadre d'éditions totales ou de combinaisons de titres.

Les exceptions sont mentionnées au point 3.2 du présent règlement.

Bref descriptif

Objectif

Titres concernés

3. Calcul de la pénétration (cRR)

Les prescriptions concernant le calcul de la pénétration (cRR) s'appliquent par analogie au calcul des autres valeurs média (BRS, dRR, catégories de lecteurs, par exemple) des titres concernés.

Calcul

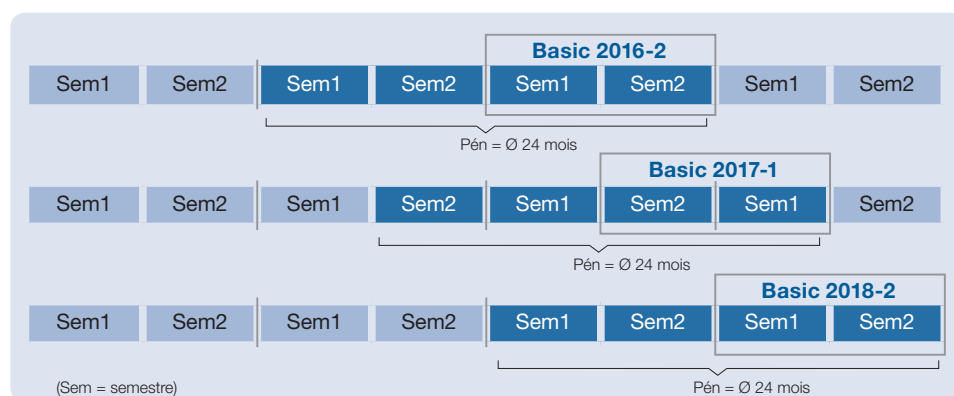
3.1 Cas normaux

Pour les titres concernés, la pénétration moyenne du titre publiée dans chaque étude MACH découle des données collectées sur vingt-quatre mois dans le cadre du travail de terrain pour MACH Basic. Un procédé mathématique d'ajustement permet ensuite de faire en sorte que les taux de pénétration contenus dans la base de données d'une année d'étude MACH (durée: douze mois) concordent le mieux possible avec les valeurs cibles basées sur vingt-quatre mois.

Cas normaux

L'ajustement des pénétrations prévues pour la publication est effectué par titre concerné dans tous les groupes cibles présentant une base avec un nombre de cas suffisant.

Enquête annuelle; lissage des résultats sur deux ans



3.2 Exceptions

Les nouveaux titres peuvent faire publier leur pénétration dans une étude MACH pour la première fois au bout de douze mois de travail de terrain.¹ Lors de cette première publication, les taux de pénétration reposent sur les douze derniers mois de travail de terrain, également pour les titres concernés par ce règlement. À la deuxième publication des résultats², les taux de pénétration reposent sur les statistiques des dix-huit derniers mois. À partir de la troisième publication, ces titres deviennent des cas normaux.

Nouveaux titres

Les mêmes règles sont applicables aux titres qui certes participent depuis longtemps aux études MACH, mais qui connaissent des modifications substantielles. Une modification est considérée comme substantielle dès lors que, dans le cadre de la certification des tirages REMP/CS, elle donne droit à une «certification provisoire»³ ou si la région d'enquête d'un titre présente des divergences fondamentales pendant les deux années d'enquête concernées (4 semestres).

Titres connaissant des modifications substantielles

- ¹ Pour les nouveaux titres qui recourent au service «Speed it up», les données générées seront considérées comme équivalentes aux données originelles issues du travail de terrain (concernant Speed it up: voir REMP, «Règlement sur la réduction du temps d'attente avant la première publication des résultats média des nouveaux titres», Règlement système de recherche MACH, V. 10.9.2015, p. 14).
- ² Sur la base d'une publication tous les six mois, soit deux fois par an de MACH Basic
- ³ Voir REMP, Règlement de la certification des tirages REMP/PS, édition 2014, chap. 6, p. 18

4. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

5. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR LE CALCUL ET LA PUBLICATION DES VALEURS MÉDIA DE TITRES AYANT UN CONTENU RÉDACTIONNEL (PRESQUE) IDENTIQUE

1. Préambule

Certaines maisons d'édition publient le même ou presque le même contenu rédactionnel sous deux appellations différentes. Du point de vue des personnes interrogées dans le cadre des études MACH Basic, cela conduit, en règle générale, à un accroissement du risque de confusion ou à des indications erronées concernant les utilisations doubles ou multiples.

L'objectif du présent règlement est de garantir, dans ces cas aussi, la plausibilité des résultats média.

2. Champ d'application

Ce règlement concerne tous les titres publiant le même ou presque le même contenu sous différentes dénominations.

Les sous-éditions et les éditions régionales de journaux ne sont pas concernées par ce règlement car elles se distinguent des éditions principales par des parties régionales différentes.

3. Obligation de collaborer

Dès lors qu'elle publie des titres divergeant, en termes de contenu, (presque) exclusivement par l'appellation du titre, la maison d'édition compétente est tenue d'informer la REMP, sans que celle-ci ait à en faire la demande.

4. Collecte et exploitation

Les données média sont collectées séparément pour chacun des journaux concernés.

Lors de l'exploitation des données, les lecteurs doubles et multiples des titres concernés sont transformés en lecteurs uniques d'un titre participant. Un lecteur double ou multiple est alors attribué au titre dont il indique qu'il l'a lu au cours du dernier intervalle de parution (période de récence) et pour lequel il indique la fréquence de lecture la plus élevée. Les valeurs média du ou des titres en position subalterne sont effacées.

5. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

6. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour l'année d'étude 2017.

Bref descriptif

Titres concernés

Titres non concernés

Obligation d'informer

Valeurs média séparées

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur

RÈGLEMENT SUR L'INTÉGRATION, LA SAISIE ET L'ANALYSE DES ÉDITIONS NUMÉRIQUES (RÉPLIQUES) DE MÉDIAS DE PRESSE DANS LES ÉTUDES MACH

1. Préambule

Les études MACH ont pour finalité de quantifier les lectorats des éditions imprimées de journaux, magazines et combinaisons de titres et d'en décrire la structure. Les études MACH doivent désormais également saisir les lectorats des éditions numériques¹ paraissant sous forme de réplique (e-paper)².

En cas de passation de mandat complémentaire, il est prévu, pour la première fois dans les études MACH 2016/2017³, de publier, outre les taux de pénétration des éditions imprimées, également les taux de pénétration combinés des éditions imprimées et numériques paraissant sous forme de réplique d'une même marque de médias reposant sur l'imprimé.

2. Terminologie

L'édition numérique sous forme de réplique est la version dématérialisée de l'édition principale d'un titre, correspondant en tout point – contenu, présentation (y compris l'emplacement des annonces) et mode de parution – à la version imprimée. Les éditions numériques sous forme de réplique peuvent être enrichies par des vidéos, des galeries photo, de la musique ou du texte supplémentaire.⁴

Dans ce qui suit, le terme d'«édition numérique sous forme de réplique» est remplacé par sa forme abrégée: «réplique».

Les termes de «réplique» et de «e-paper» sont considérés comme synonymes.

3. Critères d'admission et de participation applicables aux répliques

Toutes les conditions d'admission mentionnées au point 3 «Critères d'admission et de participation applicables aux répliques» du présent règlement doivent être remplies au moment de l'admission ou du début de la collecte des données ainsi que pendant toute la durée de participation, individuellement et de façon cumulée. Dans certains cas justifiés, la REMP peut accorder des dérogations sur les critères d'admission.

- 1) Toutes les marques de médias participant avec une édition imprimée à une ou plusieurs études MACH et publiant parallèlement une réplique peuvent participer aux études MACH concernés avec leur réplique, à condition de remplir les critères ci-après.

¹ Les «éditions numériques» reposent sur la version imprimée d'un journal ou d'un magazine. Cf. REMP, Règlement de la certification des tirages REMP/PS, Zurich, octobre 2014, ch. 4, p. 11

² Cf. REMP, Règlement de la certification des tirages REMP/PS, Zurich, octobre 2014, ch. 4 et 4.1, p. 11 ss

³ MACH Basic 2016-2, MACH Consumer 2017, MACH Radar 2017

⁴ Cf. REMP, Règlement de la certification des tirages REMP/PS, Zurich, octobre 2014, ch. 4.1, p. 12

Bref descriptif

Publication des répliques à partir de 2016

Édition numérique d'une édition principale

Principes de base

Possibilité de participation des répliques

- 2) Seules sont étudiées les répliques ayant préalablement conclu un contrat de participation avec la REMP et participant au financement des études concernées conformément aux règles fixées dans le contrat.
- 3) Pour des raisons méthodologiques, il peut s'avérer nécessaire d'intégrer à l'enquête, parallèlement aux répliques participantes, d'autres répliques. La décision concernant le type et l'ampleur d'une telle saisie justifiée méthodologiquement revient à la REMP.
- 4) L'intégration à l'enquête suppose la prise de connaissance et l'approbation expresse de la finalité et du plan de l'étude ainsi que des modèles de saisie, d'analyse et de publication. La réplique participante s'engage, à partir du dépôt de la demande de participation, à coopérer avec la REMP et à fournir à cette dernière tous les documents nécessaires lui permettant de vérifier si la réplique répond aux critères définis au présent règlement et si elle peut entrer dans le concept de saisie et d'analyse en vigueur de l'enquête sur les répliques dans le cadre de l'interview principale de MACH Basic. La réplique participante s'engage en outre à signaler à la REMP, sans que celle-ci ait à en faire la demande et sans délai, toute modification susceptible d'avoir un impact sur la saisie et la publication (nouvelle URL, nouveau logo de l'offre en ligne, de l'appli, par exemple).
- 5) La réplique peut être saisie conformément à la technique d'interrogation choisie, ainsi qu'au modèle de saisie et au modèle des taux de pénétration, et elle ne s'y oppose pas systématiquement.

Une réplique devant être intégrée (nouvellement) à la saisie doit pouvoir être étudiée de manière analogue aux autres répliques (déjà) saisies dans MACH Basic, et cela, sans préjudice méthodologique pour les résultats de ces dernières.

- 6) Au moment de son admission, la réplique doit participer à la certification des tirages REMP/CS ou du moins s'être inscrite pour y participer.

La réplique d'un titre participant doit, selon la certification des tirages REMP/CS la plus récente, avoir un tirage total d'au minimum 500 exemplaires sur le marché des lecteurs (somme des exemplaires vendus et gratuits)⁵.

Si, au moment de l'inscription, aucune indication issue de la certification des tirages REMP/CS n'est disponible ou si la réplique, pour des questions de forme, ne peut participer à la certification des tirages REMP/CS, une réplique peut demander à être étudiée à titre de test pour une année.

Condition préalable à une étude test: la réplique doit démontrer à la REMP de façon plausible que l'on peut s'attendre, pour le dernier intervalle de parution, à un lectorat dRRR⁶ évalué, par extrapolation, à au moins 3000 projections.

Si les résultats de l'étude test confirment la supposition, la réplique peut intégrer l'enquête standard.

5 Le niveau de tirage total minimal de la réplique est revu périodiquement par la REMP qui se réserve le droit de le modifier. En cas de modification, les titres participant à l'étude MACH Basic correspondante en sont informés.

6 Pénétration dRRR: lectorat d'une édition moyenne de la réplique

Participation financière

Saisie de répliques pour raisons de méthodologie

Prise de connaissance et approbation de la finalité de l'étude et du plan de l'étude ainsi qu'obligation de coopérer et de signaler les modifications

Possibilité d'interrogation

Participation à la certification des tirages REMP/CS et tirages minimaux

4. Modèle d'interrogation

Pour quantifier les lectorats des répliques, nous utilisons le modèle d'interrogation en plusieurs étapes suivant:

Étape 1: Question concernant le «cercle le plus large des lecteurs» (BUS) des contenus numériques de journaux et magazines (marque de médias numérique).

Identification des marques de médias numériques en indiquant l'URL (principale) et/ou en présentant le logo (principal) et/ou le logo de l'appli (principale) de la marque de médias ou, exceptionnellement, de la réplique.

Lors de l'interrogation, les marques de médias sont présentées regroupées conformément à la fréquence de parution de la version imprimée ou de la réplique.

Étape 2: Pour chaque marque de médias dans le «cercle le plus large des lecteurs» (BUS) = oui
Question sur l'utilisation de la ou des offres numériques, partiellement en liaison avec le terminal d'accès utilisé.

Dans cette question, l'offre numérique «réplique» est appelée «e-paper». La question sur l'utilisation de la réplique n'est pas posée en liaison avec un certain type de terminal utilisé.

Étape 3: Si utilisation de la réplique = oui
a) Question sur la fréquence d'utilisation habituelle
b) Question sur la récence (par analogie à la question sur la récence du titre de presse correspondant)

5. Zone d'enquête

La zone d'enquête d'une réplique est identique à la zone d'enquête de la version imprimée correspondante.

6. Modèle d'analyse et de calcul du taux de pénétration

Une personne interrogée entre dans le «cercle le plus large des lecteurs» (BRS) d'une réplique lorsque, à la question concernant le BRS, elle indique avoir utilisé la réplique au cours des six derniers mois.

Une personne interrogée est comptée dans la pénétration dRR (lecteurs par numéro) ou cRR (lecteurs par édition) d'une réplique lorsque, à la question sur la récence d'utilisation de la réplique, elle indique que la dernière utilisation a eu lieu au cours du dernier intervalle de parution de la réplique. La période de référence pour la question sur la récence est identique à celle de l'édition imprimée.

Lorsqu'un titre de presse sort un tirage augmenté, les lecteurs de la réplique sont en principe comptés comme lecteurs du tirage normal.

Le taux de pénétration combiné de la version imprimée et de la réplique d'une marque de médias est calculé à partir du «modèle de combinaison»⁷.

⁷ Modèle analogue au calcul des taux de pénétration brut et net des combinaisons de titres

«Cercle le plus large des lecteurs» (BUS) d'offres numériques

«Cercle le plus large des lecteurs» (BUS) de la réplique

Utilisation de la réplique

Zone d'enquête

BRS

dRR/cRR

Tirage augmenté

Taux de pénétration combiné

7. Cas spécifiques ou douteux

La REMP veille au respect du présent règlement.

Dans les cas non prévus par le présent règlement et en cas de doute, la REMP tranche en dernier ressort.

8. Entrée en vigueur et validité

Le présent règlement entre en vigueur le 10 septembre 2015 sur décision du Conseil d'administration de la REMP. Il est applicable pour la première fois pour la publication des études MACH 2016-2.

Décision concernant les cas spécifiques ou douteux

Entrée en vigueur