

Nouveautés/Informations importantes

Pour la publication de MA Strategy 2020, deux années d'enquête sont regroupées (2019 et 2020). Un descriptif détaillé de ce point se trouve dans la fiche méthodologique correspondante sur le site www.remp.ch.

À partir de MA Strategy 2020 une base plus large (nombre d'interviews) est disponible. Les informations sur la consommation et l'utilisation des médias (Annuaire, Radio, TV, Direct Mail et Moyens de transport) seront complétées par le biais d'une procédure mathématique (« fusion ») sur la base de l'échantillon MA Strategy (= échantillon partiel de l'enquête MACH Basic) pour le reste des interviewés de l'échantillon MACH Basic.

Pour les agences média, cette innovation représente une simplification du processus de planification. En outre, davantage d'interviews sont attribuées aux groupes cibles de consommateurs, ce qui a un impact positif sur les possibilités d'analyse.

Vous trouverez dans les explications sur la «Méthodologie» de plus amples informations concernant la démarche et la fusion.

Comme nous l'indiquons également à la rubrique «Méthodologie», la période de collecte des données ici présentes a été clôturée à la mi-mars 2020. Les données de MACH Consumer 2020 ont par conséquent été collectées intégralement **avant la pandémie du coronavirus** ou, en d'autres termes, avant la situation d'exception et ne sont donc pas affectées d'éventuelles influences liées à la crise sanitaire.

Ce chapitre attire l'attention sur les autres informations importantes de MA Strategy Basic 2020 et MA Strategy Consumer 2020.

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 2017). 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).

1.2. Les chiffres clés de l'univers

L'univers de MA Strategy 2020 est désormais constitué de 6 814 000 personnes. Cet ensemble est constitué de 4 838 000 germanophones, 1 644 000 francophones et 307 000 italophones.

2. Comparabilité des données avec celles des années précédentes

Les valeurs média présentées dans MA Strategy 2020 peuvent en principe être comparées avec celles de MA Strategy 2019, à l'exception les 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.

Concernant les données de consommation, le questionnaire utilisé pour l'enquête MACH Consumer/MA Strategy 2020 est en grande partie identique à celui employé pour MACH Consumer/MA Strategy 2019; 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 → MACH Consumer.