

Informations importantes

MACH Values 2021 repose sur les données de MACH Basic et MACH Consumer. Un descriptif détaillé sur ce point se trouve dans la fiche méthodologique correspondante. Ce chapitre attire l'attention sur les autres informations principales de MACH Values 2021.

1 Jeu de données commun MACH Basic/Consumer/Values

Un «jeu de données commun MACH Basic/Consumer/Values» contenant trois études MACH Basic, MACH Consumer et MACH Values est publié. Les informations sur la consommation et les affirmations Values sont complétées par le biais d'une procédure mathématique (« **fusion** ») sur la base de l'échantillon MACH Consumer (= échantillon partiel de l'enquête MACH Basic) pour le reste des interviewés de l'échantillon MACH Basic.

Ainsi, les études MACH sont présentées à travers un échantillon uniforme et, en ce qui concerne la partie consommation, donc pour la présente étude MACH Consumer, nettement plus important.

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 et aux groupe cibles Values, ce qui a un impact positif sur les possibilités d'analyse.

De plus amples informations concernant la démarche et la fusion se trouvent dans le document «Méthodologie».

2 Impact de la situation épidémiologique exceptionnelle en 2020 («Covid-19») sur l'analyse

Concernant les titres de presse, MACH Values 2021 inclut les taux de pénétration issus de MACH Basic 2021-2 qui ont été calculés en excluant la période d'avril à juin 2020. Des indications détaillées se trouvent dans ce document:

https://remp.ch/media/mach_basic_pa_nouveautes.pdf

En accord avec les acteurs du marché des médias et de la publicité, toutes les autres informations contenues dans MACH Consumer 2021/MACH Values 2021 reposent sur les données issues de la totalité de la période de collecte, soit 24 mois (sans exclure les mois de confinement, d'avril à juin 2020).

La raison en est que MACH Consumer/MACH Values s'attache aux préférences, aux comportements habituels et aux valeurs intemporelles et non à des réalités de court terme.

En outre, lors de l'analyse des données de consommation et de Values, de nombreux aspects n'ont pas fait apparaître d'effets à court terme ou seulement des effets modérés. Les changements durables apparus avec le Covid-19 (davantage de transactions bancaires mobiles, de vélos électriques, d'achats en ligne, etc.) sont par contre visibles dans le jeu de données.

3 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 perma-

nente», 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.

3.1 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 2018). 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 2016, 2017 et 2018).

3.2 Les chiffres clés du nouvel univers

L'univers MACH Values 2021 est désormais constitué de 6 834 000 personnes. Cet ensemble est constitué de 4 875 000 germanophones, 1 654 000 francophones et 305 000 italophones.

4 Comparabilité des données avec celles des années précédentes

Étant donné que, grâce à la fusion, MACH Values repose sur l'échantillon de MACH Basic, les résultats sont, pour les médias de presse et concernant tous les indicateurs (cRR), identiques à ceux de MACH Basic.

Les données de consommation publiées dans MACH Values 2021 ont été collectées dans le cadre de MACH Consumer.

MACH Values 2021 étant une nouvelle étude psychographique, il n'est pas possible de comparer les visualisations de MACH Values (en particulier la représentation des centres de gravité et les typogrammes) avec les visualisations de MACH Radar 2020 et les publications précédentes.