

La REMP Recherches et études des média publicitaires a mission de faire toute la transparence sur le marché des médias et de la publicité. Elle met donc à la disposition des planificateurs média, des annonceurs et des éditeurs, des statistiques exhaustives ainsi que plusieurs études sur les marchés et les médias. Ces outils continuent à s'intéresser en priorité à la presse écrite, au cinéma et à Internet, même si la convergence accrue des médias n'est pas sans influencer l'activité de la REMP.

MACH Radar: première parution

Les préparatifs de la publication de MACH Radar ont occupé toute l'année 2007: collecte des données en avril, évaluation des résultats et enfin publication, la toute première de cette étude, fin novembre. Avec MACH Radar, la branche publicitaire dispose d'une étude exhaustive combinant pénétrations, données sociodémographiques, données de consommation et données psychographiques.

Recherche Internet: fondation de NET-Metrix SA

La société NET-Metrix SA a été fondée le 16 avril 2007. Son actionariat regroupe les fournisseurs et exploitants de sites Internet représentés par la simsa (swiss interactive media and software association), les entreprises de médias représentées par la REMP, Recherches et études des média publicitaires, et les médias électroniques représentés par SRG SSR idée suisse. Le principal objectif de NET-Metrix SA est de publier des études communes et des statistiques sur le support online. Ces informations permettent à la branche publicitaire de planifier le média Internet de façon professionnelle.

Certification des tirages: modifications du règlement

Le règlement sur la certification des tirages a été adapté en 2007 suite aux différentes propositions de l'Association Presse Suisse. A partir de la période de relevé 2008/2009, tous les titres contrôlés seront considérés comme «certifiés REMP/FRP». La désignation «confirmation des tirages à la Poste» sera abandonnée à l'avenir. Les titres pertinents pour la publicité «certifiés REMP/FRP» seront en principe enregistrés comme tels dans la base de données de l'ASSP. Par ailleurs, les mêmes directives de publication seront appliquées aux typologies allant de 1000 à 4000. Enfin, la catégorie «Tirage gratuit» a été subdivisée en cinq sous-catégories.

Les mesures ci-dessus ont permis de répondre aux principaux besoins de la presse spécialisées et de la presse profession-

nelle. Malgré les remaniements apportés, les données restent comparables à celles des années précédentes. Nous avons également élaboré un nouveau modèle de prix basé d'une part sur une comptabilité des processus détaillée et d'autre part sur des paramètres tenant compte de l'origine des coûts.

Statistique des annonces: application des nouvelles directives

Les travaux préparatoires en vue d'une première publication en 2008 ont commencé en 2007 sur la base des directives adoptées fin 2006 par l'Association Presse Suisse/ASSP. Cette publication présentera pour la première fois les chiffres d'affaires nets groupés et le nombre de pages publiées.

Système de recherche MACH: entrée en vigueur du règlement

Le règlement d'admission des médias de presse écrite dans les enquêtes réalisées dans le cadre du système de recherches MACH a été adopté le 15 mai 2007 par la Commission de recherche, le 11 juin 2007 par la direction et le 29 juin 2007 par le Conseil d'administration. Ce règlement précise pour la première fois l'admission de nouveaux titres dans le cadre de MACH Basic 2009-2.

Système de recherche MACH: planification de la prochaine génération

La pertinence des méthodes adoptées dans le cadre du système d'enquête MACH doit être réexaminée régulièrement pour tenir compte des changements observés dans la société, dans l'offre de médias et dans l'utilisation des médias. En 2007, le Conseil d'administration de la REMP a donné son feu vert aux travaux préparatoires (études préliminaires, analyses) de la prochaine génération du système de recherche MACH. De nouveaux modèles de recherche ont déjà été évalués et définis sur la base des expériences réalisées en Suisse et des tendances de la recherche internationale sur le lectorat.

Principes commerciaux

La REMP s'oriente aux besoins des mandants et assure le rapport à la pratique ainsi que la qualité professionnelle de la recherche en se faisant conseiller par des commissions scientifiques de recherche et une Commission de certification des tirages et de la diffusion. En 2007 a été fondée une commission supplémentaire, consultative et orientée utilisateurs, la User Commission Print. Parmi les membres des différentes commissions on trouve, en fonction des tâches, des experts hautement qualifiés et actifs comme des annonceurs, conseillers, collaborateurs de médias et des scientifiques.

Si la REMP ne poursuit aucun but lucratif, elle ne travaille pas moins selon des principes économiques et applique une gestion rigoureuse des coûts. Le financement des études doit être assuré par les mandants respectifs. Les provisions versées au fonds de recherche sont destinées à financer les travaux de développement de projets prometteurs.

Conseil d'administration et direction

Situation au 31.12.2007

En 2007, le Conseil d'administration de la REMP était constitué des personnes suivantes:

- Jürg Weber, Schweizer Presse, président
- Otto Meier, Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP, vice-président
- Valérie Boagno, Presse Suisse
- Roberto Rhiner, Schweizer Presse
- Albert P. Stäheli, Schweizer Presse (jusqu'au 20.9.2007)

La gestion opérationnelle de la REMP incombe à la direction. Celle-ci se composait en 2007 des personnes suivantes:

- Marco Bernasconi, directeur
- Harald Amschler, chef de recherche
- Carine Lins, responsable marketing

Au 31 décembre 2007, la REMP employait 26 collaboratrices et collaborateurs représentant 19 postes à plein temps.

Commissions, situation au 31.12.2007

Les comités consultatifs et les commissions conseillent la REMP en matière de questions méthodologiques et afférentes aux techniques de recherche. En 2007, les spécialistes suivants prêtaient leur appui à la REMP:

Commission de recherche, situation au 31.12.2007

- Bettina Hoffmann Biffi, Tamedia AG, présidente
- Harald Amschler, REMP
- Heinz Bonfadelli, professeur à l'Université de Zurich
- Othmar Fischlin, Publimedia AG Zurich
- Erich Häuselmann, Neue Zürcher Zeitung AG
- Daniela Koch, Ringier AG
- Vincent Peyregne, Edipresse SA
- Pamela Pozzi, REMP, secrétariat
- Elpida Tsovili, Edipresse SA
- Jürgen Wiegand, AG.MA Francfort

Commission de certification des tirages et de la diffusion (CCTD),

situation au 31.12.2007

- Jürg Weber, Schweizer Presse, président
- Cosima Giannachi et Walter Merz, bsw leading swiss agencies
- Jean-Claude Métille, Fédération romande de publicité et de communication FRP
- Marcel Siegenthaler, Presse Suisse
- Fred Dietiker et Tobias Rüfenacht, Association Suisse des Annonceurs ASA
- Piero Schäfer, Publicité Suisse PS
- Simone Bianchi, Stampa Svizzera
- Georges von Csernatony et Othmar Fischlin, Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP
- Marco Bernasconi, REMP

User Commission Print (UCoP), situation au 31.12.2007

- Peter Grob, Alliance Suisse d'Agences de Publicité ASW
- Christian Rufener et Yvonne Schmid, bsw leading swiss agencies
- Paul Doy, Fédération romande de publicité et de communication FRP
- Jacques Matthey, Presse Suisse
- Thomas Passen, Schweizer Presse
- Simone Bianchi, Stampa Svizzera
- Peter Döbeli, Publicité Suisse PS
- Werner Bärtschi et Jürg Siegrist, Association Suisse des Annonceurs ASA
- Stephan Gartenmann, Association suisse des éditeurs de journaux gratuits ASEG
- Roger Lang et Cesare Patella, Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP
- Marco Bernasconi (président ad interim) et Carine Lins, REMP

Réseaux de relations

Situation au 31.12.2007

La REMP ou certains de ses collaborateurs siègent dans différentes organisations et entretiennent des contacts intensifs avec d'autres spécialistes média aux plans national et international.

Appartenance aux organisations internationales suivantes:

- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- EMRO European Media Research Organisations
- ESOMAR The World Association of Research Professionals
- «EUROJICs», une association de sociétés européennes de recherche
- IAA International Advertising Association Swiss Chapter
- IFABC, International Federation of Audit Bureaux of Circulations

Appartenance aux organisations suisses suivantes:

- Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM
- Association suisse des spécialistes en recherches de marché et sociales ASMS
- Publicité Suisse PS
- swiss interactive media and software association simsa
- Fédération romande de publicité et de communication FRP
- Vereinigung Schweizer Verlagsfachleute VSV
- Fondation de la Publicité Suisse pour la loyauté dans la communication commerciale
- Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing, GfM

Offre de produits

Situation au 31.12.2007

Presse écrite / cinéma

MACH Basic – recherche nationale sur les lecteurs: pénétrations et structure des utilisateurs de plus de 390 titres de presse et de pools de cinémas. C'est l'instrument de base pour la planification média en Suisse.

MACH Consumer – la seule grande étude associant le comportement de consommation et l'utilisation des médias (presse écrite, cinéma). C'est l'instrument de prédilection pour la planification média dans les groupes cibles de consommation.

MACH Radar – étude associant des données psychographiques, des données média et de consommation et informant notamment sur le système de valeurs de consommateurs potentiels.

MA Leader – étude média et de consommation sur un groupe cible de premier ordre: les dirigeants en Suisse romande et en Suisse alémanique.

Intermédia

MA Strategy – étude intermédia nationale permettant l'analyse du mix média optimal de la presse écrite, du cinéma, de la radio, de la télévision et de sites Internet pour des groupes cibles de consommation.

Internet

MA Strategy – étude intermédia nationale qui prend aussi en considération l'utilisation de sites Internet.

Informations statistiques

Dépenses publicitaires en Suisse – dépenses publicitaires nettes dans tous les médias importants de Suisse; information sur l'évolution des investissements par média, en comparaison annuelle.

Statistique des annonces dans la presse suisse – statistique mensuelle sur l'évolution du volume d'annonces, exprimé en pages publiées (nombre de pages publicitaires vendues).

Certification des tirages REMP/FRP – certification annuelle des tirages de titres de presse.

Données de diffusion de la presse suisse – publication annuelle de l'ASSP; information sur la diffusion géographique des quotidiens et hebdomadaires (journaux, combinaisons, tirages augmentés, feuilles d'annonces et feuilles officielles) pour la planification de campagnes publicitaires régionales ou locales.

Formes de publication des études et statistiques de la REMP

Dans la plupart des cas, les données sont publiées sous la/les forme(s) suivante(s):

- **rapport imprimé**, et/ou
- **sur CD-ROM:**
le logiciel d'exploitation permet des analyses détaillées selon les besoins des utilisateurs (sans planification média), et/ou
- **sur Internet** (www.remp.ch),
gratuitement:
donne un premier aperçu du contenu et des modalités des études et offre des possibilités d'analyse restreintes, et/ou
forfait journalier:
permet d'accéder pendant une journée à toutes les études, logiciel de planification média compris, et/ou
licence annuelle:
permet d'accéder pendant un an à toutes les études, logiciel de planification média compris.

La liste de prix actuelle est disponible sur www.remp.ch.

Contact

Le site www.remp.ch vous permet de vous informer en détail sur la société et l'offre de produits, de commander des études ou de les exploiter directement en ligne.

Vous pouvez également nous contacter à l'adresse suivante:

WEMF AG für Werbemedienforschung
REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53
8048 Zurich
Tél.: +41 (0)43 311 76 76
Fax: +41 (0)43 311 76 77
www.remp.ch
E-mail: wemf@wemf.ch

Rapport de l'organe de révision



Rapport de l'Organe de révision
à l'assemblée générale de
WEMF AG für Werbemedienforschung,
REMP Recherches et études des média publicitaires, Zurich

En notre qualité d'organe de révision, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels (bilan, compte d'exploitation et annexe) de WEMF AG für Werbemedienforschung (REMP Recherches et études des média publicitaires) pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2007.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Conseil d'administration alors que notre mission consiste à vérifier les comptes et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes annuels et les indications fournies dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation, ainsi que la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels ainsi que la proposition relative à l'emploi du bénéfice au bilan sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

Arpagaus & Baumer Consulting AG

Roland Baumer
Expert comptable dipl.
Réviseur responsable

Andreas Arpagaus
Expert comptable dipl.

Zurich, le 29 février 2008

Bilan

au 31 décembre 2007 (francs suisses)

| | 31.12.2007 | 31.12.2006 |
|---|------------------|------------------|
| ACTIFS | | |
| Actifs circulants | | |
| Liquidités | 7 670 843 | 7 678 142 |
| Créances provenant de fournitures et de services, sous déduction de CHF 50 000 de ducroire (2006: CHF 50 000) | 488 243 | 1 471 055 |
| Autres créances | 169 474 | 250 607 |
| Actifs de régulation | 119 503 | 269 213 |
| Total actifs circulants | 8 448 063 | 9 669 017 |
| Actifs immobilisés, valeurs comptables nettes | | |
| Mobilier | 51 159 | 67 501 |
| Equipement informatique, installations | 1 | 45 747 |
| Equipement informatique, logiciels | 1 | 42 168 |
| Véhicules | 26 028 | 39 039 |
| Machines | 1 | 1 |
| Total actifs immobilisés | 77 190 | 194 456 |
| Participation à NET-Metrix SA, nette | 160 000 | – |
| Total actifs | 8 685 253 | 9 863 473 |
| PASSIFS | | |
| Fonds étrangers à court terme | | |
| Dettes provenant de fournitures et de services | 625 695 | 1 225 785 |
| Autres dettes | 191 236 | 364 518 |
| Passifs de régulation | 512 797 | 800 841 |
| Prépaiements pour projets en cours | 3 571 039 | 4 744 000 |
| Réserves pour projets futurs | 36 394 | 88 453 |
| Provisions pour impôts | 272 900 | 46 339 |
| Total fonds étrangers à court terme | 5 210 061 | 7 269 936 |
| Fonds propres | | |
| Capital actions – 720 actions nominatives à CHF 1 000 et 2800 actions nominatives à CHF 100 | 1 000 000 | 1 000 000 |
| Réserves légales | 150 000 | 140 000 |
| Réserves spéciales | 500 000 | 500 000 |
| Bénéfice reporté | 1 825 192 | 953 537 |
| Total fonds propres | 3 475 192 | 2 593 537 |
| Total passifs | 8 685 253 | 9 863 473 |

Compte de résultats

pour l'année comptable bouclée au 31 décembre 2007 (francs suisses)

| | 2007 | 2006 |
|--|-------------------|------------|
| Produits d'exploitation | | |
| Contributions des éditeurs pour projets de recherche | 8 809 856 | 10 667 508 |
| Ventes de données de recherche et de services | 1 216 272 | 672 711 |
| Total produits d'exploitation | 10 026 128 | 11 340 219 |
| Charges d'exploitation liées à des projets | 5 285 463 | 6 930 693 |
| Marge brute | 4 740 665 | 4 409 526 |
| Charges d'exploitation | | |
| Personnel | 2 826 015 | 3 254 097 |
| Location et maintenance | 208 497 | 195 148 |
| Amortissement des actifs | 117 266 | 217 175 |
| Dépenses de communication | 89 569 | 76 031 |
| Frais de bureau | 41 723 | 33 421 |
| Frais de voyage et de représentation | 19 000 | 16 354 |
| Honoraires pour conseils et révision | 144 490 | 131 074 |
| Publicité | 111 474 | 88 225 |
| Autres frais d'administration | 166 562 | 194 787 |
| Total charges d'exploitation | 3 724 596 | 4 206 312 |
| Bénéfice d'exploitation | 1 016 069 | 203 214 |
| Autres recettes (charges) | | |
| Intérêts actifs | 128 497 | 41 623 |
| Amortissement de la participation à NET-Metrix SA | - 80 000 | - |
| Pertes sur débiteurs | - 8 835 | - 43 205 |
| Autres | 74 037 | 15 870 |
| Total autres recettes (charges) | 113 699 | 14 288 |
| Bénéfice avant impôts | 1 129 768 | 217 502 |
| Impôts | 248 113 | 53 090 |
| Bénéfice net | 881 655 | 164 412 |
| Justification du bénéfice reporté | | |
| Solde au début de l'exercice comptable | 953 537 | 1 012 125 |
| Attribution aux réserves légales et spéciales | - 10 000 | - 223 000 |
| Bénéfice net | 881 655 | 164 412 |
| Solde à la fin de l'exercice comptable | 1 825 192 | 953 537 |

Annexe aux comptes annuels

31 décembre 2007

1. Activité

La société a été fondée le 6 novembre 1963 comme SA pour la recherche des moyens publicitaires. Le but de la société est la recherche média systématique, continue et neutre en Suisse. La préoccupation essentielle est la collecte de données pour l'Analyse Média Suisse (MACH) paraissant chaque année et pour des études complémentaires périodiques sur des aspects du comportement de consommation ou le comportement de publics cibles spécifiques. En outre, la société commercialise les résultats des études et fournit des services tels que par exemple diverses statistiques et la certification des tirages.

2. Actifs immobilisés – modification des directives d'activation

Les amortissements des actifs matériels sont calculés sur la base des valeurs d'acquisition. Les taux suivants ont été appliqués:

| | | |
|--------------------------|--------|--------|
| Mobilier | 12 ½ % | par an |
| Equipement informatique: | | |
| – installations | 50 % | par an |
| – logiciels | 33 ⅓ % | par an |
| Véhicules | 25 % | par an |
| Machines | 25 % | par an |

Par rapport à l'année précédente, les taux d'amortissement n'ont pas changé.

Pour l'exercice 2007, il est renoncé à l'activation des entrées à valeur d'acquisition faible en raison de leur durée d'utilisation de plus en plus courte.

3. Participation à NET-Metrix SA

Depuis avril 2007, la société détient une participation de 40% au capital-actions de CHF 600 000 de NET-Metrix SA, Zurich, par libération en espèces de CHF 240 000. Le but de NET-Metrix SA est la recherche Internet systématique, continue et neutre en Suisse.

Au 31 décembre 2007, la participation a fait l'objet d'une réévaluation de l'ordre de CHF 80 000.

4. Prépaiements pour projets en cours

L'étude MACH est préfinancée par des contributions contractuelles des éditeurs dès le début du travail sur le terrain. Le financement de MACH 2008 est donc intervenu au printemps 2007 tandis que la publication est prévue en automne 2008. Les contributions des éditeurs, comptabilisées comme recettes, sont en principe délimitées par rapport aux frais engagés pour les enquêtes.

5. Impôts

La société est soumise à l'impôt fédéral direct ainsi qu'aux impôts cantonaux et communaux du canton de Zurich (ville de Zurich). Pour les impôts dus à la Confédération, au canton et à la commune, l'entreprise a été taxée définitivement jusqu'à et y compris l'année fiscale 2005.

6. Valeur d'assurance

La valeur d'assurance incendie des machines et installations est inchangée et se monte à CHF 760 000.

7. Engagements envers des institutions de prévoyance sociale

Les engagements envers des institutions de prévoyance pour le personnel se montent au jour du bouclement à CHF 7 032 (année précédente: CHF 53 693).

8. Affectation du bénéfice

Le Conseil d'administration propose de reporter le solde du compte Bénéfice au bilan se montant à CHF 1 825 192 de la manière suivante:

| | CHF |
|---|-----------|
| Attribution aux réserves légales | 50 000 |
| Report sur le prochain exercice | 1 775 192 |
| Solde du compte Bénéfice au bilan au 31 décembre | 1 825 192 |

WEMF  REMP

WEMF AG für Werbemedienforschung
REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich
Tél.: +41 (0)43 311 76 76
Fax: +41 (0)43 311 76 77
www.remp.ch
E-mail: wemf@wemf.ch