

## A vous de nous dire ce que doit contenir «MACH 3»!

La REMP projette de lancer une nouvelle génération d'études MACH sur le terrain en 2011. Si sur le plan méthodologique, la décision sur le mode de collecte des données de la nouvelle étude de base «MACH 3» est déjà tombée, il reste à définir le contenu de l'étude. C'est la raison pour laquelle la REMP invite les éditeurs et les entreprises de médias à faire connaître rapidement leurs souhaits.

Le nouveau système d'enquête «MACH 3» intégrera différents modules d'étude. Comme aujourd'hui, il s'articulera autour d'une vaste étude de base représentative de la population. Mais il est aussi prévu que «MACH 3 Basic» soit complétée par des études supplémentaires encore à définir.

La collecte des données s'effectuera selon un système d'enquête combiné. Dans une première étape, on procèdera à une interview téléphonique initiale de contact de membres d'un panel intégrant aussi des personnes sans numéro fixe enregistré ou joignables uniquement sur portable. Ces personnes recevront ensuite du matériel d'appoint, en l'occurrence des listes de titres (avec p.ex. les logos de ceux-ci), ce qui facilitera le déroulement de l'interview principale, également téléphonique. A l'instar des études nationales sur le lectorat à l'échelle mondiale, l'un des principaux objectifs de «MACH 3 Basic» sera de quantifier et de décrire le lectorat des titres de presse suisses à l'aide de l'indicateur eurocompatible éprouvé LpA (lecteur par édition).

En plus des pénétrations des titres, que l'on peut considérer en quelque sorte comme «un programme imposé», les études du nouveau système d'enquête «MACH 3» permettront aussi de procéder à des analyses comparatives intéressantes d'autres aspects de l'utilisation des médias, notamment des médias de presse écrite.

Afin que le système d'enquête «MACH 3» puisse prendre en compte les questions qui vous semblent les plus pertinentes, nous avons besoin de votre collaboration. C'est pourquoi **la REMP vous invite à lui faire part de vos souhaits quant au contenu des nouvelles études «MACH 3»**, des informations qui compléteront celles déjà recueillies lors de contacts directs avec les maisons d'édition et les entreprises de médias et dans le cadre de la procédure de consultation menée au sein des différents organes de la REMP, notamment la User Commission et la Commission de recherche. Nous nous permettons donc de vous poser les questions suivantes: Quels sont les sujets qui vous intéressent le plus dans le domaine de l'utilisation des médias (de presse écrite)? De quelles informations nouvelles voire inédites pourriez-vous éventuellement avoir besoin pour commercialiser efficacement vos titres auprès des lecteurs et des annonceurs? De quelles données tactiques et stratégiques sur l'interaction de médias issus de différentes catégories souhaiteriez-vous disposer?

Nous vous saurions gré de communiquer vos souhaits et vos suggestions le plus rapidement possible à Monsieur Urs Wolfensberger, responsable marketing de la REMP ([urs.wolfensberger@wemf.ch](mailto:urs.wolfensberger@wemf.ch)). Nous vous remercions d'avance de votre collaboration.

REMP Recherches et études des média publicitaires, Bachmattstr. 53, 8048 Zurich, tél. +41 (0)43 311 76 76