

La REMP Recherches et études des média publicitaires s'occupe de la recherche commerciale collective sur les médias imprimés et l'internet. Elle met à disposition des cercles intéressés des données sur les médias et les marchés qui sont relevées de manière professionnelle et correspondent aux standards internationaux. Indépendance et neutralité lors de la collecte des données sont garanties. Le capital en actions de la REMP est de 400 000 francs et appartient dans sa totalité à l'association REMP.

Points culminants de l'exercice 2003

Outre la réalisation de nombreuses études établies (cf. paragraphe «Offre de produits»), plusieurs projets ont été nouvellement introduits ou développés davantage. Citons les plus importants :

Net-Audit – le comptage et la certification du nombre d'accès aux sites web, selon des standards internationaux, ont été définitivement mis en place. Au moment de l'impression du présent rapport, environ 100 sites web étaient enregistrés en tant que participants. Le système est en bonne voie de devenir le standard.

AIS Advertising Index Switzerland – la saisie des données détaillées des mandants actifs sur les plans régional et suprarégional et celles de leurs marques et produits a pu être terminée. Depuis début 2004, il est possible de faire des analyses en ligne, y compris des comparaisons avec l'année précédente.

Certification des tirages – le règlement sur la certification des tirages a été complètement revu. L'objectif était de mettre à disposition des utilisateurs des données plus détaillées et plus transparentes et d'instaurer des instruments plus efficaces contre les abus.

Histoire de la société

La société a été fondée en 1963 par les associations professionnelles des annonceurs, des agences de publicité, des éditeurs de journaux et de magazines et des sociétés publicitaires. Les vingt années suivantes, la recherche média en Suisse était pratiquement l'apanage de la REMP.

Avec l'introduction du «Telecontrol» dans les années quatre-vingt, c'était la SSR qui s'attribuait la recherche sur la télévision et la REMP se concentrait de nouveau exclusivement sur la recherche relative à la presse imprimée. En 1984, la REMP vit arriver une concurrence sous forme du «Verein zur Förderung ergänzender Mediastudien EMS» qui publiait l'analyse média consommateurs (AMC). Ce schisme n'allait cependant pas durer longtemps : la fusion eut lieu en 1988 déjà. La recherche sur les médias imprimés se trouvait ainsi à nouveau concentrée entre les mains de la REMP.

Le 16 décembre 1992, les statuts juridiques du possesseur furent changés en ce sens que «Presse suisse», «Presse romande» et l'«Association suisse des sociétés de publicité ASSP» fondèrent ensemble l'association REMP, unique organe de WEMF / REMP AG. Toute personne s'intéressant à la recherche média peut devenir membre. Le conseil d'administration de REMP est constitué d'une commission issue du comité de l'association.

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 comités consultatifs orientés marchés («Advisory Boards») et par une commission scientifique de recherche. Parmi les membres on trouve, en fonction des tâches, des experts hautement qualifiés et actifs comme mandants publicitaires, conseils, collaborateurs de médias et scientifiques spécialisés dans la recherche média.

Si la REMP ne cherche pas à dégager des profits, 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. Tout subventionnement croisé des coûts externes de différents projets est exclu. Les provisions versées au fonds de recherche sont destinées à financer les travaux de développement de projets prometteurs. Les sommes affectées à cet effet doivent être remboursées une fois le projet réalisé.

Conseil d'administration et direction

(Situation au 31.12.2003)

En 2003, le conseil d'administration de la REMP était constitué des personnes suivantes :

Tobias Trevisan, Neue Zürcher Zeitung AG, président ;
Pierre Buntschu, Edipresse SA, vice-président ;
Bruno Blaser, Ringier AG ;
Otto Meier, Publicitas SA ;
Alexander Theobald, Tamedia AG.

La gestion opérationnelle de la REMP incombe à la direction. Celle-ci se composait en 2003 de la manière suivante :

René Schmutz, directeur ;
Harald Amschler, chef de recherche ;
Carine Lins, responsable marketing.

Des informations détaillées sur l'organisation de la REMP et sur les collaborateurs peuvent être obtenues via www.remp.ch.

Comités consultatifs et commissions

(Situation au 31.12.2003)

Les comités consultatifs et les commissions conseillent la REMP en matière de questions méthodologiques et afférentes aux techniques de recherche. En 2003, les spécialistes suivants prêtaient leur appui à la REMP :

Advisory Board Internet-Research

Membres 2003 :

Beat Schmid, professeur HSG Saint-Gall, président ;
Kurt Busslinger, Neue Zürcher Zeitung AG ;
Jürg Dangel, Pixelpark Schweiz AG ;
Ulrike Guigui, GE Capital Bank ;
Tina Habicht, Migros Genossenschaftsbund MGB ;
Martin Radelfinger, Adlink Internet Media AG ;
René Schmutz, REMP ;
Ueli Weber, Publicitas webadvertising AG.

Commission de recherche

Membres 2003 :

Erwin Weibel, Publicitas SA, président ;
Harald Amschler, REMP ;
Heinz Bonfadelli, professeur à l'Université de Zurich ;
Paul Doy, Publimedia SA Genève ;
Christine Diemand, REMP (secrétariat) ;
Erich Häuselmann, Neue Zürcher Zeitung AG ;
Bettina Hoffmann Biffi, Tamedia AG ;
Daniela Koch, Ringier AG ;
Jürgen Wiegand, AG.MA Francfort ;
Othmar Fischlin (invité), Publimedia AG Zurich.

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

Membres 2003 :

Franziska von Weissenfluh, Presse suisse, présidente ;
Georges von Csernatony et Othmar Fischlin,
Association des sociétés suisses de publicité ASSP ;
Urs Hübscher et Sabine Hunziker,
Association suisse des annonceurs ASA ;
Walter Merz et Werner Rudin, Union suisse d'agences de publicité et de communication USC ;
Jean-Claude Métille, Fédération romande de publicité FRP ;
Thierry Payot, Presse suisse/Presse romande ;
Piero Schäfer, Publicité suisse PS.

Réseaux de relations

(Situation au 31.12.2003)

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

Membre des organisations internationales suivantes :

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

Membre des organisations suisses suivantes :

- Interessensgemeinschaft elektronische Medien IGEM ;
- Association suisse des spécialistes en recherches marketing et sociales SMS ;
- Publicité suisse PS ;
- Swiss interactive media and software association SIMSA ;
- Fédération romande de publicité FRP ;
- Vereinigung Schweizer Verlagsfachleute VSV ;
- Fondation de la Publicité Suisse pour la loyauté dans la communication commerciale ;
- Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft SGKM.

Offre de produits

Presse imprimée / cinéma

MACH Basic – recherche nationale sur les lecteurs : pénétrations et structure des utilisateurs de plus de 350 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 combinant le comportement de consommation et l'utilisation des médias (presse imprimée, cinéma). C'est l'instrument de prédilection pour la planification média dans les groupes cibles de consommation.

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

MA IT Business – étude sur les technologies de l'information et de télécommunications et sur la pénétration de la presse spécialisée (technologies de l'information) dans les entreprises de Suisse alémanique.

Intermédia

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

Internet

MA Net – étude de base sur internet en général ; information sur l'évolution du nombre d'utilisateurs d'internet et leur profil.

Pan-European Internet Surveys – étude de base sur l'évolution du nombre d'utilisateurs d'internet dans différents pays européens.

MA Comis – étude média et de consommation sur les utilisateurs d'internet en Suisse alémanique ; information sur le comportement et les habitudes des utilisateurs d'internet en général et sur le profil des utilisateurs de certains sites web (utilisateurs à domicile et au lieu de travail).

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

Net-Audit – certification du nombre d'accès à certains sites web : information sur le nombre de PageImpressions et de visites ainsi que sur les Unique Clients et le Use Time des sites web participants.

Informations statistiques

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

AIS Advertising Index Switzerland – statistique mensuelle sur le chiffre d'affaires publicitaires des différents médias, avec des détails sur les investissements publicitaires au niveau national et international, selon médias, branches, mandants et produits.

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

REMP Certification des tirages – 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** ;
- **sur CD-ROM** :
le programme d'exploitation permet des analyses détaillées selon les besoins des utilisateurs (sans planification média) ;
- **sur internet** (www.remp.ch),
gratuitement :
permet un premier aperçu du contenu et des modalités de l'étude et offre des possibilités d'analyse restreintes ;

licence d'un jour :
permet d'accéder pendant une journée à toutes les études, y compris le programme de planification média ;

licence annuelle :
permet d'accéder pendant un an à toutes les études, y compris le programme de planification média.

La liste de prix actuelle est disponible sur la page d'accueil de la REMP (www.remp.ch).

Contact

La page d'accueil de la REMP (www.remp.ch) vous permet de vous informer en détail sur la société et l'offre de produits, de commander une étude ou de l'exploiter directement en ligne. Vous pouvez également nous contacter à l'adresse suivante :

REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53
8048 Zurich
Tél.: 043 311 76 76
Fax: 043 311 76 77
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 2003.

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 s'effectue selon les normes de la profession ; ces dernières requièrent la réalisation et la planification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons examiné les postes des comptes annuels au moyen d'analyses et d'examen par sondage. En outre, nous apprécions la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes annuels, 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 du bilan sont conformes à la loi et aux statuts.

Nous vous recommandons d'approuver les comptes annuels dans la forme présentée.

Arpagaus & Baumer Consulting AG

Roland Baumer
Expert comptable dipl.
Réviseur responsable

Andreas Arpagaus
Expert comptable dipl.

Zurich, le 29 janvier 2004

Annexes : comptes annuels (bilan, compte de résultats, annexe)

Bilan

au 31 décembre 2003 (francs suisses)

	31.12.2003	31.12.2002
ACTIFS		
Actifs circulants		
Liquidités et dépôts à terme	3 087 135	5 097 345
Créances provenant de fournitures et de services, sous déduction de CHF 53 000.– de ducroire (2002 : CHF 53 000.–)	246 601	354 725
Autres créances	114 035	90 462
Actifs de régulation	228 631	66 116
Total actifs circulants	3 676 402	5 608 648
Actifs immobilisés, valeurs comptables nettes		
Mobilier	64 234	42 067
Equipement informatique, installations	38 048	41 899
Equipement informatique, logiciels	172 018	59 328
Véhicules	93 810	83 981
Machines	8 225	6 600
Total actifs immobilisés	376 335	233 875
Total actifs	4 052 737	5 842 523
PASSIFS		
Fonds étrangers à court terme		
Dettes provenant de fournitures et de services	99 830	49 465
Autres dettes	74 316	78 010
Passifs de régulation	688 035	997 084
Prépaiements pour projets en cours	997 000	2 278 000
Réserves pour projets futurs	100 000	500 000
Provisions pour impôts	106 686	95 845
Total fonds étrangers à court terme	2 065 867	3 998 404
Fonds propres		
Capital actions – 120 actions nominatives à CHF 1000.– et 2800 actions nominatives à CHF 100.–	400 000	400 000
Réserves légales	80 000	80 000
Réserves spéciales	337 000	337 000
Bénéfice reporté	1 169 870	1 027 119
Total fonds propres	1 986 870	1 844 119
Total passifs	4 052 737	5 842 523

Compte de résultats

Compte de pertes et profits et justification du bénéfice reporté pour l'année comptable
bouclée au 31 décembre 2003 (francs suisses)

	2003	2002
Produits d'exploitation		
Contributions des éditeurs pour projets de recherche	7 216 666	8 139 338
Ventes de données de recherche et de services	484 226	422 835
Total produits d'exploitation	7 700 892	8 562 173
Charges d'exploitation liées à des projets	4 355 907	5 128 282
Marge brute	3 344 985	3 433 891
Charges d'exploitation		
Personnel	2 416 174	2 529 152
Location et maintenance	138 719	123 180
Dépréciation sur actifs	256 931	162 352
Dépenses de communication	85 557	68 492
Frais de bureau	50 244	35 273
Frais de voyage et de représentation	23 419	24 587
Honoraires pour conseils et révision	48 024	34 485
Publicité	72 436	89 335
Autres frais d'administration	203 512	125 854
Total charges d'exploitation	3 295 016	3 192 710
Bénéfice d'exploitation	49 969	241 181
Autres recettes (charges)		
Intérêts actifs	8 980	29 831
Pertes sur débiteurs	- 21 668	- 49 768
Autres	138 011	160 774
Total autres recettes (charges)	125 323	140 837
Bénéfice avant impôts	175 292	382 018
Impôts	32 541	89 800
Bénéfice net	142 751	292 218
Justification du bénéfice reporté		
Solde au début de l'exercice comptable	1 027 119	734 901
Bénéfice net	142 751	292 218
Solde à la fin de l'exercice comptable	1 169 870	1 027 119

Annexe aux comptes annuels

31 décembre 2003

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. Depuis 1990 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.

2. Actifs immobilisés

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

Mobilier	12½ % par an
Equipement informatique :	
– installations	50 % par an
– logiciels	33⅓ % par an
Véhicules	25 % par an
Machines	25 % par an

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

3. Avances de contributions pour projets en cours

Les études MACH sont préfinancées par des contributions contractuelles des éditeurs dès le début du travail sur le terrain. Le financement de MACH Basic 04 est donc intervenu au printemps 2003 tandis que la publication est prévue en automne 2004. Les contributions des éditeurs, comptabilisées comme recettes, sont délimitées en fonction des frais engagés pour l'enquête.

4. Réserves pour projets futurs

Etant donné qu'au 31 décembre 2002 il était impossible de juger de manière définitive les chances de réalisation du projet «AIS Advertising Index Switzerland», les frais engendrés jusqu'alors, se montant à un total de CHF 500 000.–, ont été mis en réserve. Fin 2003, les réserves sont de CHF 100 000.–. Cette somme correspond aux coûts de prospection supplémentaires du marché.

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 2001.

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 56 305.– (année précédente CHF 12 975.–).

8. Affectation du bénéfice

Le Conseil d'administration propose de reporter le solde du compte des profits du bilan se montant à CHF 1 169 870.– sur le prochain exercice.

WEMF  REMP

REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich
Tél.: 043 311 76 76, Fax: 043 311 76 77
E-Mail: wemf@wemf.ch