

CERTIFICATION DES TIRAGES REMP / CS

Des faits au service des marchés de l'édition et de la publicité

Les statistiques des tirages servent de base aux décisions

La certification des tirages REMP/CS publie les tirages officiels (imprimé et numérique) de la presse suisse

La certification des tirages par la REMP est la garantie que les tirages (imprimé et numérique) de la presse suisse (journaux et magazines) sont calculés à partir des mêmes critères au sein d'une même catégorie et qu'ils sont par conséquent comparables. Elle fournit ainsi des informations objectives aux annonceurs, aux instances de direction, aux maisons d'édition et aux rédactions. Le marché publicitaire, quant à lui, utilise ces chiffres pour l'évaluation qualitative des titres de presse et la sélection des médias. Les maisons d'édition recourent à ces données pour observer la concurrence, faire la promotion de leurs titres et vendre des annonces. Les organismes du secteur publicitaire reconnaissent expressément les tirages certifiés REMP/CS comme officiels et seuls déterminants.

«Grâce à la certification des tirages, la REMP fournit des informations objectives aux annonceurs, managers, maisons d'édition et rédactions.»



Pour en savoir plus
remp.ch/la-remp



Impressum

Édité par: WEMF AG
für Werbemedienforschung
REMP Recherches et études
des médias publicitaires

Bachmattstrasse 53
CH-8048 Zurich
+41 43 311 76 76
remp@remp.ch
www.remp.ch

Conception graphique:
Linkgroup AG, Zurich

Date de publication:
septembre 2023

Remarque: sous réserve
de modification

2023 © WEMF/REMP

Utilité pour le marché des médias

(ou pour les propres titres de presse)

- Informations objectives aux instances de direction, aux maisons d'édition et aux rédactions
- Analyses portant sur la distribution de produits de presse
- Données permettant une analyse géographique de la concurrence
- Informations fondamentales pour le calcul des prix
- Arguments certifiés pour la promotion du titre et la vente d'espaces publicitaires
- Plausibilité des statistiques sur le lectorat
- Unique grandeur fiable et indicateur pointu pour certaines catégories de presse
- Condition requise pour prétendre à une réduction des frais d'acheminement conformément au règlement de La Poste et aux aides de l'Office fédéral de la communication (OFCOM)

Utilité pour le marché publicitaire

- Tirages officiels reconnus par les associations
- Sécurité dans le choix des médias
- Critères d'évaluation simples pour le choix des titres
- Données pour la comparaison intramédia de titres de presse
- Condition nécessaire à l'appréciation du critère d'évaluation «lecteurs par exemplaire» (Readers per Copy, RpC)
- Base de calcul des données de diffusion aux niveaux local, régional et national
- Possibilités de comparaison fiables pour tous les titres participants grâce à des contrôles systématiques par la REMP ou par une société d'audit

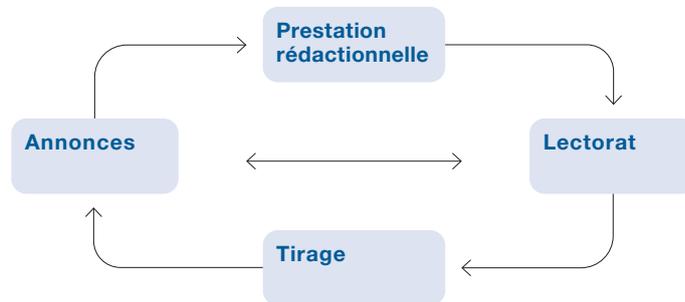
Un label de qualité reconnu et pertinent dans toute la Suisse

Un tirage certifié constitue la base de toute analyse et planification média de niveau professionnel

Typologie de la presse suisse:

la catégorisation de tous les titres de presse paraissant en Suisse constitue la base de la structure de publication des données sur les tirages. Elle permet de s'orienter face aux classements des maisons d'édition et lors de la planification des médias imprimés. La distinction est faite entre la presse quotidienne, hebdomadaire régionale et dominicale, la presse grand public, la presse économique et financière, la presse spécialisée et professionnelle.

Les éditeurs-trices prospectent constamment deux marchés: celui des lecteurs et celui des annonceurs. Plus les critères quantitatifs et qualitatifs d'un titre de presse sont marqués, plus il devient intéressant pour les annonceurs qui recherchent en premier lieu des supports publicitaires proches de leur cible commerciale.



Le label «Certifié REMP / CS»

En tant qu'organisation interprofessionnelle indépendante et neutre, la REMP agit pour la transparence sur le marché des médias et de la publicité. Les tirages certifiés reçoivent le label «Certifié REMP / CS».

Pour les annonceurs comme pour les agences média et de publicité, la certification par la REMP apporte la certitude que les tirages publiés pour la presse imprimée et la presse numérique ont été vérifiés de façon neutre et sur la base de critères uniformes. Pour chaque marque de médias reposant sur l'imprimé, elle atteste de la part d'exemplaires vendus, d'exemplaires gratuits régulièrement distribués ainsi que de celle des envois individuels à des groupes cibles. Le tirage certifié constitue par conséquent la première étape concrète vers l'analyse et la planification média par les professionnels-les.

Reconnus au niveau national

Les organismes ci-après, appartenant au secteur suisse de la publicité, reconnaissent officiellement les tirages certifiés REMP / CS:

- Leading Swiss Agencies
- ASA Association Suisse des Annonceurs
- KS / CS Communication Suisse
- Verband SCHWEIZER MEDIEN, MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA



En savoir plus sur la certification des tirages rem.ch/certification-des-tirages



S'inscrire à la certification des tirages



Transparence sur le marché des médias et de la publicité

À travers trois possibilités différentes de certification des tirages, la REMP fournit des chiffres d'actualité sur les titres de presse



Les derniers tirages certifiés des titres de presse importants en termes de publicité sont disponibles en ligne via l'utilitaire NEXT>LEVEL ou l'appli Facts & Figures REMP.

Autodéclaration:



NEXT>LEVEL:



Appli Facts & Figures REMP
Pour iOS:



Pour Android:



Certification

La certification des tirages REMP/CS est la version standard de toutes les certifications. Elle atteste de l'évolution du tirage sur une année. La déclaration se déroule de la manière suivante:

- Le principe de base est l'autodéclaration qui est saisie sur le site internet de la REMP. Tous les exemplaires diffusés des éditions imprimées et numériques sur la période considérée doivent être déclarés; celle-ci commence le 1^{er} avril d'une année et court jusqu'au 31 mars de l'année suivante. Le Règlement de la certification des tirages REMP/CS engage chaque déclarant. La responsabilité de l'exactitude de la déclaration incombe par conséquent à la société de médias concernée.
- Afin de garantir l'exactitude des chiffres publiés, les informations fournies par les sociétés de médias sont vérifiées par la REMP ou par une société d'audit dûment mandatée par elle. Pour ce faire, tous les documents permettant de rendre plausible le tirage déclaré sont exploités. Parmi ceux-ci figurent entre autres des extraits du système de gestion des maisons d'édition, des pièces comptables comme les produits de vente, les paiements reçus, etc., les décomptes d'impression et des partenaires de distribution (La Poste, distribution matinale, etc.), statistiques et décomptes des ventes au numéro, etc.

Certification provisoire

Les titres de presse nouvellement arrivés sur le marché ou ayant récemment fusionné peuvent faire l'objet d'une certification provisoire; l'objectif est de fournir le plus rapidement possible au marché publicitaire des statistiques sur le tirage. Cela vaut également pour les publications ayant procédé à des modifications importantes dans la présentation du produit. Les critères essentiels sont les suivants:

- Journal ou magazine lancé récemment
- Changement du nom, du contenu, de la présentation ou de la périodicité
- Nouveau positionnement sur le marché des lecteurs
- Fusion ou modification majeure de la zone de diffusion

Certification intermédiaire

La certification intermédiaire REMP/CS met à la disposition du marché publicitaire des chiffres d'actualité, même en dehors de la période de relevé pour la certification ordinaire, par exemple en cas de fusion, de regroupement d'éditions split ou de création d'un média.

- Obligation de déclarer: en cas de certification intermédiaire, la déclaration du tirage est effectuée après consultation de la REMP.
- Période de relevé: la base de la certification intermédiaire sont des tirages conformes au règlement pour trois mois consécutifs ou trois éditions consécutives.

Une clé de la réussite sur le marché des lecteurs

La connaissance des tirages permet de prendre des mesures de marketing précises

Complémentarité de l'imprimé et du numérique

Les interférences entre les lecteurs-trices de la presse imprimée et de la presse numérique sont souvent faibles. Les marques de médias reposant sur l'imprimé et ayant un profil de lecteurs-trices sans affinité avec l'internet peuvent générer, à travers une plate-forme numérique attrayante, des potentiels de lecteurs-trices et d'utilisateurs-trices et ainsi, une part plus importante du tirage diffusé.

Le tirage payant en réponse à une culture du gratuit

Les filières média numériques proposant leurs contenus gratuitement parviennent à une très forte diffusion et mettent les maisons d'édition face à des défis majeurs. La réponse à ceux-ci passe par des valeurs ajoutées, à la fois pour l'utilisateur-trice et le marché publicitaire, c'est-à-dire un renforcement des performances éditoriales, de l'organisation de l'information, de la fidélisation des utilisateurs-trices et de l'impact publicitaire, par exemple à travers de nouvelles plates-formes de communication, des suppléments spéciaux et thématiques, en liaison avec une diffusion du tirage et une diffusion en ligne ciblée.

Des éléments quantitatifs et qualitatifs

Le tirage certifié est l'unique grandeur mesurée reposant sur les exemplaires contrôlés d'un titre, comptés au numéro et diffusés physiquement. Elle se distingue par conséquent clairement du taux de pénétration d'une publication qui, lui, indique le nombre de lecteurs-trices.

Readers per Copy – un indicateur pour les potentiels de tirage

Le taux de pénétration constitue une source importante pour la planification média et renseigne sur le nombre de lecteurs-trices d'un tirage moyen d'un titre de presse. Si l'on divise le lectorat d'un titre par son tirage, on obtient une valeur appelée Readers per Copy. Ce rapport entre tirage et taux de pénétration peut être utilisé pour la plausibilité des résultats de la recherche sur les lectorats. Il permet par ailleurs à la maison d'édition d'évaluer son positionnement par rapport à la concurrence et met en évidence les potentiels de tirage.

Exemple de lecture:

selon la stratégie média choisie, c'est un grand nombre ou un petit nombre de contacts par média qui ira dans le sens de la réalisation de l'objectif poursuivi. Pour une stratégie en largeur, un nombre plus faible de contacts peut être judicieux, pour une stratégie en profondeur, il est nécessaire d'avoir des contacts intenses et répétés avec les lecteurs-trices d'un titre. La valeur Readers per Copy varie en fonction du titre ou de la catégorie de titre et elle peut être utilisée de façon ciblée dans le cadre de la planification média.



**OFFRES MÉDIA
PERTINENTES POUR
LA PUBLICITÉ**



Journaux



Magazines



Offres Web

Autres catégories
de médias

Les besoins du marché en matière de:
TIRAGES CERTIFIÉS

PRESTATIONS

Certification des tirages REMP / CS

Soutien à la certification:

- Aide lors de la déclaration
- Réduction du travail à fournir
- Vérification sur place
- Regroupement des documents
- Transmission du tirage à La Poste et à l'OFCOM
- Représentation du client dans toutes les démarches postales
- Aide auprès de l'OFCOM pour tout ce qui le concerne
- Analyse des classements

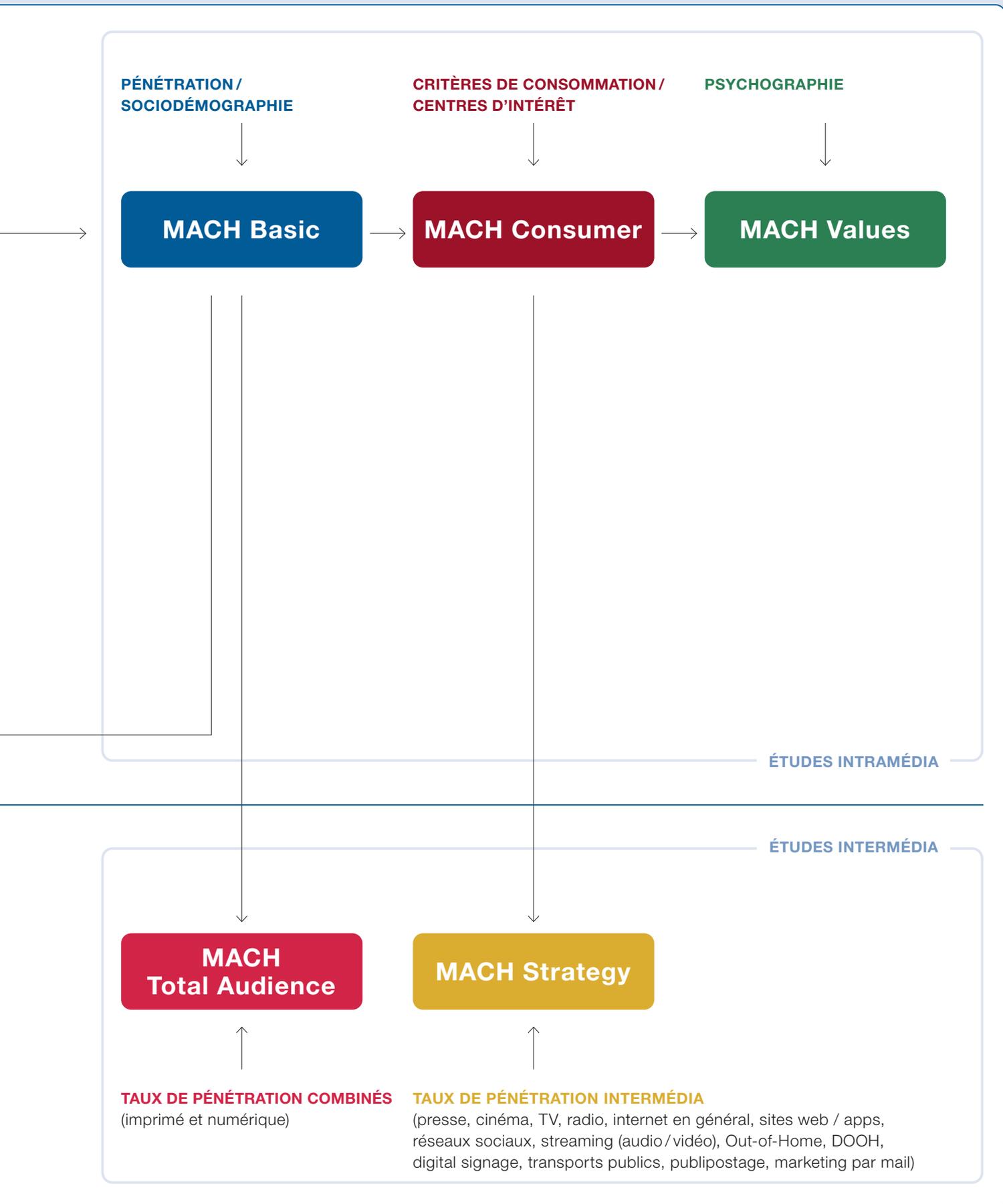
Soutien à la communication sur les tirages et les aides à la presse:

- Échange d'informations
- Classement des structures de tirage
- Argumentaire pour le marché lecteurs et annonceurs
- Classement pertinent pour les ventes en kiosque
- Classement des répliques et non-répliques
- Conseils lors de la constitution des dossiers sur les tirages
- Classement qualitatif des structures de distribution

BDMÉDIAS

Les besoins du marché en matière de:
**VISIBILITÉ / ACCESSIBILITÉ /
PLANIFICATION / RÉSERVATION**

NEXT>LEVEL



Nombreuses possibilités d'exploitation des tirages

La précision des chiffres concernant les tirages est essentielle tant pour l'édition que pour le médiaplanning

Le quotidien de l'édition

Les directeurs-trices de publication prennent des décisions stratégiques concernant les offres, le fond et la forme, ainsi que l'orientation et le positionnement sur le marché. En plus des objectifs supérieurs, ils définissent le cadre stratégique de la tarification ainsi que les filières de distribution et la politique de communication face aux lecteurs-trices et aux annonceurs. Les tirages constituent une aide aux directeurs-trices de publication lors de la prise de décisions dans les domaines suivants:

- Planification stratégique de l'évolution du tirage
- Évaluation du tirage imprimé et du tirage numérique
- Formulation d'objectifs de croissance pour le secteur numérique
- Optimisation des parts de recettes imprimé et numérique
- Usage ciblé des tirages gratuits:
 - niveau du tirage gratuit
 - proportion du tirage gratuit dans le tirage total
 - envoi à des groupes cibles élargis
 - mode et type d'envoi aux groupes cibles, etc.
- Nouvelles impulsions dans la recherche d'abonnés pour les filières numériques
- Poursuite de l'extension de l'offre de lecture dans les filières classique et numérique
- Mise au point d'un autre mode de communication pour le marché des lecteurs et celui des annonceurs
- Optimisation de l'offre compte tenu des rationalisations au niveau production
- Adaptation de la distribution à travers une extension innovante des différents modes de distribution

Le quotidien du médiaplanning

Pour le médiaplanning également, les tirages constituent une base déterminante. Les média-planneurs-euses assurent un usage optimal du budget publicitaire et examinent en continu le marché publicitaire de leurs clients à partir d'analyses de ces marchés et des groupes ciblés. Dans le domaine des médias, ce sont eux qui définissent la démarche stratégique et qui choisissent les médias qui seront retenus pour la campagne. Lors de l'évaluation des tirages imprimés, les informations suivantes sont de première importance pour les média-planneurs-euses:

- Niveau réel du tirage, tirage diffusé
- Part des tirages payants/gratuits
- Évolution du tirage imprimé et types d'offres numériques
- Structure des filières de distribution
- Utilisations possibles des données de diffusion pour les campagnes locales, régionales ou nationales avec des partenaires sur le marché (succursales, réseaux de revendeurs, etc.)
- Comparaison des tirages avec les résultats issus de la recherche sur les lectorats



Bulletin des tirages



Médias suisses et aides à la presse

Afin de soutenir la presse et la diversité d'opinion en Suisse, les journaux, magazines et revues professionnelles bénéficient de prix plus avantageux et de prestations spéciales

On distingue l'octroi de prix préférentiels pour les journaux et magazines par La Poste et les aides indirectes à la presse à travers les subventions annuelles supplémentaires de l'OFCOM.

Octroi de prix préférentiels pour les journaux (La Poste)

Toutes les publications paraissant régulièrement ne sont pas des journaux ou des magazines. C'est seulement la présence d'une certaine périodicité, d'un tirage minimum, d'une certification du tirage et d'autres critères qui font qu'un média peut prétendre à l'octroi par La Poste du prix préférentiel pour les journaux. Les conditions à remplir sont les suivantes:

- Parution au minimum trimestrielle
- Poids max. 1 kg, encarts inclus
- Tirage pour au minimum 1 000 abonnés
- Envoi d'au minimum 1 000 exemplaires à un minimum de 1 000 abonnés/membres par numéro
- Partie rédactionnelle d'au moins 15 % du total
- Pas de publication gratuite
- Certification du tirage par un organisme agréé

Aides indirectes à la presse

La presse locale et régionale ainsi que la presse associative et des fondations sans but lucratif bénéficient en outre des aides indirectes à la presse. Afin de soulager financièrement les petites et moyennes publications, la Confédération accorde chaque année des subventions à hauteur de 50 millions de francs. Cela permet à ces titres de bénéficier d'une réduction supplémentaire sur le prix de l'acheminement par La Poste. La plus grosse part, 30 millions de francs, est destinée à la presse locale ou régionale, quotidienne ou hebdomadaire. 20 millions de francs vont à la presse associative et des fondations. Toutes ces conditions doivent être remplies:

- Agrément par La Poste comme journal ou magazine
- Présentation à La Poste de la certification ou de la certification intermédiaire
- Demande d'aide à la presse auprès de l'Office fédéral de la communication (OFCOM)
- Attestation annuelle de satisfaction auxdites conditions

Dispositions légales applicables à la presse régionale et locale / à la presse associative et des fondations

Sont considérés comme journaux de la presse régionale et locale, les publications qui remplissent entre autres les critères suivants sur un total de 12 critères:

- Tirage total certifié
- Tirage certifié d'une moyenne d'au minimum 1 000 exemplaires sur abonnement
- Mode de parution trimestriel

Mise en réseau de diverses formes de publication

La certification des tirages, la recherche sur les lectorats et sur l'audience en ligne collaborent étroitement et offrent une image complète du marché

Module 1

Certification des tirages incluant répliques / non-répliques

La certification des tirages suit les titres paraissant régulièrement avec pour objectif d'obtenir des tirages exacts et de les rendre comparables au sein d'une catégorie de presse. La certification des tirages analyse aussi les points de contact des marques de médias reposant sur l'imprimé dans le domaine du numérique. Parmi ceux-ci, on trouve les répliques et les non-répliques: les répliques sont la version dématérialisée de l'édition principale d'un titre. Elles correspondent en tout point à la version imprimée: contenu, présentation (y compris l'emplacement des annonces) et mode de parution. Les répliques peuvent être enrichies par des vidéos, des galeries photos, de la musique ou du texte supplémentaire. Les non-répliques reposent sur la marque d'une édition imprimée ou d'une publication numérique, mais avec un contenu changeant ou ciblé. Cela signifie que le contenu (partie rédactionnelle et annonces) peut être modifié à tout moment. De la même manière, format et présentation peuvent être différents de ceux de la version imprimée.

Module 2

Recherche REMP sur les lectorats

En complément, le système de recherche de la REMP propose une base solide, surtout à travers deux études liées entre elles: MACH Basic, l'étude de pénétration des médias de presse, et MACH Consumer, la plus importante étude permanente consommation-médias de Suisse. Celle-ci fait apparaître combien de consommateurs-trices (d'un titre de presse défini) achètent un produit ou une prestation et quels magasins ils ou elles fréquentent. On y découvre également leur profil et leurs types de valeurs ainsi que leurs comportements de lecture concernant les journaux et les magazines. Ces deux études fondamentales ont pour mission, en tant qu'études nationales et représentatives, de fournir au secteur de la publicité et aux maisons d'édition des chiffres actualisés et validés sur les usagers des journaux et magazines en Suisse et au Liechtenstein.

Module 3

Diffusion et usage numériques

Outre le lectorat de la version imprimée d'une marque de médias reposant sur l'imprimé, l'étude intermédia des taux de pénétration MACH Total Audience comptabilise également son offre en ligne. Elle fournit ainsi des informations sur l'usage croisé d'une marque de médias et sur le nombre d'utilisateurs-trices qui recourent exclusivement à l'une ou l'autre des deux offres et de ceux et celles qui utilisent à la fois l'imprimé et l'offre numérique. Cette étude est réalisée en coopération avec Mediapulse.

Des données clés pour des décisions mieux fondées

La REMP fournit aux annonceurs et aux agences média des données et des outils complets pour la prospection et la planification média

	Études media	Audits	Produits de données				Services	Outils							
	Études intermédia et intramédia	Certification des tirages REMP/CS	Audit DOOH REMP	Audit Traffic Media REMP	RAPID (Realtime API Dataset)	PAC (Prediction Accuracy Check)	Statistiques de diffusion REMP	Statistiques des annonces	Dépenses publicitaires	BDmédias	Product Consulting	Ad-hoc Research	Facts & Figures REMP	NEXT > LEVEL	AGENCY.OS
DOMAINES D'APPLICATION															
	Analyse stratégique	●												→	→
	Planification tactique	●												→	→
	Analyse de marché / des médias	●												→	→
CRITÈRES DES GROUPES CIBLES															
	Sociodémographie	●			●	●					●	●	●	→	→
	Critères de consommation	●			●	●					●	●		→	→
	Psychographie	●									●	●		→	→
CATÉGORIES DE MÉDIAS															
	Presse	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●	→	→
	Cinéma	●			●				●		●	●		→	→
	TV	●			●				●		●	●		→	→
	Radio	●			●				●		●	●		→	→
	Internet en général	●			●						●	●		→	→
	Sites web / Apps	●	●		●	●		●	●	●	●	●		→	→
	Réseaux sociaux /influenceurs	●			●						●	●		→	→
	Streaming (audio / vidéo)	●			●						●	●		→	→
	Podcast	●			●						●	●		→	→
	Out-of-Home / DOOH	●	●	●	●				●		●	●		→	→
	Digital Signage	●	●	●	●				●		●	●		→	→
	Transports publics	●		●	●				●		●	●		→	→
	Publipostage	●			●				●		●	●		→	→
	Marketing par mail	●			●				●		●	●		→	→

Des chiffres issus d'une source neutre au lieu d'une autopublication

La certification des tirages REMP/CS publie les tirages officiels (imprimé et numérique) de la presse suisse.



WEMF AG für Werbemedienforschung

REMP Recherches et études des médias publicitaires
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zurich
+41 43 311 76 76
remp@remp.ch – www.remp.ch

