

**rēmp**  
wemf

# PORTRAIT

# Fiable et innovante

**En tant qu'organisation interprofessionnelle de recherche indépendante et neutre, la REMP agit pour la transparence sur le marché des médias et de la publicité. Elle fournit aux acteurs du marché des données stratégiques et tactiques essentielles à leurs décisions.**

La mission première de la REMP est l'étude systématique, permanente et impartiale des comportements relatifs aux médias et à la consommation. Mandatée par le secteur de la communication, la REMP est chargée de la recherche nationale sur les lectorats et de la certification des tirages de la presse, en Suisse et au Liechtenstein. En publiant notamment l'étude intermédia déjà bien implantée MACH Strategy, elle prend en compte l'évolution du marché en direction du tout-média. Elle certifie le DOOH et collecte diverses statistiques importantes pour le marketing. Avec MACH Consumer, elle publie la plus vaste étude annuelle sur la consommation et les médias en Suisse.

Avec la BDmédias, elle met à la disposition du marché une base de données permettant une planification efficiente de campagnes publicitaires. Avec Agency.OS, la REMP propose en outre un logiciel de réalisation et gestion de campagnes tous-médias.

Avec la Better Prediction Initiative (BPI), la REMP

aide les éditeurs, les sociétés de commercialisation d'espaces publicitaires et les annonceurs à valider et à optimiser leurs prévisions et à améliorer l'approche de leurs groupes cibles. Les premières offres de cette initiative sont le Prediction Accuracy Check (PAC) et le RAPID.

## Une approche cross-média et personnalisée

Les études de la REMP constituent des références pour la presse et le cinéma. La REMP collecte par ailleurs des données concernant la télévision, le streaming (audio/video), la radio, les podcasts, les offres Web, les réseaux sociaux, les jeux vidéo, l'Out-of-Home, le DOOH, le digital signage, les transports publics, le POS (Point of Sale), le direct mail et le marketing par mail.

Parallèlement aux études multiclient qui ont fait leurs preuves, la REMP propose, au cas par cas, des prestations individuelles de conseil et de recherche dans les domaines Product Consulting et Recherche ad hoc.



Pour en savoir plus  
[rem.ch/la-rem](http://rem.ch/la-rem)



### Impressum

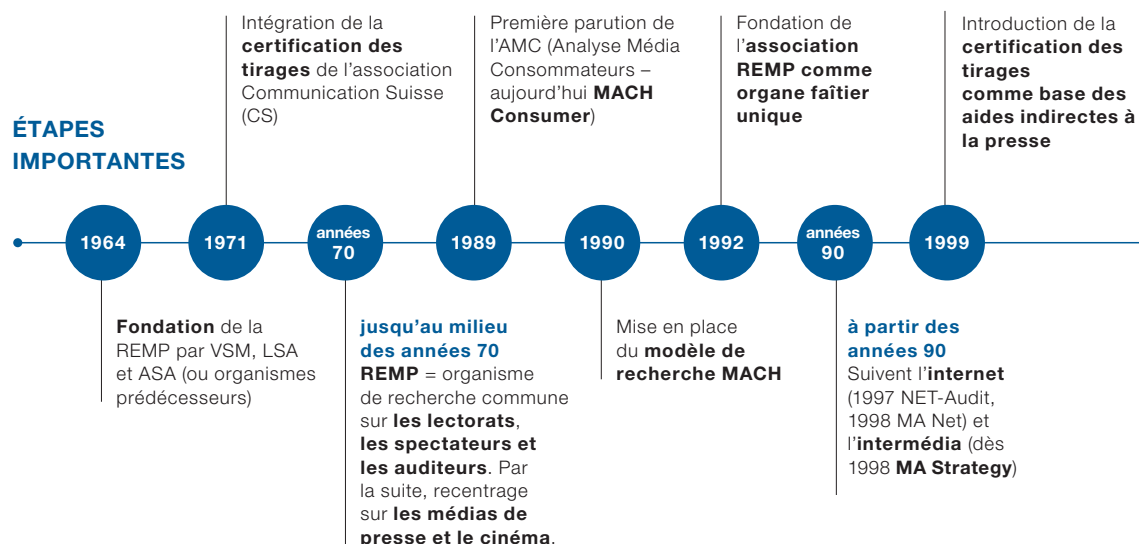
Édité par: WEMF AG  
 für Werbemedienforschung  
 REMP Recherches et études  
 des médias publicitaires

Bachmattstrasse 53  
 CH-8048 Zurich  
 +41 43 311 76 76  
[rem@rem.ch](mailto:rem@rem.ch)  
[www.rem.ch](http://www.rem.ch)

Conception graphique:  
 Linkgroup AG, Zurich

Date de publication:  
 juin 2026

Remarque: sous réserve  
 de coquilles, d'erreurs et  
 de modification.



## À l'écoute du secteur de la communication

Depuis la fondation de la REMP en 1964, le paysage médiatique s'est profondément modifié. La REMP ne s'est pas laissé distancer et a continué à développer son offre en fonction des plus récentes connaissances scientifiques, en l'adaptant aux évolutions des médias du moment et aux besoins du marché. Elle porte un regard particulièrement attentif à l'observation stratégique du tout-média, de plus en plus importante pour le marché, ainsi qu'à la mise à disposition d'informations exhaustives sur les groupes cibles, à destination des annonceurs. Parallèlement à la mise à disposition de données stratégiques et tactiques pertinentes, le développement d'utilitaires pour le marché de la publicité et des médias est un élément clé de la stratégie de la REMP. Dans ce contexte, la REMP a repris la société Immediate GmbH, basée à Brême.

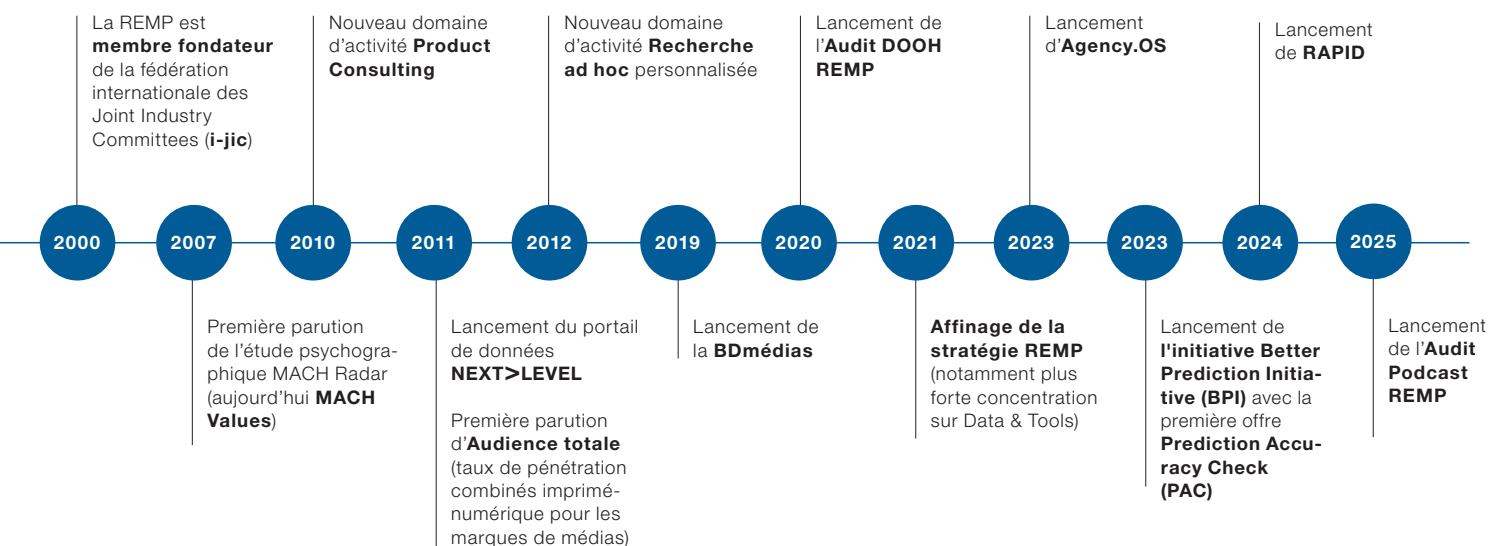
Depuis plus de dix ans, la REMP détient en outre une participation minoritaire dans la société Intervista AG, spécialiste de la recherche en ligne.

### Vision

«Grâce à des **données de qualité**, fiables et **essentielles**, issues d'une source indépendante et transparente, les professionnels·lles du marketing et les responsables média prennent des **décisions mieux fondées.**»

### Mission

«La REMP est **leader en matière d'audits** pour le marché suisse des médias et de la publicité, elle a l'expérience de la **définition de valeurs de référence** pour la recherche sur l'usage, l'audience et les groupes cibles en mettant l'accent sur les médias physiques en Suisse, et elle est également **une facilitatrice compétente et un partenaire recherché** en matière de collecte, utilisation, exploitation et publication de données.»



# Bien implantée dans la profession

**La REMP est un Joint Industry Committee (JIC). L'association REMP est composée de délégué-e-s des principales associations sectorielles. Trois commissions conseillent la REMP.**

## Association REMP

La REMP est organisée sous forme de société anonyme. L'association détient 100% des actions (capital-actions: 1 000 000 francs) en tant qu'unique détentrice de la REMP Recherches et études des médias publicitaires et ne poursuit aucun but lucratif, à l'instar de la société anonyme. Elle nomme le Conseil d'administration de la REMP et est composée de délégué-e-s des associations suivantes: SCHWEIZER MEDIEN (VSM), MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA, KS/CS Communication Suisse, Association Suisse des Annonceurs ASA et Leading Swiss Agencies (LSA). L'organe suprême de l'association REMP est son assemblée générale.

## Conseil d'administration et direction

Le Conseil d'administration et la direction de la REMP sont composés des personnes suivantes (situation au 17.6.2024):

### CONSEIL D'ADMINISTRATION

<b>Marcel Kohler</b> association SCHWEIZER MEDIEN, président	<b>Beat Krebs</b> délégué de Leading Swiss Agencies	<b>Thomas Passen</b> délégué de l'association SCHWEIZER MEDIEN
<b>Yvonne Baumgartner</b> déléguée de l'Association Suisse des Annonceurs ASA	<b>Thierry Kunstmann</b> délégué de MÉDIAS SUISSES	<b>Roberto Rhiner</b> délégué de l'association SCHWEIZER MEDIEN
<b>Johannes Boege</b> délégué de l'association SCHWEIZER MEDIEN	<b>Christof Marty</b> délégué de l'association SCHWEIZER MEDIEN	<b>Rocco Salvioni</b> délégué de l'association SCHWEIZER MEDIEN

### DIRECTION

<b>Jella Hoffmann <sup>a</sup></b> Chief Executive Officer (CEO)	<b>Roland Achermann <sup>c</sup></b> Director of Media Audits	<b>Marie-Ange Pittet <sup>e</sup></b> Director of Marketing and Sales
<b>Marc Sele <sup>b</sup></b> Deputy Chief Executive Officer and Executive Director of Data and Tools	<b>Finn Stein <sup>d</sup></b> Director of Research and Development	



## Commissions

Trois commissions conseillent la REMP et accompagnent ses projets. Elles assurent la qualité, l'impartialité et la proximité du marché des activités de la REMP. Les membres des commissions sont nommés par le Conseil d'administration de la REMP pour un mandat de trois ans.

### Commission de recherche (CR)

La Commission de recherche (CR) conseille la REMP sur les questions de méthodologie et de techniques de recherche. Les membres de la CR sont nommés ad personam.

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

La Commission de certification des tirages et de la diffusion (CCTD) conseille le Conseil d'administration de la REMP sur la définition des contenus du règlement en matière de certification des tirages. La CCTD est composée de délégué-e-s des principales associations des secteurs médias et marketing. En cas de contestation de décisions prises dans le cadre dudit règlement, c'est la CCTD qui tranche en dernière instance.

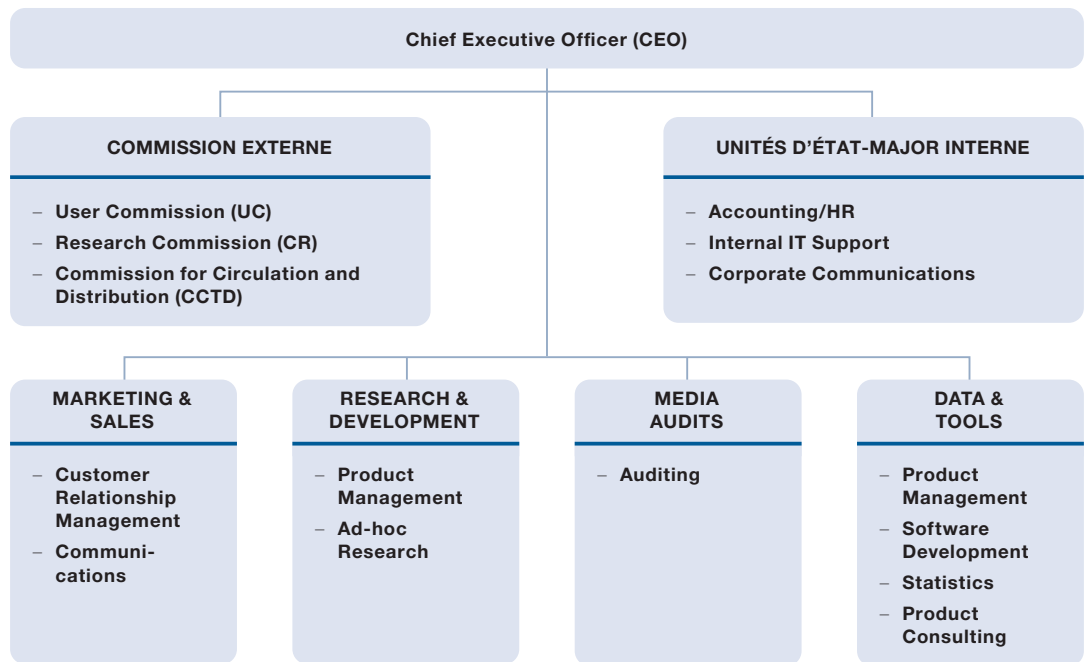
### User Commission (UC)

La User Commission (UC) observe l'évolution du paysage médiatique et publicitaire et de la recherche commerciale sur les médias publicitaires. Elle conseille la direction de la REMP en ce qui concerne les besoins actuels, l'adéquation et l'usage des produits et applications disponibles dans la pratique.

## Organigramme

### Compétence professionnelle et investissement personnel sans faille

La compétence professionnelle avérée et l'investissement personnel sans faille de chacun et chacune des membres de l'équipe de la REMP sont les garants de la qualité des études et des prestations de conseil. Près de la moitié de nos collaborateurs et collaboratrices sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur. L'entreprise, à l'organigramme très allégé, publie chaque année entre dix et quinze études de marché et des médias.



Commissions, liste  
actuelle des membres  
[rempe.ch/organisation](http://rempe.ch/organisation)



20,5  
ETP (équivalent temps plein)

26  
Nombre de collaborateurs-trices

58%  
42%

Répartition femmes / hommes

# L'OFFRE DE LA REMP

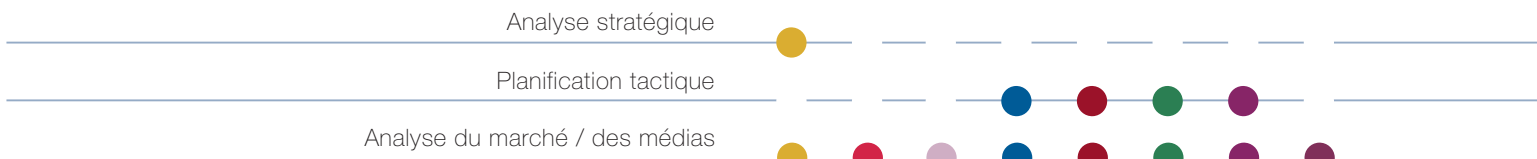
## Études média

Études intermédia

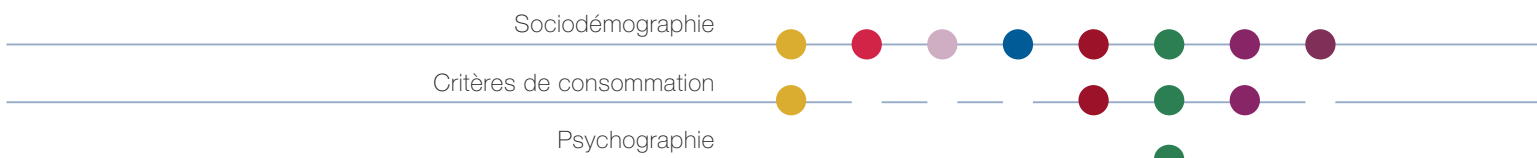
Études intramédia



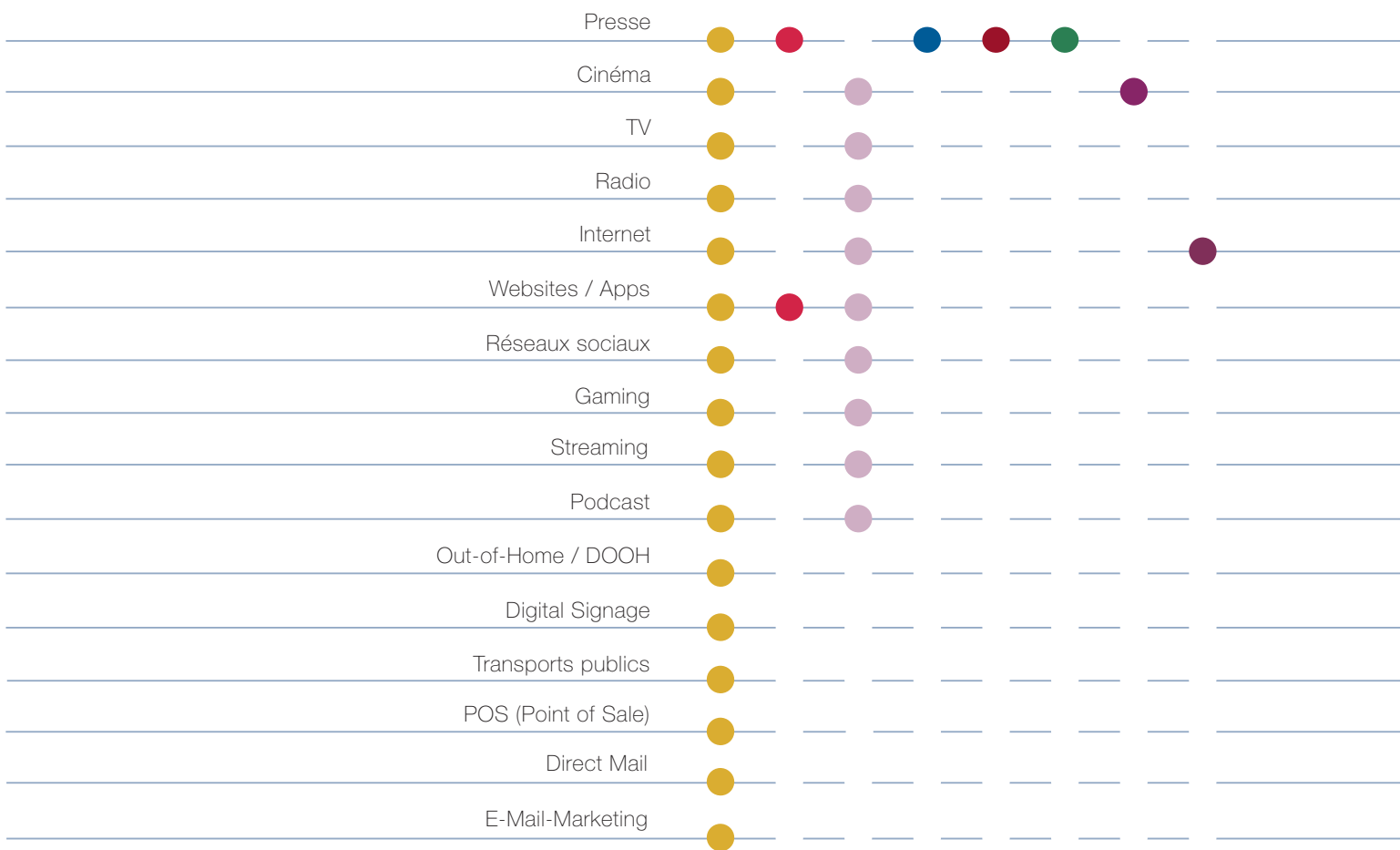
### DOMAINES D'APPLICATION



### CRITÈRES DES GROUPES CIBLES



### CATÉGORIES DE MÉDIAS



## Audits

Certification des tirages REMIP/CS  
Audit DOOH REMIP  
Audit Traffic Media REMIP  
REMP Audit Podcast

## Data Solutions

RAPID (Realtime API Dataset)  
PAC (Prediction Accuracy Check)  
Statistiques de diffusion REMIP  
Statistiques des annonces  
Dépenses publicitaires  
BDmédias

## Services

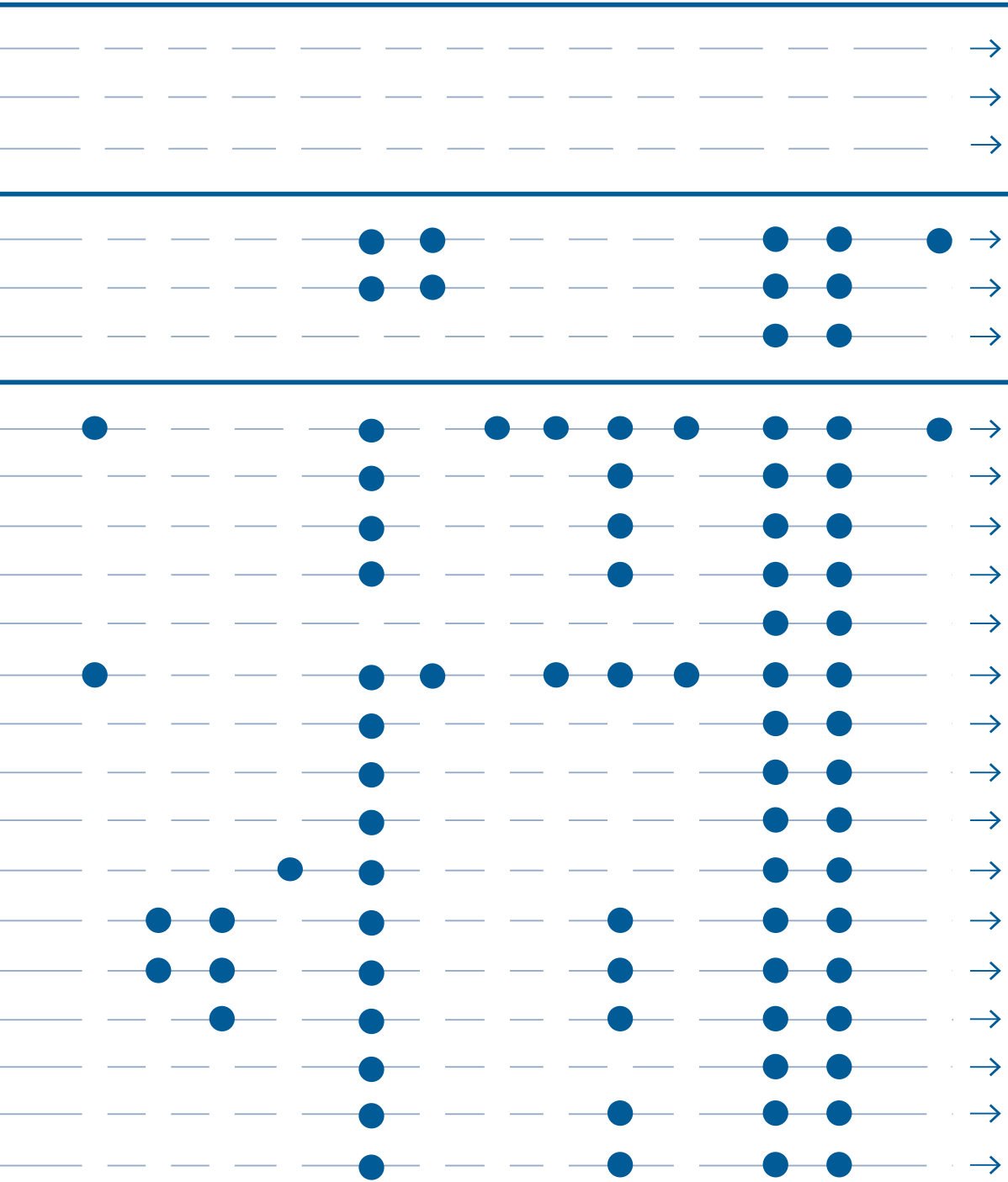
Product Consulting  
Ad-hoc Research

## Outils

Facts & Figures REMIP

NEXT>LEVEL

Agency.OS



## PORTAIL INFORMATIQUE

## L'UTILITAIRE DE GESTION POUR LES CAMPAGNES TOUS-MÉDIAS

# Produits et prestations proposés au marché des médias et de la publicité

**La REMP fournit aux annonceurs, aux agences média, aux sociétés de médias et aux régies publicitaires des données exhaustives et des outils complets permettant de prospecter les marchés de façon ciblée, de réaliser des étalonnages et de faire des promotions.**



## ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

**Des données neutres et comparables, obtenues de manière empirique**

### ÉTUDES INTERMÉDIA –

**Une vision globale du marché**

**MACH Strategy** – l'étude intermédiatique nationale permet d'analyser la formule média optimale: presse, cinéma, télévision, radio, Internet en général, sites Internet / applications, réseaux sociaux, streaming (audio / vidéo), podcasts, Out of Home, DOOH, affichage numérique, transports publics, publipostage et marketing par e-mail.

**MACH Total Audience** – l'étude intermédia (print et online) permet l'analyse combinée, au niveau des indicateurs, des pénétrations des titres de presse et des offres Web correspondantes. Elle est une aide précieuse pour le calcul des taux de pénétration de marques de médias ayant une offre imprimée et en ligne.

**IGEM-Digimonitor** – l'étude représentative de l'utilisation des médias et appareils électroniques porte sur l'utilisation de la TV, du cinéma, de la vidéo, de la radio, de l'audio, du streaming, du télétexte, des podcasts, des bloqueurs de publicité, des jeux, des visioconférences, des applications payantes, des chatbots, de la réalité virtuelle, des cryptomonnaies et des réseaux sociaux par le biais des différents terminaux. La REMP et l'IGEM (groupement d'intérêt des médias électroniques) assurent ensemble la publication de cette étude.

### ÉTUDES INTRAMÉDIA –

**Des informations fiables sur les lectorats, utilisateurs·trices et consommateurs·trices**

**MACH Basic** – l'étude nationale des lectorats incluant taux de pénétration et structure des utilisateurs·trices porte sur env. 250 titres (y c. e-papers) et combinaisons. Elle constitue l'outil de base de la planification média dans la presse suisse.

**MACH Consumer** – la plus importante étude permanente consommation-médias de Suisse fait apparaître les liens entre comportements d'information et de consommation ce qui en fait l'outil idéal pour la planification marketing et média visant des groupes cibles de consommation.

**MACH Values** – l'étude psychographique intuitive fait le lien entre données psychographiques et informations sur l'utilisation de la presse et sur la consommation et renseigne notamment sur les valeurs défendues par les clientèles existantes et potentielles.

**MACH Cinema** – l'étude sur les cinémas permet des observations différenciées en fonction des taux de pénétration saisonniers et ainsi une planification précise des campagnes au cinéma. Elle intègre la totalité des informations sur la consommation de MACH Consumer.

**MA Net** – l'étude sur les utilisateurs·trices de l'internet fournit des informations sur la couverture (part des Onliner et Offliner) et la fréquence d'utilisation globale de l'internet. Ces données peuvent être croisées avec des données sociodémographiques et géographiques.



## DATA SOLUTIONS

### Des données complètes pour la Planification et analyse

#### STATISTIQUES DE DIFFUSION REMP –

##### Les données sur la diffusion géographique de la presse

Les statistiques de diffusion aident à planifier les campagnes publicitaires dans la presse locale et régionale. Elles montrent de manière détaillée où sont diffusés les tirages certifiés de la presse quotidienne et hebdomadaire. En outre, elles mettent en évidence le nombre de ménages susceptibles d'être touchés par une annonce dans un des titres de presse participants.

#### DÉPENSES PUBLICITAIRES –

##### Les investissements publicitaires en Suisse

Cette étude des dépenses publicitaires nettes effectuées en Suisse est réalisée chaque année et fait apparaître les recettes indiquées par les prestataires médias suisses. Elle inclut un large éventail de catégories de médias et est mise en œuvre dans le cadre d'analyses et pour la planification stratégique. Les dépenses publicitaires sont calculées par la REMP, mandatée par la Fondation Statistique Suisse en Publicité.

#### STATISTIQUES DES ANNONCES

##### DANS LA PRESSE SUISSE –

##### L'évolution du volume d'annonces

Les statistiques sur les annonces fournissent chaque mois des informations sur l'évolution du volume d'annonces dans les titres de la presse suisse (journaux et magazines). La REMP collecte ces données à la demande du VSM. Y figurent le nombre d'annonces vendues et la valeur correspondante en francs (recettes publicitaires nettes). Ces statistiques sont à la disposition des maisons d'édition participantes.

#### RAPID (REALTIME API DATASET) –

##### Enrichissement automatique des informations utilisateur

Grâce à une connexion d'interface (API), l'ensemble de données RAPID permet d'enrichir les prévisions en temps réel avec des informations utilisateur issues de l'ensemble de données MACH. Il ouvre de nombreuses opportunités permettant d'affiner les profils des utilisatrices et utilisateurs en ligne et de diffuser des contenus et des publicités ciblées.

#### PREDICTION ACCURACY CHECK –

##### Validation et optimisation des prévisions

Le Prediction Accuracy Check (PAC) valide et vérifie les prévisions de ciblage en ligne d'un éditeur ou d'une société de commercialisation d'espaces publicitaires en les comparant avec les données représentatives de l'enquête REMP. Il analyse si les résultats agrégés de la prévision, tels que les distributions sociodémographiques, les intérêts, les intentions d'achat et les affinités avec la marque, sont conformes aux résultats de l'ensemble de données indépendant et représentatif constitué par la REMP.

#### BD MÉDIAS –

##### La base de données pour la planification de campagnes publicitaires

La base de données médias permet une planification sans faille des campagnes publicitaires, depuis l'analyse jusqu'à l'achat d'espace. Elle rend les offres des publications importantes pour le marché publicitaire à tout moment visibles, accessibles, planifiables, chiffrables et commercialisables. La BDMédias inclut la totalité des informations essentielles sur les publications et les tarifs ainsi que les données d'insertion et de production des journaux et magazines imprimés et en ligne listés.



Gamme Études média  
[remp.ch/etudes-media](http://remp.ch/etudes-media)



Gamme Audits  
[remp.ch/audits](http://remp.ch/audits)



Gamme Statistiques  
[remp.ch/statistiques](http://remp.ch/statistiques)





## AUDITS MÉDIA

### Valeurs de performance officielles, neutres et certifiées

#### CERTIFICATION DES TIRAGES REMP/CS – Les tirages officiels de la presse suisse

La certification des tirages détermine le nombre de tirages officiels (imprimés et en ligne) de la presse suisse. Elle fournit ainsi des informations objectives aux annonceurs, aux directions, aux éditeurs et aux rédactions. Les associations du secteur publicitaire reconnaissent de façon formelle les chiffres des tirages certifiés par la REMP et l'association KS comme les seuls chiffres devant officiellement être pris en compte

#### AUDIT DOOH REMP – La certification de campagnes DOOH

L'audit Digital Out-of-Home permet aux régies d'affichage DOOH de prouver à leur clientèle qu'une campagne est bien parue comme convenu. La régie a la possibilité de générer, pour chaque campagne suivie, un certificat numérique qui fait apparaître en toute transparence les performances mesurées.

#### AUDIT TRAFFIC MEDIA REMP – L'audit de la publicité dans les transports publics

La certification des supports publicitaires analogiques et numériques dans les transports publics fournit aux sociétés qui commercialisent lesdits supports des arguments de poids en faveur de leurs ventes de surfaces publicitaires.

#### AUDIT PODCAST REMP – La certification des podcasts

La certification des podcasts permet aux médias et aux productrices et producteurs de podcasts de prouver à leur clientèle publicitaire que les chiffres sur les téléchargements qu'ils publient ont fait l'objet d'une certification officielle.



## OUTILS

### Analyses de données et création de graphiques en quelques clics

#### NEXT>LEVEL – Le portail de données complet

Ce portail informatique pratique inclut les études, les statistiques et les bases de données, permettant ainsi aux participants aux études, aux planificateurs-trices média et aux annonceurs d'accéder à des données, de les exploiter et de générer des représentations graphiques. Cet utilitaire fournit rapidement et simplement des informations exhaustives sur les valeurs média, le positionnement sur le marché et la structure des utilisateurs-trices des différents médias.

#### FACTS & FIGURES REMP – L'application pratique

Cette appli gratuite permet de visualiser et de comparer de manière très simple les tirages et les taux de pénétration actualisés d'environ 780 journaux et magazines suisses.

#### AGENCY.OS – L'utilitaire de gestion pour les campagnes tous-médias

Agency.OS est l'utilitaire de gestion convivial et complet pour les campagnes tous-médias et les tâches administratives des agences média. Il permet de planifier de façon efficiente les campagnes média, de les optimiser, de les facturer et d'établir des rapports.



Gamme Bases de données  
[remp.ch/bases-de-donnees](http://remp.ch/bases-de-donnees)



Gamme Outils  
[remp.ch/outils](http://remp.ch/outils)



Facts & Figures REMP



pour iOS



pour Android





## SERVICES

### Des conseils personnalisés et une recherche sur mesure

#### PRODUCT CONSULTING –

##### Un soutien au service d'une analyse efficace

Le service Product Consulting aide les maisons d'édition, les annonceurs et les agences à analyser et à traiter les données de la REMP. Ces conseils sont dispensés dans un souci de proximité avec la pratique et en tenant compte des besoins de chaque client et cliente.

#### FORMATION NEXT>LEVEL –

##### Un outil très pratique expliqué simplement

Dans le cadre de la formation NEXT>LEVEL, les spécialistes de la REMP présentent les innombrables fonctions et possibilités d'analyse de ce portail informatique et expliquent comment l'utiliser au mieux, en fonction de ses besoins. Les modules de formation sont personnalisés et peuvent se dérouler en ligne ou en présence des participant·e·s.

#### PERSONAS –

##### La création personnalisée de typologies

Les exploitations spécifiques des données MACH Consumer permettent de constituer des personas individuels (typologies). Cette prestation, qui permet d'analyser les groupes cibles et de s'adresser à eux de manière efficace, est proposée conjointement par la REMP et ses partenaires du domaine statistique et modélisation (p. ex. afo solutions ag).

#### AD-HOC RESEARCH –

##### Une recherche personnalisée

À travers les prestations de recherche ad hoc, les maisons d'édition et les annonceurs obtiennent des réponses sur mesure à leurs interrogations spécifiques. La REMP élabore avec le client ou la cliente un concept de recherche personnalisé mettant en œuvre la méthodologie la mieux adaptée pour répondre à ses interrogations. La REMP prend en charge la totalité du pilotage du projet et coopère, pour ce qui est de sa réalisation, avec des partenaires fiables.

## PARTENARIATS ET AFFILIATIONS

### Un excellent réseau national et international

Grâce à son vaste réseau et à son engagement, la REMP a toujours connaissance des tendances et est à l'avant-garde du développement de solutions d'avenir pour la profession.

Du fait de son implication dans diverses organisations nationales et internationales, la REMP dispose d'un excellent réseau, y compris par-delà les frontières nationales. Ses spécialistes ont régulièrement des échanges, lors de rencontres internationales (EMRO, ESOMAR, IFABC, etc.), sur les dernières technologies mises en œuvre de par le monde, sur les méthodes et les tendances dans le domaine de l'audit des médias.

La REMP est membre fondateur de l'association internationale des Joint Industry Committees (i-jic) pour la recherche sur les médias. L'i-jic a pour objectif principal de promouvoir le concept et le développement des Joint Industry Committees à l'échelle mondiale et de faire progresser la qualité et les approches de la recherche sur les médias.

En outre, la REMP se rassemble depuis 2020 sous le logo commun D-A-CH avec les organismes nationaux d'audit et d'observation des supports publicitaires



Gamme Services  
[rempp.ch/services](http://rempp.ch/services)



Affiliations et  
partenariats actuels  
[rempp.ch/partenariats](http://rempp.ch/partenariats)



# Des faits clairs au lieu de vagues suppositions

Grâce à une connaissance approfondie des populations, des marchés, des marques et de l'ensemble des médias, la REMP est synonyme de transparence sur le marché des médias et de la publicité.



**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.wemf.ch

