

REMP – juste une question de chiffres?

Chaque année, en automne, paraissent les nouveaux chiffres REMP. Nous vous expliquons pourquoi le volume des tirages certifiés, la pénétration et le nombre des lecteurs sont importants pour la branche.

Affinité, MACH Basic, coût par 1000 contacts... le jargon propre au monde de la publicité et des médias utilise quantité de termes très spécifiques. Les chiffres issus des statistiques ne sont cependant pas seulement importants pour les annonceurs. Les drogueries peuvent aussi tirer bénéfice de ces données statistiques.

Chiffres certifiés

L'organisation de recherches et études des médias publicitaires, REMP, veille à assurer la transparence dans le marché suisse des médias et de la publicité. Elle réalise à cet effet de nombreuses études et statistiques de la branche. Les chiffres certifiés des tirages des médias imprimés à parution régulière sont parfaitement comparables car ils sont tous relevés selon les mêmes critères. «S'il n'y avait pas cette certification, chaque média pourrait annoncer les chiffres qui l'arrange et les annonceurs auraient de la peine à se faire une idée de la situation du marché», explique Susanne Werder, responsable des ventes et du sponsoring à l'Association suisse des droguistes.

Contrairement à la *Tribune du droguiste*, *d-inside* n'est pour l'instant que provisoirement certifié en raison des changements intervenus depuis la dernière enquête REMP. «La certification n'est pas indispensable car *d-inside* a une autre fonction que la *Tribune du droguiste*», précise Susanne Werder. En effet, son objectif est d'offrir des informations professionnelles ciblées aux droguistes et non de générer un important volume d'annonces.

Le point de vue des annonceurs

Les chiffres relatifs au tirage et au lectorat ainsi qu'à la pénétration sont essentiels pour déterminer l'importance d'un média sur le marché. Le client décide, en fonction de son produit, de son budget et de son groupe-cible, dans quel média placer ses annonces. Une grande affinité et l'utilisation de synergies garantissent à l'annonceur que le magazine atteindra son groupe-cible.

Avec une pénétration de 32.6 % auprès du lectorat féminin, la *Tribune du droguiste* est un excellent outil pour atteindre les lectrices. Avec 3,36 lecteurs par exemplaire (chiffre établi sur la base de statistiques), le magazine de la profession est intéressant pour les annonceurs qui souhaitent travailler sur le long terme.

Source potentielle de conflit

Les annonces qui paraissent dans la *Tribune du droguiste* proviennent essentiellement d'entreprises qui sont actives dans le canal de la droguerie. Certaines firmes ne peuvent cependant pas placer toutes les annonces qu'elles souhaiteraient. «Nous devons renoncer aux annonces qui pourraient représenter une source potentielle de conflit avec les produits figurant dans l'assortiment des drogueries», poursuit notre interlocutrice. La publicité pour un yaourt stimulant la digestion pourrait par exemple inciter le lecteur à se procurer cet article dans un supermarché au lieu d'aller chercher conseil dans sa droguerie. Lorsqu'il s'agit de décider si une annonce paraîtra ou non dans la *Tribune du droguiste*, le département des ventes n'oublie jamais que ce magazine constitue avant tout une plate-forme de communication pour la branche.

Un atout pour les drogueries

Un tirage élevé et une bonne pénétration ne sont pas seulement des critères importants pour le marché publicitaire: les drogueries profitent aussi de ces chiffres positifs. Toutes les personnes qui lisent la *Tribune du droguiste*, soit 1,13 million de lecteurs, sont des clients potentiels pour les drogueries. Une distribution ciblée du magazine peut donc permettre de fidéliser de nouveaux clients. Et Susanne Werder de conclure: «Grâce à son bon tirage et à son fort taux de pénétration, la *Tribune du droguiste* est un média intéressant pour les annonceurs. Cela permet aux droguistes de continuer à utiliser ce média comme outil d'aide à la vente.»

Petit ABC du monde des médias

Les termes suivants sont importants pour comprendre et interpréter les chiffres REMP (les données se basent sur les chiffres 2006 de la *Tribune du droguiste*).

– **Affinité:** indice traduisant l'aptitude d'un média à toucher un groupe-cible. L'indice d'affinité de 137 auprès des femmes signifie que la *Tribune du droguiste* a une affinité supérieure à la moyenne (100) et permet donc d'atteindre particulièrement bien ce public-cible. L'indice d'affinité de 16 auprès des hommes est en revanche inférieur à la moyenne.

_ **Heavy User:** les «heavy users» lisent en général cinq ou six numéros consécutifs d'un titre. La *Tribune du droguiste* comptant beaucoup de «heavy users», elle dispose donc d'un lectorat fidèle.

_ **MACH Basic:** l'étude nationale sur le lectorat met à disposition de la branche suisse de la publicité la pénétration officielle des journaux et des magazines.

_ **MACH Consumer:** la plus importante étude consommation et média en Suisse. Elle combine des données sur la consommation et sur l'utilisation des médias.

_ **Pénétration** (nette): la pénétration indique le nombre de lecteurs d'une édition moyenne d'un titre. Avec une pénétration globale de 23.7, la *Tribune du droguiste* se situe devant *Gesundheit Sprechstunde* et *Glückspost*, mais derrière le *Beobachter* et le *Schweizer Illustrierte*. Avec une pénétration de 32.6 % chez les femmes, la *Tribune du droguiste* se positionne en revanche nettement mieux que tous les magazines cités précédemment. Le nombre de lecteurs de plus de 35 est également un des plus élevés.

_ **Coût par 1000 contacts (CMC):** valeur de référence indiquant le rapport entre le coût des moyens publicitaires et le lectorat brut que l'on souhaite toucher. Ainsi, il en coûte CHF 15.70 à l'ASD pour générer 1000 contacts avec une page de la *Tribune du droguiste*.

Exemplaires supplémentaires

Le programme rédactionnel 2008 de la *Tribune du droguiste* et des suppléments paraîtra dans les prochains jours. Des thèmes intéressants et variés pour donner à vos clients des informations concernant les domaines de la santé, de la beauté et de l'entretien. N'attendez pas pour commander les exemplaires supplémentaires pour l'année à venir à l'aide du bulletin annexé.