

09.09.2003 - 00:15 Uhr

Toutes les informations pour mieux connaître les groupes cibles de consommation en Suisse

Zurich (ots) -

Embargo jusqu'au 9 septembre 2003, 0h15

L'édition 2003 de l'étude MACH Consumer qui a été publiée le 9 septembre 2003 par la WEMF / REMP, fournit des informations actuelles aux annonceurs ainsi qu'aux entreprises proposant leurs produits et services aux consommateurs. Basée sur plus de 11 000 interviews, MACH Consumer est la plus grande étude suisse sur les consommateurs et rend quasi chaque groupe cible transparent. De plus, elle est la seule étude qui combine les données sur le comportement de consommation et l'utilisation des médias des Suisses. MACH Consumer vous permet non seulement d'apprendre ce que les groupes cibles visés achètent, consomment et pensent, mais encore avec quels médias ils peuvent être atteints le plus efficacement.

MACH Consumer couvre les marchés suivants (résumé) :

Biens de consommation courante :

Aliments utilisés dans le ménage, habitudes alimentaires, boissons sans alcool, boissons alcoolisées, tabac, soins corporels et produits de beauté, produits pour bébés / enfants jusqu'à 3 ans, nettoyage de la maison, lieux d'achat, habitudes en matière d'achat

Mode / accessoires :

Vêtements / mode, vêtements de sport, chaussures, montres, bijoux, lieux d'achat, habitudes en matière d'achat

Logement :

Logement / ameublement, animaux de compagnie, inventaire du ménage, achat d'appareils, jouets

Mobilité :

Utilisation de moyens de transport, automobile, vélo, moto / vélomoteur, opinions

Santé :

santé et tout ce qui a trait à la santé, remèdes

Activités / hobbies :

Activités de loisirs, activités sportives, cours de perfectionnement ou de loisirs

Voyages :

Voyages de courte durée, vacances, voyages d'affaires

Argent :

Banques / argent / placements, assurances / caisses-maladie

Achats :

Habitudes d'achat / informations, commerces locaux, achats dans la région

Intérêts et comportements :

Attitudes / opinions, typologie "Mondes des valeurs Suisse"

Comportement d'information :

Canaux d'information pour 23 groupes de produits et de services différents

Centres d'intérêt :

Intérêt de la population pour 33 thèmes culturels, politiques, économiques et de loisirs

Médias :

Environ 200 journaux, magazines et combinaisons de titres ainsi que les pools de cinémas "cinecom" et "Mediavision"

Fournisseur

Les résultats de l'étude sont publiés dans un volume de rapport accompagné d'un CD-Rom. L'étude au prix de CHF 500.- peut être commandée auprès de :

WEMF AG für Werbemedienforschung
REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53
8048 Zurich,
Tél. +41/1/434'31'11
E-mail : wemf@wemf.ch

Contact:

REMP Recherches et études des média publicitaires
Bachmattstrasse 53
8048 Zurich
Tél. +41/1/434'31'11
Fax +41/1/434'31'12
E-Mail: wemf@wemf.ch

Monsieur Rolf Blum
Responsable de projet
Ligne directe +41/1/434'31'03
E-Mail rolf.blum@wemf.ch

Madame Carine Lins
responsable marketing
Ligne directe +41/1/434'31'05
E-Mail : carine.lins@wemf.ch

Cette annonce peut être consultée sur <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003689/100466529>