



ETUDE STRATÉGIQUE PLURIMÉDIA 2011-2012

CHAMPS DE L'ÉTUDE

TERRAIN	<p>L'étude a été confiée à : TNS Media, square F. Riga 30, 1030 Bruxelles.</p> <p>Pour le travail sur le terrain, TNS Media a fait appel à : N.I.D., (National Institute for Data collection), Square F. Riga 30, 1030 Bruxelles</p> <p>Le terrain s'est déroulé du 1 juin 2011 au 31 mai 2012.</p>
UNIVERS DE RÉFÉRENCE , NOMBRE D'ENQUÊTES ET TAUX DE SONDAGE	<p>L'univers de référence est la population résidant en Belgique et âgée de 12 ans et plus.</p> <p>Au 1er janvier 2011, la Belgique comptait 10.937.804 résidents dont 9.457.201 étaient âgés de 12 ans ou plus. Les interviews média exploitables au final sont au nombre de 10.488.</p> <p>Le taux de sondage est donc égal à $9.457.201 / 10.488 = 901,7$.</p>
MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE	<p>Echantillon aléatoire sur base de quartiers INS. Les interviews sont réparties dans l'espace entre les 43 arrondissements du territoire belge, proportionnellement à la population âgée de 12 ans et plus qui y habite.</p>
COLLECTE DES DONNÉES	<p>L'étude CIM PMPA, c'est-à-dire « L'étude Plurimedia-Produits-Attitudes », comprend deux volets d'enquête qui se situent dans le prolongement l'un de l'autre. Le premier volet est réalisé en face-à-face au domicile des répondants. Le deuxième volet est réalisé chez les mêmes répondants par le biais d'un questionnaire auto-complété.</p> <p>Parmi les 9.420 individus qui ont accepté de participer au deuxième volet de l'étude, on en compte 5.346 qui ont effectivement renvoyé leur questionnaire, ce qui correspond à un taux de retour de 56,8%.</p> <p>Suite à la relecture des 5.346 questionnaires avant encodage et suite aux contrôles réalisés sur les questionnaires encodés, la base de questionnaires exploitables se monte à 4.913 questionnaires auto-complétés.</p>



ASCRPTION	La Commission Technique PMPA a opté pour une ascription réalisée sur la base des 4.913 questionnaires auto-administrés exploitables 2011-2012 afin de reconstruire les 5.575 questionnaires manquants. Notons que, tout comme l'année dernière, vu le faible taux de retour, il y a plus de receveurs (PMP no) que de donateurs (PMP yes).
-----------	--

PUBLICATION DES RÉSULTATS

Les fiches d'audience complètes des groupements par média (univers national) sont mises à la disposition du grand public sur le site Internet du CIM à l'adresse www.cim.be

Les membres du CIM qui ont participé au financement de l'étude ont accès aux éléments suivants :

- les fiches d'audience complètes en PDF et en XLS sur les univers nationaux, néerlandophones et francophones
- les fiches d'audience réduites pour les titres avec moins de 50 observations

Seuls les logiciels certifiés suivants peuvent être utilisés par les souscripteurs de l'étude :

- Galileo de TNS
- Pressure de ANT Research
- Sesame de Bucknull & Masson

TITRES QUI NE SONT PAS REPRIS DANS LA PUBLICATION 2011-2012

- Fiches réduites (entre 40 et 49 observations LDP brutes)
 - BE BOUQUETS (BE TV)
 - TWIZZ FR
 - CLUB FM D
- Tableau de synthèse (pas obtenu 40 observations)
 - CANAL Z

CHANGEMENTS DE TITRES

- Nouvelle chaine TV
 - EXQI SPORT / CULTURE
- Chaines TV – stations radio qui ont disparu
 - EXQI PLUS
 - EXQI SPORT
 - EXQI CULTURE
 - EXQI FM

PLUS D'INFORMATIONS DISPONIBLES SUR LE SITE INTERNET

WWW.CIM.BE