

PREMIUM

SHALOM

LE MAGAZINE JUIF EUROPÉEN



Mesdames et Messieurs,

«Qui sont les lectrices et les lecteurs de Shalom?» A de nombreuses reprises, vous m'avez posé cette question. Une transparence totale – quant à la structure d'un lectorat et à la position des lectrices et des lecteurs par rapport à une publication – constitue un préalable indispensable pour assurer le succès d'un journal sur le marché publicitaire.

Au cours de l'automne 2003, en coopération directe avec des experts renommés et indépendants de ce secteur, nous avons interrogé notre lectorat de manière très approfondie. Un nombre représentatif de lecteurs a répondu, nous fournissant ainsi des informations très précieuses sur la qualité de Shalom et de son audience.

Les résultats de notre enquête nous ont surpris – et ce presque toujours positivement. Shalom est lu par un lectorat particulièrement attractif et très intéressant. Les lecteurs portent une grande estime à Shalom, le lisent de façon régulière, complète et détaillée. Finalement, ils jugent généralement que Shalom est une publication d'un niveau qualitatif très élevé.

C'est avec ces résultats en main que je voudrais entamer un dialogue avec vous. Je vous engage à examiner les résultats publiés dans les pages qui suivent et vous prie de tester Shalom comme support publicitaire efficace pour adresser vos offres à un lectorat aux pôles d'intérêts très variés qui, de plus, est très exclusif.

Je me réjouis d'entendre vos réactions.

Roland S. Süßmann

MÉTHODOLOGIE

Sondage auprès des lecteurs du Magazine SHALOM

SONDAGE

Perception des données	questionnaire écrit
Dates de l'étude	10 septembre au 10 octobre 2003
Nombre de questionnaires	549
Réponses Suisse alémanique	303
Réponses Suisse romande	241
Réponses invalidées	5

L'étude a été réalisée par la société indépendante Mediahaus Seefeld AG à Zürich à la demande du Magazine SHALOM. 4000 questionnaires ont été expédiés. Environ 700 réponses ont été renvoyées, dont 150 après la date limite.

LE CONCEPT DU MAGAZINE SHALOM

Le Magazine juif de haut de gamme est diffusé en français et en allemand à l'ensemble de la population juive en Suisse.

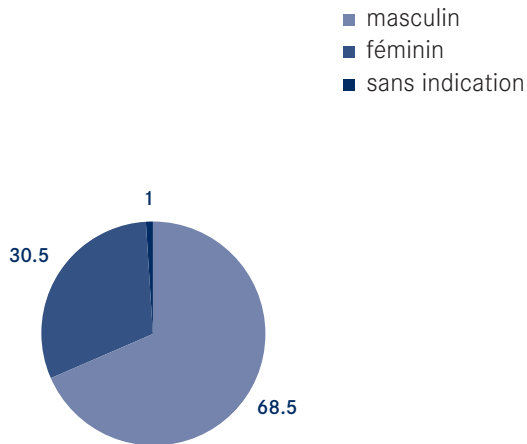
Les informations sont de toute première main. Les analyses sont écrites en exclusivité pour SHALOM par les meilleurs spécialistes au monde dans leurs domaines respectifs. Les reportages sont effectués par nos soins directement sur le terrain dans le monde entier.

SHALOM touche une clientèle exigeante, dynamique, active et indépendante.

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

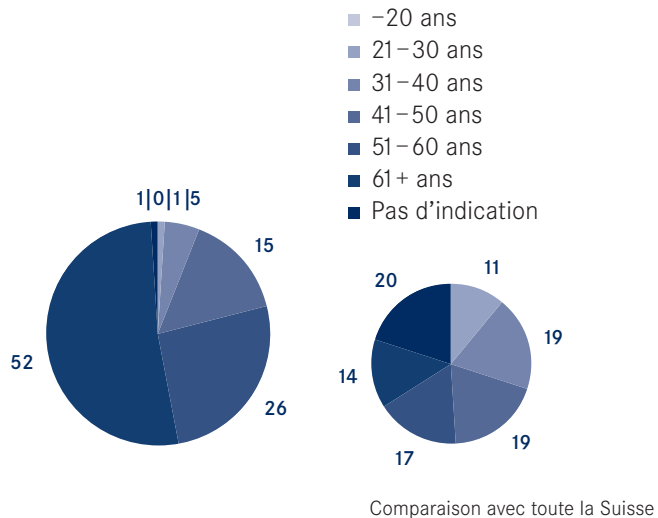
Évaluation cumulée Suisse romande – Suisse allemande

SEXE



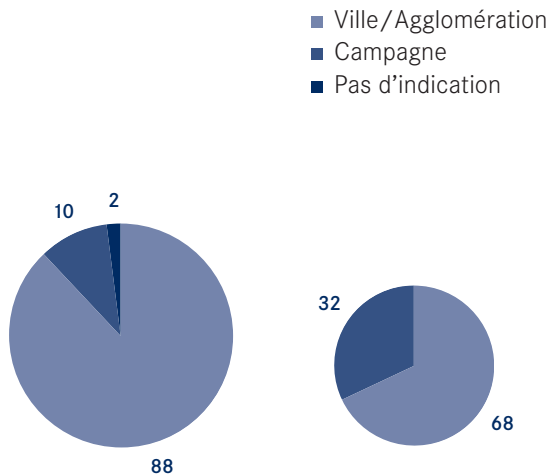
La majorité des lecteurs est masculine.

ÂGE



La majorité du lectorat a l'âge de la force d'achat, au-dessus de la cinquantaine.

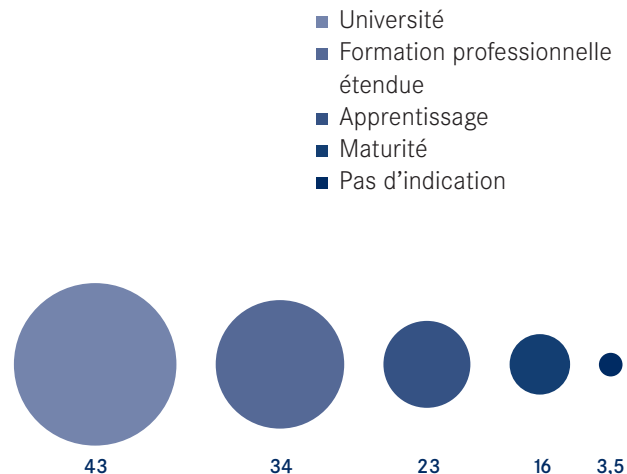
LIEU DE RÉSIDENCE



Comparaison avec toute la Suisse

Près de 90% des lecteurs habitent en zone urbaine.

FORMATION PROFESSIONNELLE

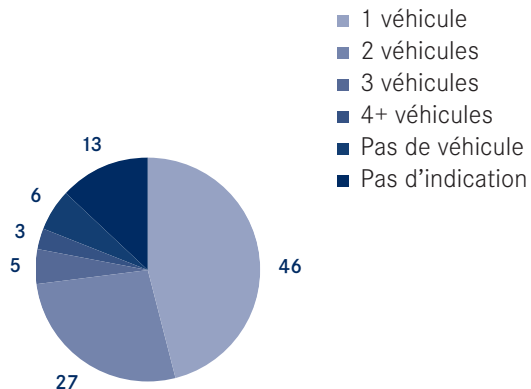


Le lectorat se distingue par un niveau d'éducation et d'instruction extrêmement élevé. Le nombre de bacheliers et d'universitaires est nettement au-dessus de la moyenne.

CONSOMMATION

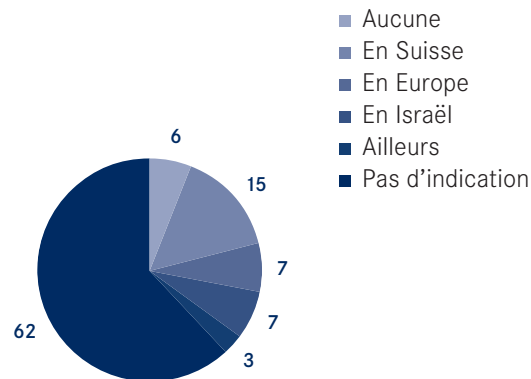
Évaluation cumulée Suisse romande – Suisse allemande

NOMBRE DE VÉHICULES PAR MÉNAGE



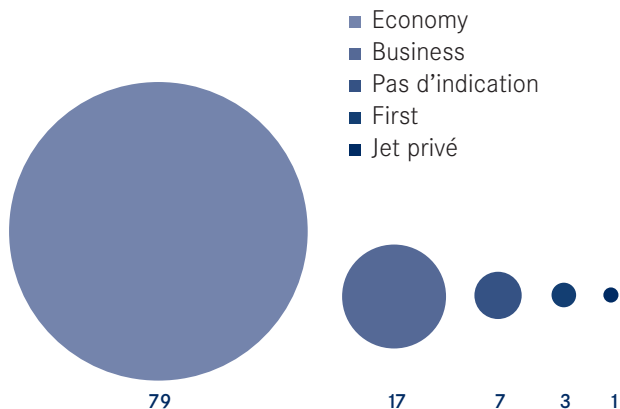
La majorité des lecteurs de SHALOM a un, deux ou plusieurs véhicules par ménage.

RÉSIDENCE SECONDAIRE



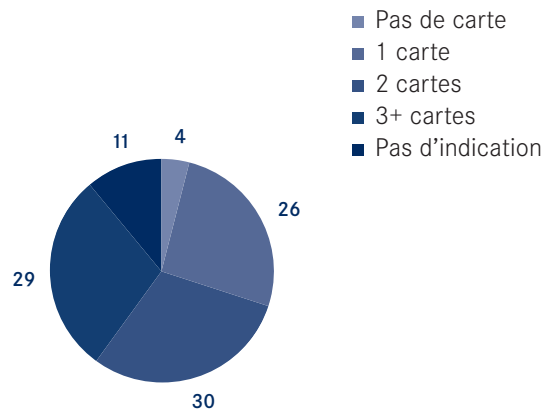
Un tiers des lecteurs de SHALOM possède une résidence secondaire.

CLASSE DE VOYAGE



Un pourcentage supérieur à la moyenne du lectorat de SHALOM voyage en First ou en Business.

NOMBRE DE CARTES DE CRÉDIT

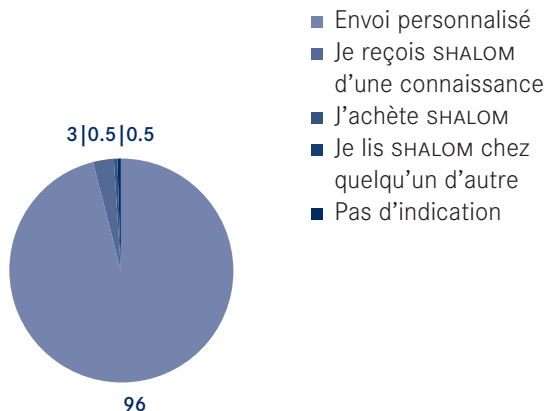


La majorité des lecteurs de SHALOM possède 2 cartes de crédit ou plus.

UTILISATION

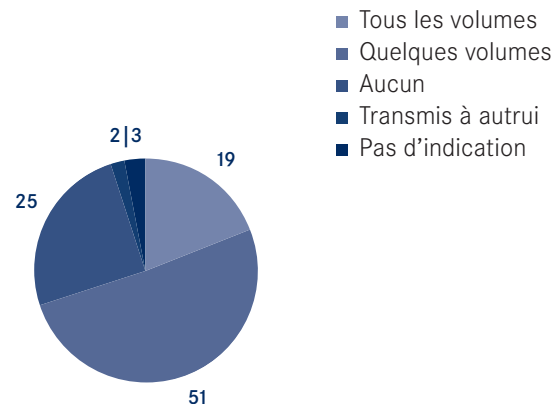
Évaluation cumulée Suisse romande – Suisse allemande

FORME DE RÉCEPTION



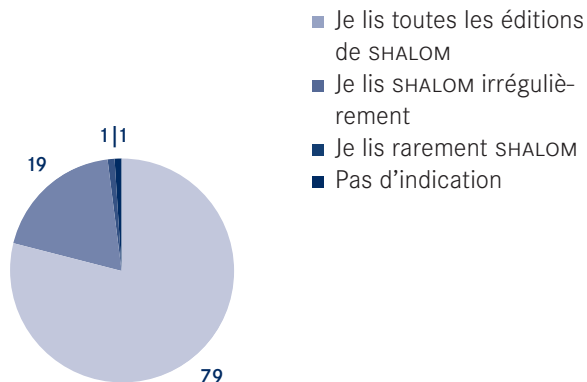
Le Magazine SHALOM est distribué par envoi personnalisé.

CONSERVATION DE SHALOM



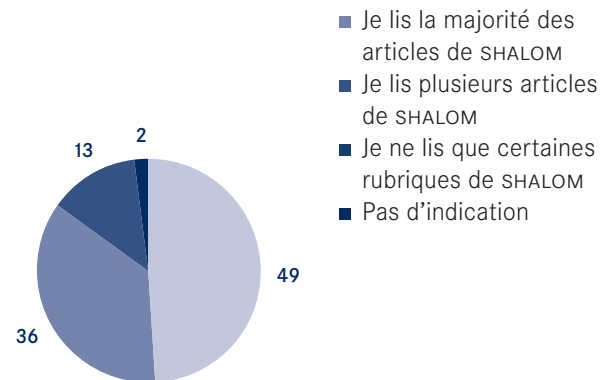
Environ trois quarts des lecteurs conservent les volumes de SHALOM.

FRÉQUENCE DE LA LECTURE DE SHALOM



Trois lecteurs sur quatre lisent toutes les éditions de SHALOM.

LECTURE DE SHALOM

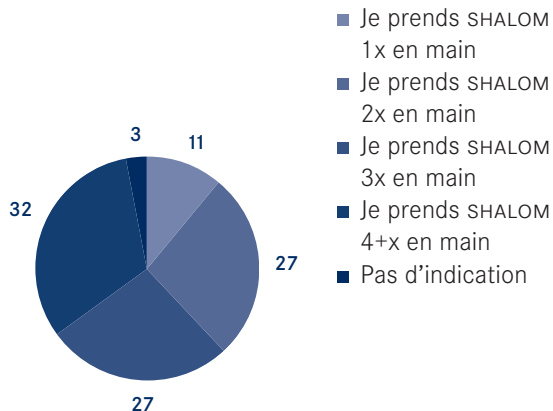


Près de 50% de tous les lecteurs lisent la majorité des articles de SHALOM.

UTILISATION

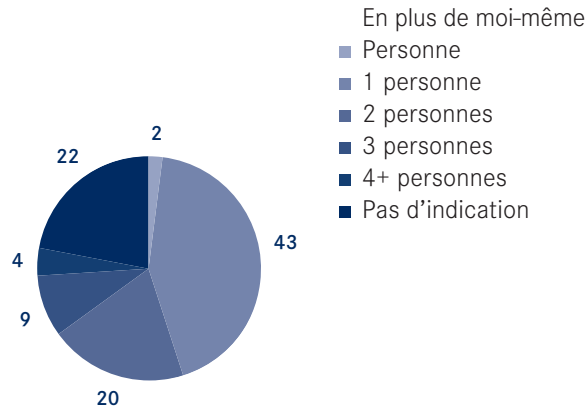
Évaluation cumulée Suisse romande – Suisse allemande

RYTHME DE LECTURE



Près de 60% des lecteurs prennent SHALOM trois à quatre fois en main.

LECTEUR SUPPLÉMENTAIRE DU MÊME VOLUME

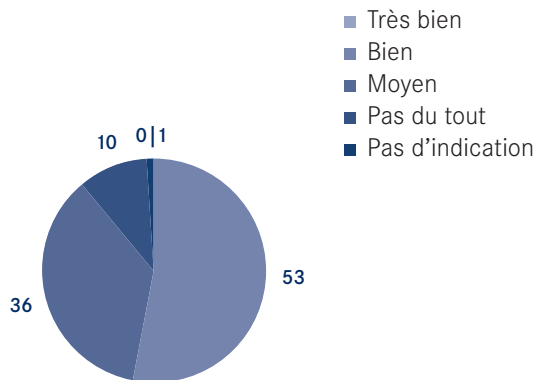


Plus de 60% de tous les exemplaires sont lus par un à trois lecteurs supplémentaires.

APPRÉCIATION DE SHALOM

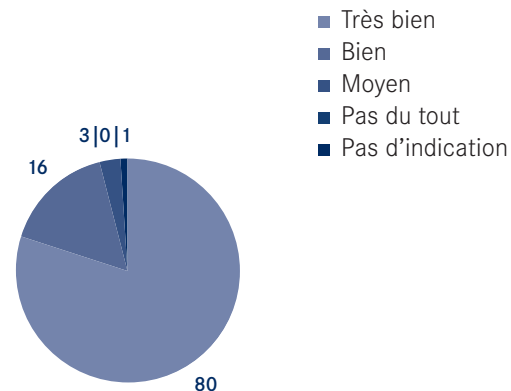
Indications en %

SUR LE PLAN DU CONTENU



Environ 90% des lecteurs portent un jugement d'excellence sur le contenu de SHALOM.

TENUE ET PRÉSENTATION



96% des lecteurs portent un jugement d'excellence sur la tenue et la présentation de SHALOM.

