



**Une bonne raison d'insérer
dans GastroJournal**



1895



1904



1919



1930



1973



1991



2000



Depuis 2008

8 bonnes raisons d'insérer dans GastroJournal

1

Partenariats et références de clients

Top 200 des médias suisses
Analyse des lecteurs

1.



50 fois par an: un numéro après l'autre

Paraît chaque semaine, 50 fois par an. Tisse des liens dans la branche. Tirage vendu certifié par la REMP de 22454 dont quelque 21000 membres de GastroSuisse, ce qui correspond à 80 pour cent des décideurs de la restauration et de l'hôtellerie.

Période d'enquête du 1^{er} juillet 2010 au 30 juin 2011

2.



50 fois par an: dans différentes disciplines

Les groupes de spécialistes de GastroSuisse sont contactés 50 fois par an:

Guilde suisse des Restaurateurs-Cuisiniers
ASCO – Association Suisse des Cafés-
Concerts, Cabarets, Dancings et
Discothèques
Association Suisse des Cafés
Association Suisse des Buffetiers

3.



**50 fois par an:
pour l'hôtellerie également**

La Fédération représente un total de 4000 membres dans les segments de l'hôtellerie et de l'hébergement – dont 3000 en exclusivité.

Des 5000 hôtels en Suisse presque 90 pour cent – plus de 4000 établissements – sont des PMH (petits et moyens hôtels). Ils génèrent un bon 50 pour cent de toutes les nuitées en Suisse et contribuent à une création de valeur directe de presque 2 milliards de francs.

Genre d'établissement	Nombre de chambres	Nombre d'établissements
Petits «petits établissements»	5 à 10	1601
Grands «petits établissements»	11 à 20	1381
Petits «moyens établissements»	21 à 35	964
Grands «moyens établissements»	36 à 50	443
Petits «grands établissements»	51 à 100	476
Grands «grands établissements»	101 et plus	181
Total		5046

> 4389 établissements hôteliers ou 87% sont des PMH
Source: Etude du Prof. Dr. Hansruedi Müller, Université de Berne

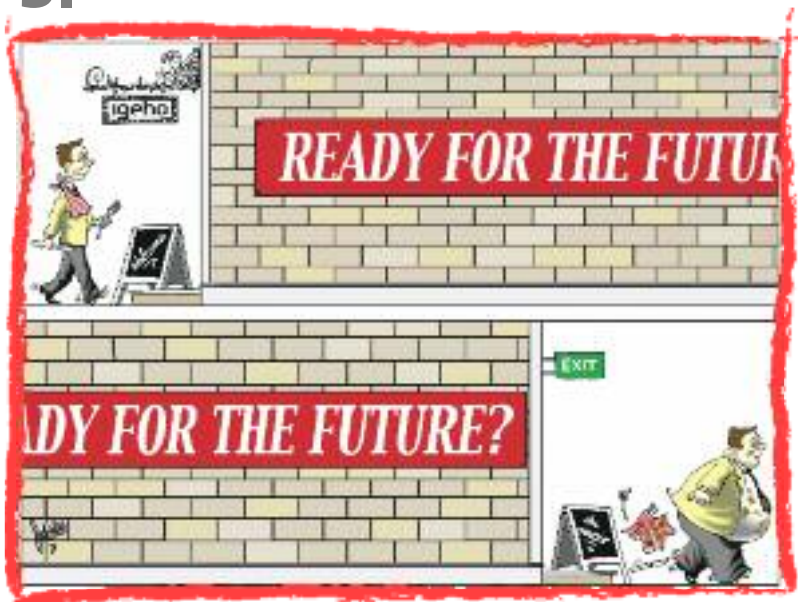
4.



50 fois par an: au service des annonceurs

Six conseillers/conseillères à la clientèle et deux metteuses en page d'annonces travaillent 50 semaines par an pour nos clients annonceurs et assument 50 fois par an le bouclage des pages d'annonces afin que tout se déroule selon les désirs des clients.

5.



**50 fois par an:
une forte rédaction**

GastroJournal paraît en deux langues. Six collaborateurs de la rédaction de langue allemande et deux de langue française ainsi que douze journalistes libres se chargent de créer 50 fois par an des contenus rédactionnels intéressants et informatifs, bref, qui méritent d'être lus.

6.

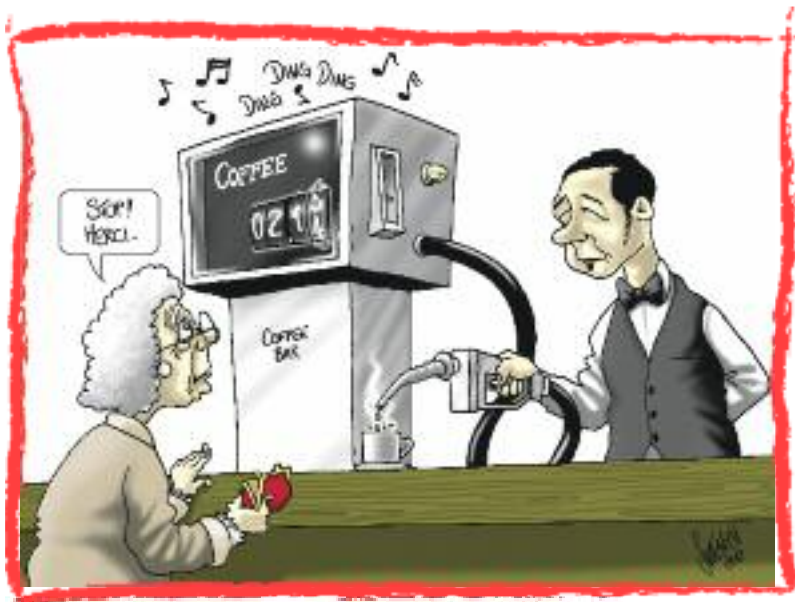


50 fois par an: des contacts sans perte de diffusion

GastroJournal atteint 50 fois par an le tirage certifié par la REMP de 22 454 exemplaires. Chaque année, l'hebdomadaire offre l'opportunité de 1162 150 premiers contacts si prisés.

Période d'enquête du 1^{er} juillet 2010 au 30 juin 2011

7.



**50 fois par an:
aussi en ligne sur le net**

Le bénéfice est double pour les annonceurs. GastroJournal paraît aussi en ligne. On peut le feuilleter comme e-paper. On y trouve toutes les annonces, les articles, etc. en lien direct avec les sources d'information appropriées et les portails internet des annonceurs.

8.



**50 fois par an:
tout simplement avantageux**

GastroJournal fournit lors d'annonces d'une grandeur comparable à une page A4 le meilleur rapport qualité-prix. Précisément pour ce tirage vendu certifié par la REMP (fidélité des lecteurs prouvée), les prix sont de plus de 50 pour cent inférieurs à celui des titres comparables de la concurrence.

Source: REMP

¹⁾ Période d'enquête: 2010 à 2011;

²⁾ Période d'enquête: 2009 à 2010

Titre	Prix tabloïd	Tirage total	Prix par 1000 ex.	Tirage vendu (REMP)	Prix par 1000 ex.
GastroJournal ¹⁾	CHF 3801.00	25000	CHF 152.04	22454	CHF. 169.27
hotelrevue ²⁾	CHF 4872.00	13000	CHF 374.76	9814	CHF. 496.43
HGZ ²⁾	CHF 5040.00	27000	CHF 177.77	20095	CHF. 217.24
Gourmet Duo ²⁾	CHF 5600.00	27493	CHF 290.98	–	–
GastroAnzeiger ²⁾	CHF 2980.00	23168	CHF 128.62	1147	CHF 2598.08
Salz&Pfeffer ²⁾	CHF 5300.00	20000	CHF 265.00	10093	CHF 525.11



Porteur d'avenir

Le maître d'apprentissage de l'année

www.porteurdavenir.ch



Gouts et Terroirs

Le Salon suisse pour les produits régionaux

www.gouts-et-terroirs.ch



Gusto

Le concours des apprentis-cuisiniers

www.howeg.ch



Gastronomia

Le salon professionnel romand de l'hôtellerie et de la gastronomie

www.gastronomia.ch



Suisse Garantie

Le label de qualité

www.suissegarantie.ch



Igeho

Le salon professionnel international

www.igeho.ch



Zagg

Le salon professionnel suisse

www.zagg.ch



International Chef Days

La rencontre des chefs cuisiniers

www.icd-award.com



Le Cuisiner d'Or de KADI

Le concours national de cuisine artistique

www.cuisinierdor.ch

Addimat

EMMENTALER
SWITZERLAND

HOWEG

Nestlé
PROFESSIONAL

RAMSEIER

ADUNO

Emmi

HUG

ÖSTERREICH WEIN

Schwob
testiles of Switzerland

ALIGRO
ESPACE PRO

FELDSCHLÖSCHEN

KADI
Swiss Premium Quality

PASTA Premium AG

SWICA

berndorf
LUZERN

FRANKE

Le Patron
CREATIONS CULINAIRES

Ernst



swisscom

Valentine's

Bischofszell

Culinarium

Fust
gastro
professional

MARS
foodservice

Jilly
CAFE

TopCC
Der Abholmarkt für Grossverbraucher

Cash+Carry
CC A Angehrn
Frühe für Profis

GEFAKO
Getränkespezialisten

FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

prodega cash+carry
growa cash+carry

Unilever
foodsolutions

Coca-Cola

HAECKY

igelati
MADE IN SWITZERLAND

PROVIANDE

WIR Bank
www.wirbank.ch

GastroJournal en fait partie



Deux maisons d'édition, Mediadata AG ainsi que Edition Renteria SA publient régulièrement un ouvrage de référence pour la branche des médias.

Les Top 200 des médias suisses sont déterminés sous le patronage de bsw leading swiss agencies, de l'ASA (Association Suisse des Annonceurs) et de l'Association de la Presse Suisse.

Le classement est divisé en sections: les 45 meilleurs médias électroniques, radio et télévision. Les 5 meilleurs dans les offres crossmédia. Les 100 meilleurs titres de la presse écrite. GastroJournal s'est classé dans la division des médias de la branche avec le Unternehmer-Zeitung, le Schweizer Bauer et le Bulletin du Crédit Suisse.

C'est une grande performance que GastroJournal soit l'un des 200 meilleurs produits de la presse suisse. Surtout compte tenu du grand nombre de titres en Suisse. La presse journalière enregistre environ 100 titres et la presse hebdomadaire régionale plus de 300. La presse dominicale, grand public, financière et économique compte plus de 60 titres. Il faut encore ajouter plus de 2100 titres pour la presse spécialisée.

Le fait que GastroJournal se place parmi les 100 meilleurs titres n'est pas un hasard. Cela implique que les rédacteurs ne renient pas la branche mais au contraire qu'ils se consacrent entièrement aux problèmes d'actualité, auxquels ils sont confrontés quotidiennement. GastroJournal est pleinement un journal patronal de la branche.

Les sujets traités sont issus de l'actualité et des environnements du secteur de la restauration, de l'hôtellerie et du tourisme. GastroJournal informe sur tout ce qui est important pour réussir dans l'hôtellerie-restauration.

Une grande importance est accordée à la mise en page et les thèmes sont traités de manière simple, courte et compréhensible. Ainsi, la présentation n'est pas seulement axée sur de belles images mais sur une bonne lisibilité, renforcée encore par la police utilisée, relativement grande.

On peut constater que GastroJournal ne cherche pas à s'afficher sur le marché par lui-même mais s'adapte aux besoins de ses lecteurs. L'hebdomadaire de GastroSuisse se soumet à toute analyse publique et affiche en tant que Q-Publikation (cachet de l'Association de la Presse Suisse) ouvertement tous ses résultats. La plus grande transparence possible est offerte aux annonceurs par les chiffres officiels de la REMP et par la «Leser-Analyse Fachmedien» seulement en langue allemande). Avec un tirage vendu certifié par la REMP de 22 454 exemplaires, GastroJournal atteint chaque semaine 80 pour cent des décideurs de la restauration et de l'hôtellerie.

Pour commander le livre: www.renteria.ch

Autonome et officiel

Les maisons d'édition spécialisées – en construction métallique ou en peinture, en art du plâtre ou en gastronomie – toutes ont un gros handicap. Elles sont exclues de la participation aux analyses officielles des lecteurs faites par des instituts de recherches sur la publicité (MachBasic, MachConsumer, etc.). Il en résulte que chaque maison d'édition tente, de manière lisible, de créer sa propre analyse des lecteurs. Certains le font de manière sérieuse avec la collecte de données professionnelles, d'autres de manière plus hasardeuse, d'autres enfin ne font que des affirmations non avérées.

La confusion est grande pour les annonceurs. Il n'existe à ce jour aucun chiffre collecté par une instance indépendante sur les structures des lecteurs. Certains prétendent «Nous sommes les plus grands», d'autres «Nous sommes les meilleurs» ou encore «Nous sommes les plus compétents».

GastroJournal – l'hebdomadaire de GastroSuisse – s'est toujours limité à dire «Nous sommes l'hebdomadaire au plus grand tirage vendu certifié par la REMP pour l'hôtellerie, le tourisme et la restauration». Et c'est encore loin de la vérité comme le démontre l'analyse des lecteurs «LESERANALYSE-FACHMEDIEN» de l'Association de la Presse Suisse et de l'Institut de recherche GfK. Grâce à l'analyse des lecteurs, les médias de la branche ont dorénavant la possibilité de faire analyser la structure de leurs lecteurs par une instance officielle indépendante.

GastroJournal l'a fait et les résultats atteints sont très positifs. L'hebdomadaire de GastroSuisse, la plus grande fédération patronale pour l'hôtellerie et la restauration, peut donc également remettre à ses annonceurs, comme instrument de planification, la structure des lecteurs révélée par une analyse officielle du marché.

Pour télécharger l'analyse des lecteurs: www.gastrojournal.ch

