

Résultats de l'enquête de satisfaction auprès des lecteurs du MC-Informations

Rebekka Verniest - Service d'études

Résumé

Paru pour la première fois il y a presque 50 ans, notre magazine MC-Informations a été conçu à l'origine comme un magazine d'information et de réflexion sur des thèmes importants dans le domaine de la santé et des soins de santé, ainsi que sur les tendances en matière d'assurance maladie et de sécurité sociale. Au fil des années, de nombreux changements ont eu lieu sur la base d'évaluations. Sur le plan du contenu, le magazine a évolué au rythme des changements de la vision de la santé, de la place du patient dans les soins de santé et de l'organisation des soins de santé. Moins d'espace est désormais réservé pour les informations d'actualité. Sur le plan de la forme, la mise en page du magazine a été revue plusieurs fois et il est aujourd'hui également disponible en ligne.

En 2020, le comité de rédaction a entamé une nouvelle évaluation approfondie du MC-Informations. Tous les aspects du magazine, du contenu à la mise en page, ainsi que la méthode de distribution et la gestion des abonnements, sont en cours de révision.

Afin d'améliorer le MC-Informations en termes de contenu et de mise en page, mais aussi pour le rendre plus attrayant pour les lecteurs, il nous est apparu important de connaître leur opinion. C'est pourquoi, fin 2020, nous avons lancé une enquête de satisfaction en ligne. Les résultats montrent que le MC-Informations est toujours très apprécié par ses lecteurs. Néanmoins, il y a aussi quelques points d'attention. Les répondants notent que tous les articles ne sont pas accessibles dans la même mesure pour tous et que la mise en page du magazine est un peu dépassée. Ils formulent également un certain nombre de suggestions concrètes d'amélioration.

Le comité de rédaction tiendra compte des résultats de l'enquête de satisfaction dans le processus d'amélioration du MC-Informations.

Mots-clés: MC-Informations, enquête de satisfaction

1. Introduction

Le 28 février 1973 paraissait la toute première édition de M-*Informations*, le prédécesseur du MC-*Informations*. Dès le départ, le magazine s'est voulu un magazine d'information et de réflexion sur les thèmes importants de santé et les évolutions de l'assurance maladie et de la sécurité sociale. Au fil des années, un certain nombre de révisions en profondeur a eu lieu sur la base d'évaluations. Ainsi en 1998, le magazine a été renouvelé pour la première fois et rebaptisé MC-*Informations*. Dix ans plus tard, en 2008, il y a eu une deuxième refonte, tant au niveau du contenu que de la mise en page. Les articles sont devenus plus courts, la présentation des informations d'actualité a été supprimée et, conformément au nouveau style maison de la MC, la mise en page est devenue plus colorée. C'est aussi à cette époque qu'ont été faits les premiers pas vers la digitalisation : le magazine est devenu disponible sur le site web de la MC et une newsletter pour les abonnés néerlandophones a été introduite.

Aujourd'hui, près de 50 ans après son lancement, le MC-*Informations* présente toujours les résultats des études de la MC dans tous les domaines de la santé, du bien-être et de la sécurité sociale, en mettant l'accent sur l'évaluation des politiques de santé et l'analyse des tendances. Conformément aux valeurs fondamentales de l'organisation, nous mettons l'accent sur l'accessibilité, la performance et la qualité de notre système de santé. Mais conformément à la définition large de la santé, les contributions portent également, par exemple, sur l'implication et la participation des patients dans leur santé, sur l'augmentation du bien-être de chacun et sur la qualité de vie des personnes malades ou handicapées.

Comme c'est le cas de tous les magazines, il est important que le MC-*Informations* soit régulièrement évalué et réadapté aux besoins de ses lecteurs. La ligne éditoriale est-elle suffisamment claire ? Le contenu du magazine correspond-il aux intérêts des lecteurs ? Certains thèmes sont-ils sous-représentés ? Les contributions sont-elles suffisamment accessibles pour les lecteurs ? La mise en page invite-t-elle le lecteur à la lecture ? Le magazine est-il assez facile à trouver ? Quels groupes cibles voulons-nous atteindre avec le magazine ? Nos abonnés actuels correspondent-ils à ces groupes ?

L'exercice d'évaluation s'est déroulé dans une large mesure en interne, au sein du comité de rédaction piloté par le Service d'études de la MC. L'objectif ultime étant de faire en sorte que le magazine et ses lecteurs soient en phase, il était important pour nous d'intégrer l'opinion des lecteurs dans cet exercice de refonte. Une vaste enquête de satisfaction auprès des abonnés et des lecteurs du MC-*Informations* a donc été lancée fin 2020.

2. Méthode choisie pour l'enquête de satisfaction

L'enquête de satisfaction a été réalisée au moyen d'un questionnaire en ligne comportant des questions sur le profil de l'abonné/lecteur, sur la manière dont le magazine est lu et apprécié en termes de contenu et de conception.

L'appel à participation à l'enquête a d'abord été diffusé aux abonnés via une annonce dans le numéro de décembre 2020, incluant un QR code pour un accès rapide, et via la newsletter pour les abonnés de la version digitale. Cela a permis d'atteindre plus de 4.000 abonnés. L'enquête pouvait également être complétée par des lecteurs du MC-*Informations* ne disposant pas d'abonnement, mais recevant par exemple le magazine via un collègue ou leur partenaire. En outre, les employés de la MC ont également été invités à participer à l'enquête par divers canaux internes. L'enquête pouvait être complétée jusqu'au 22 février 2021.

3. Résultats de l'enquête de satisfaction

3.1. Profil des répondants

3.1.1. Profil sociodémographique des répondants

Au total, 411 personnes ont répondu entièrement ou partiellement à l'enquête. Un peu plus de la moitié des répondants sont des femmes (54,7%). L'âge moyen est de 56 ans, l'âge médian de 57,5 ans (voir Figure 1). Nous constatons également que les répondants francophones sont en moyenne légèrement plus âgés que les répondants néerlandophones. Cela vaut également pour les répondants avec un niveau de formation faible ou moyen et pour les hommes.

71,5% des répondants ont un niveau de formation élevé (diplôme de l'enseignement supérieur ou postuniversitaire), 27,7% ont un niveau de formation moyen ou faible (diplôme de l'enseignement secondaire supérieur au maximum). La majorité des répondants, précisément 60,6%, sont salariés et 32,6% sont pensionnés. La proportion de salariés parmi les répondants néerlandophones est nettement plus élevée que parmi les répondants francophones (64,2% contre 53%). La proportion de personnes pensionnées et prépensionnées est plus élevée parmi les répondants francophones (36,4% contre 30,2%). Ceci est, bien sûr, lié au profil d'âge légèrement plus élevé parmi les répondants francophones.

La majorité des répondants travaillent à la MC (52,1%), dans une organisation liée à la MC (7,8%) ou dans une organisation qui est membre ou partenaire associé du Mouvement Ouvrier Chrétien (MOC) ou de son homologue Beweging.net (3,2%). Cela peut être lié au fait que les employés de la MC sont fortement représentés parmi les abonnés, mais aussi au fait qu'ils peuvent être touchés plus facilement et par le biais de nombreux canaux.

Nous ne connaissons pas les profils de l'ensemble d'abonnés ou des lecteurs du magazine. Nous ne sommes donc pas en mesure de juger dans quelle mesure le profil des personnes interrogées correspond aux abonnés/lecteurs du magazine. Par conséquent, les résultats présentés ci-dessous doivent être pris avec précaution. Néanmoins, les résultats de notre enquête sont représentatifs et ils contiennent des résultats

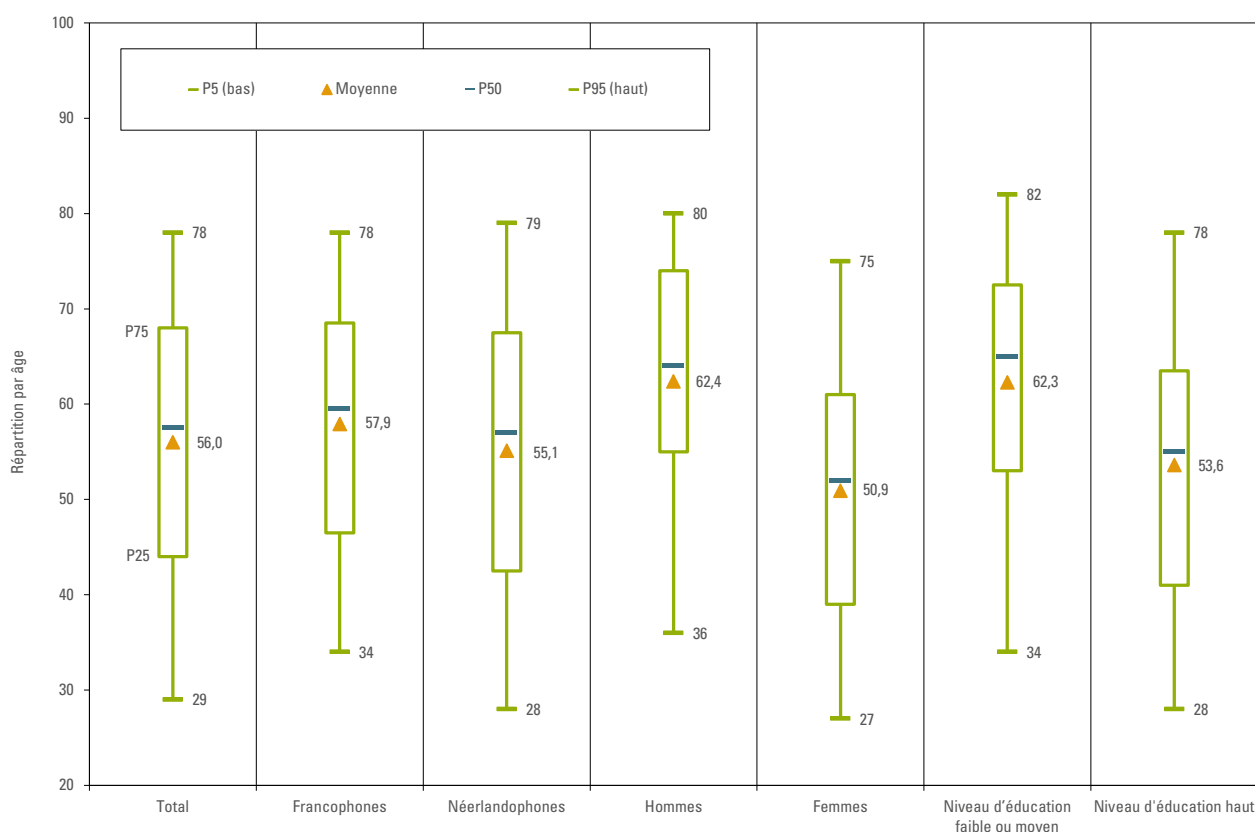
intéressants qui nous serviront d'inspiration dans le travail de renouvellement du MC-Infos. Par ailleurs, les résultats de l'enquête confirment les signaux qui nous sont parvenus par d'autres canaux.

3.1.2. ... Profil de lecture des répondants

a) Type et durée de l'abonnement au MC-Infos

Les personnes interrogées sont principalement abonnées au MC-Infos via la newsletter digitale (38%). 29,4% ne reçoivent que la version papier et 14,4% combinent leur abonnement papier avec un abonnement digital. 17% n'étaient pas abonnées au moment de l'enquête.

Figure 1 : Répartition des répondants par âge, selon la langue, le sexe et le niveau de formation



Parmi les répondants ayant un abonnement, la proportion d'abonnés à la version digitale du magazine (combinée ou non avec un abonnement papier) est d'environ 46%. Ce chiffre est plus élevé que dans la base de données globale des abonnements (environ 35%). Ce résultat peut en partie être dû au fait que les abonnés à la version digitale ont été contactés une deuxième fois par e-mail, spécifiquement pour leur demander de participer à l'enquête. Il était également un peu plus facile pour eux de cliquer immédiatement sur le lien de l'enquête via la newsletter ou l'e-mail de rappel. Pour les personnes qui ont un abonnement papier, l'accès à l'enquête était légèrement plus complexe, malgré l'ajout d'un QR code. En outre, certains des abonnés reçoivent le magazine sur leur lieu de travail. Étant donné que de nombreuses personnes ont été contraintes de travailler à domicile en raison de l'épidémie de COVID-19, il est fort probable que certains des abonnés n'ont pas eu l'occasion de voir le magazine contenant l'appel à participation à l'enquête de satisfaction ou l'ont vu trop tard.

La Figure 2 montre que la proportion de jeunes abonnés à la version papier du MC-Informations est plus faible que chez la population plus âgée. Les jeunes sont également plus nombreux à ne pas être abonnés. Il s'agit peut-être ici d'employés de la MC qui ont reçu l'invitation à participer à l'enquête par des canaux internes spécifiques. Parmi les répondants âgés de plus de 45 ou 65 ans, nous constatons qu'environ un tiers reçoit encore le MC-Informations sur papier et que près d'un sur quatre est abonné à la newsletter digitale.

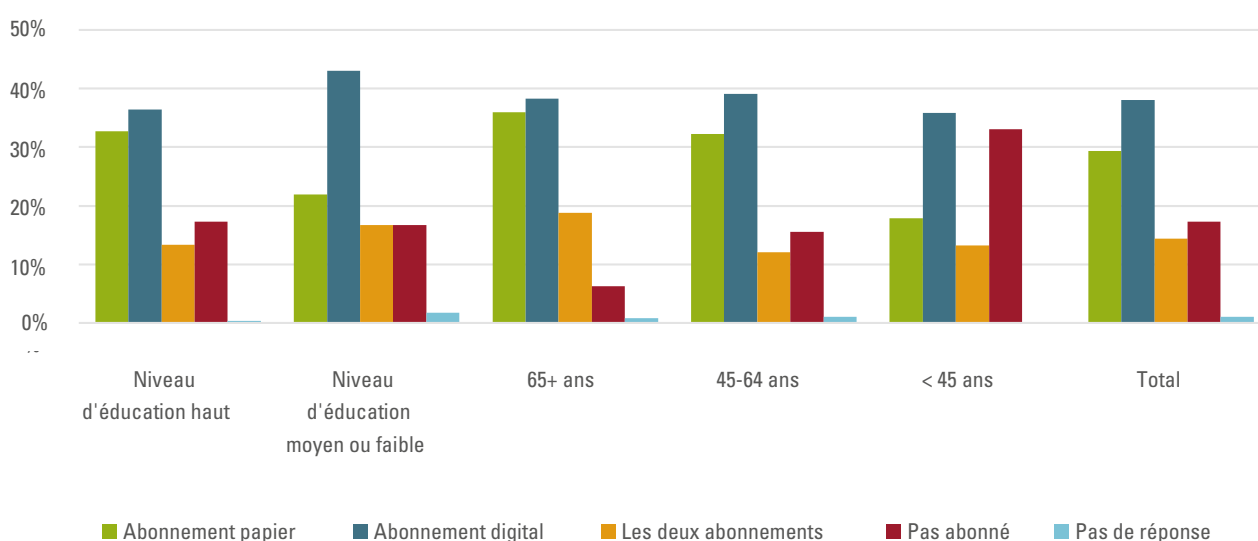
Il est frappant de constater que près d'une personne sur trois ayant un niveau de formation élevé reçoit le MC-Informations sur papier, alors que cette proportion est d'environ une personne sur cinq chez celles qui ont un niveau de formation moyen ou faible. Une explication partielle possible est que, dans le cadre de la gestion des abonnements, le choix a été fait d'envoyer le magazine en version papier aux personnes qui occupent des postes de responsables au sein de la MC. La proportion d'abonnements digitaux est plus élevée chez les répondants avec un niveau de formation faible ou moyen que chez les répondants avec un niveau de formation élevé.

Un tiers des répondants sont abonnés au MC-Informations depuis plus de dix ans, 23% depuis trois à dix ans et 11,5% depuis moins de trois ans. Les répondants francophones en particulier ont des abonnements plus récents (18,5%). Cela peut être dû à l'introduction plus récente de la newsletter digitale (en juin 2020), dont la promotion a été assurée par les canaux de communication numériques.

b) À quelle fréquence les répondants lisent-ils le MC-Informations et quelle proportion en lisent-ils ?

À l'aide de l'enquête de satisfaction, nous voulions également avoir un aperçu de la manière dont le MC-Informations est généralement lu. Les réponses montrent que plus de 62% lisent toujours ou régulièrement le magazine (chacun ou la plupart des exemplaires), voir Tableau 1.

Figure 2 : Type d'abonnement au MC-Informations, par âge et niveau de formation



La part des répondants qui lisent toujours ou régulièrement le magazine augmente avec l'âge.

Les répondants âgés de 65 ans et plus sont nettement plus nombreux à lire l'entièreté du magazine (17,6%). Néanmoins, la majorité des répondants lit un ou plusieurs articles dans leur intégralité, en fonction du sujet (38%), sur base des informations figurant sur la couverture ou dans la table des matières (24,5%) ou après avoir lu tous les résumés (7,5%).

Grâce à l'enquête, nous voulions également avoir une idée de la mesure dans laquelle des éléments supplémentaires dans un article sont lus. Il s'agit de :

- figures montrant la représentation visuelle des principaux résultats de la recherche ;
- tableaux contenant des informations plus détaillées (chiffrées) ;
- notes de bas de page apportant des précisions supplémentaires ou renvoyant à une source consultée ;
- encadrés informatifs contenant des explications supplémentaires sur un règlement spécifique, un concept spécifique, etc.

L'analyse des réponses montre que presque 58% des répondants regardent toujours ou généralement les figures. Pour les tableaux et les encadrés, il s'agit respectivement de 45,6% et 44%. Pour les figures, les tableaux et les encadrés, une majorité de répondants a également indiqué qu'ils sont généralement utiles.

En revanche, les notes de bas de page sont moins souvent lues. Si un quart des répondants lisent (presque) toujours les notes de bas de page, plus d'un répondant sur cinq ne les lit rarement ou jamais, parmi ces derniers on retrouve notamment

les répondants plus jeunes et les personnes avec un niveau de formation élevé. Les répondants ont également déclaré plus fréquemment que les notes de bas de page sont généralement ou parfois inutiles. Notons que, plus encore que les autres éléments complémentaires, les notes de bas de page sont principalement lues lorsqu'on souhaite des explications supplémentaires ou des informations plus détaillées.

c) Thèmes préférés des répondants

Les répondants lisent un ou plusieurs articles de manière ciblée, en fonction de leurs propres intérêts. Lors de l'enquête, nous leur avons également demandé de choisir dans une liste les cinq thèmes et domaines qu'ils aimeraient le plus lire. Le Tableau 3 résume les résultats et montre les cinq thèmes et domaines qui ont été choisis le plus souvent et les cinq qui ont été choisis le moins souvent.

L'accessibilité des soins, qu'elle soit financière ou autre, est le thème choisi par le plus grand nombre de répondants. Un autre thème transversal, la qualité des soins, arrive en cinquième position. Dans les domaines plus spécifiques, la préférence va aux soins de première ligne, à la prévention et la promotion de la santé et aux médicaments. En bas de la liste des thèmes préférés, on trouve la politique internationale de santé, les soins palliatifs et la fin de vie et enfin les maladies chroniques.

d) Type d'articles préférés par les répondants

Nous avons également demandé aux répondants quel type d'articles ils préféreraient lire. La Figure 3 montre qu'une majorité d'entre eux préfèrent les articles présentant un aperçu général des sujets de santé, mais plus de 40% des répondants

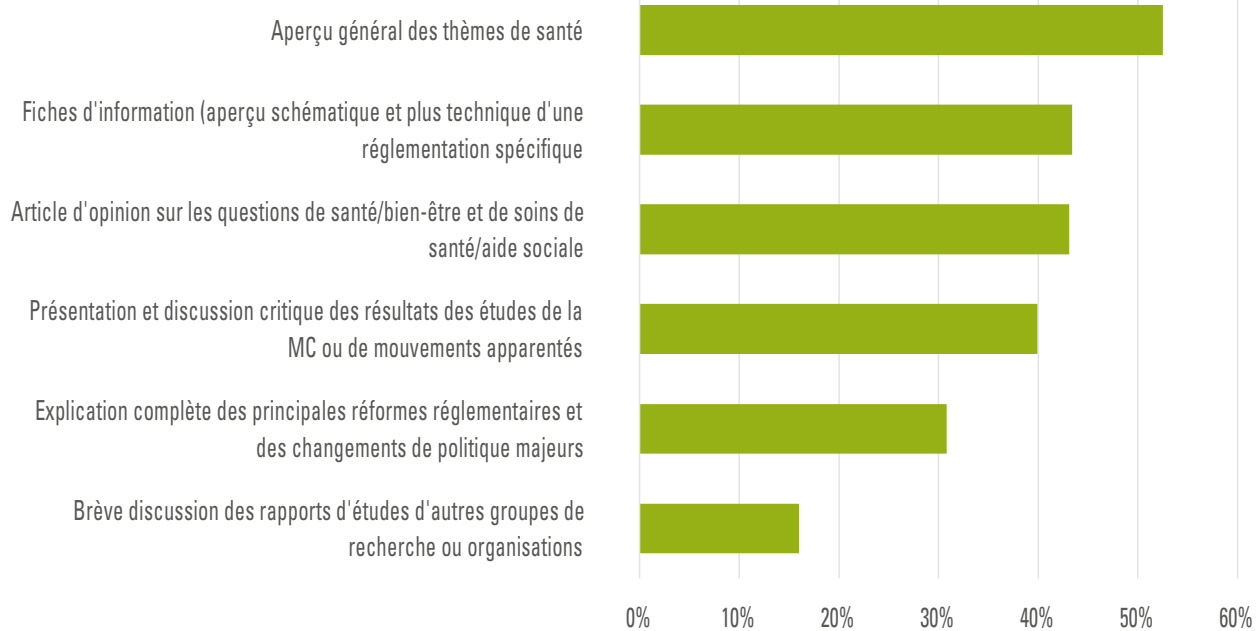
Tableau 1 : Fréquence à laquelle les répondants lisent habituellement le MC-Information, par âge

	Total (N=318)	<45 ans (N=65)	45-64 ans (N=134)	65 ans et plus (N=119)
Toujours (chaque exemplaire)	25,5%	10,8%	17,9%	42,0%
Régulièrement (la plupart des exemplaires)	37,1%	29,2%	41,0%	37,0%
Parfois (environ la moitié des exemplaires)	16,0%	26,2%	16,4%	10,1%
Rarement (moins de la moitié des exemplaires)	8,2%	18,5%	9,7%	0,8%
Pas de réponse	13,2%	15,4%	14,9%	10,1%

Tableau 2 : Aperçu des thèmes que les répondants préfèrent le plus et le moins

Thème	% de répondants
Accessibilité des soins	49,1%
Soins de première ligne	37,1%
Prévention et promotion de la santé	35,5%
Médicaments	32,4%
Qualité des soins	29,9%
Incapacité de travail et invalidité	18,6%
(Soins de) santé mentale	17,3%
Malades chroniques	15,4%
Soins palliatifs et fin de vie	11,9%
Politique internationale en matière de santé	8,5%

Figure 3 : Type d'abonnement au MC-Informations, par âge et niveau de formation



ont également indiqué parmi leurs préférences les fiches d'information et les articles d'opinion sur les questions de santé/bien-être et de soins de santé/aide sociale. L'intérêt pour les brèves discussions des recherches menées par d'autres organisations est clairement moindre.

Il existe des différences en fonction de l'âge. Toutes les catégories d'âge ont classé en premier les articles généraux sur des sujets de santé, à l'exception du groupe des 65-74 ans qui les a classés en troisième position. Ce groupe place les fiches d'information en premier et les articles d'opinion en second. Il existe également quelques différences en fonction de l'éducation. Les personnes ayant un niveau de formation inférieur et moyen ont une préférence plus marquée pour les articles d'opinion et les explications des réformes, les personnes ayant un niveau de formation supérieur pour les articles généraux sur des sujets de santé et la présentation des résultats des études de la MC ou d'autres organisations.

3.2. Évaluation du MC-Informations

Avec cette enquête, nous ne voulions pas seulement en savoir plus sur le profil des lecteurs du MC-Informations, leurs habitudes de lecture et leurs préférences. Nous voulions également savoir ce que les lecteurs pensent du magazine. De façon générale, huit répondants sur dix évaluent (très) positivement le MC-Informations. Cette proportion est plus élevée chez les lecteurs plus âgés que chez les plus jeunes. Il en va de même pour les personnes interrogées qui sont abonnées au MC-Informations depuis un certain temps.

3.2.1. Évaluation du contenu du MC-Informations

a) Appréciation générale du contenu et de la variation des thèmes

Les répondants apprécient fortement le contenu du MC-Informations : 78,3% trouvent le contenu (très) bon. Dans les commentaires supplémentaires, on note également l'appréciation élevée. Cela ne diffère pas ou peu selon la langue du répondant, l'âge, le niveau de formation ou la durée de l'abonnement.

L'appréciation globale de la variation des thèmes est tout aussi bonne, malgré de légères différences en fonction de l'âge et de l'éducation. La part de ceux qui considèrent que la variation est (très) bonne est légèrement plus élevée chez les répondants plus âgés et ceux dont le niveau de formation est plus faible. Ceux qui sont abonnés au MC-Informations depuis moins de trois ans, donnent plus souvent une moins bonne évaluation de la variation des thèmes. Cela n'est pas illogique, car puisque le MC-Informations ne paraît que quatre fois par an, il est plus probable que les abonnés récents n'ont pas encore eu l'occasion de se faire une idée complète des différents thèmes abordés dans le MC-Informations.

En outre, l'enquête de satisfaction montre également qu'il existe généralement un niveau élevé de satisfaction quant à la mesure dans laquelle les différents thèmes ou domaines spécifiques sont abordés dans le MC-Informations.

b) Compréhensibilité des articles, des éléments complémentaires et des abréviations

Un répondant sur quatre déclare explicitement que les articles sont généralement faciles à comprendre. Cette proportion est plus élevée chez les répondants ayant un niveau de formation plus élevé (43,5%). Cependant, presque un tiers trouve que les articles sont généralement ou parfois trop difficiles et plus précisément que les articles ne sont pas toujours accessibles à un plus large public à cause du niveau de technicité ou du style d'écriture élaboré. La présence des figures et des tableaux complique parfois également la compréhension : un tiers des répondants ont estimé que les figures et les tableaux étaient généralement ou parfois difficiles à comprendre. En même temps, une proportion égale a trouvé que les éléments complémentaires étaient faciles à comprendre la plupart du temps ou tout le temps. En ce qui concerne l'usage des abréviations, qui jouent aussi un rôle important dans la compréhensibilité des articles, une grande partie des répondants ont trouvé que l'utilisation des abréviations dans le MC-Informations était bonne.

c) Degré d'approfondissement et longueur des articles

46% des répondants pensent que la profondeur des articles, c'est-à-dire la mesure dans laquelle ils explorent un sujet spécifique ou des résultats de recherche, est généralement bonne. Environ un répondant sur cinq pense que les articles sont parfois ou habituellement trop approfondis.

La majorité des répondants considèrent également que la longueur des articles du MC-Informations est généralement bonne. Cependant, un nombre non négligeable de répondants trouvent les articles généralement ou parfois trop longs (un tiers des répondants ayant répondu à cette question).

3.2.2. Évaluation des aspects non relatifs au contenu

a) Évaluation générale de la mise en page

Comparé au contenu et à la variation des thèmes, le design est généralement moins apprécié. Un peu moins de sept répondants sur dix trouvent la mise en page (très) bonne, tandis que 12,6% déclarent explicitement qu'ils la trouvent (très) mauvaise et ce sont les abonnés les plus jeunes les plus nombreux à l'indiquer. Il en va de même pour les personnes ayant un niveau de formation élevé et qui ne sont pas abonnées depuis longtemps. Ce faible score est également expliqué par certains répondants dans les commentaires supplémentaires où ils font

référence à l'utilisation des couleurs, de la police et de la disposition compacte. Plus généralement, certains soulignent que la mise en page du MC-Informations est datée et peu invitante à la lecture.

Un point d'attention particulier de l'enquête a été l'évaluation de la lisibilité des tableaux et des figures. Plus de la moitié des répondants considèrent que la lisibilité est bonne en général. Néanmoins, un répondant sur huit a jugé que la lisibilité de ces éléments supplémentaires était parfois ou le plus souvent mauvaise.

En ce qui concerne la taille globale d'un numéro du MC-Informations, la majorité estime qu'elle est généralement bonne. Néanmoins, un répondant sur six estime qu'il y a parfois ou habituellement trop de pages dans un numéro.

b) Évaluation de la couverture

Bien que le contenu d'un magazine reste la chose la plus importante, il nous semblait important de s'arrêter également sur la couverture. Après tout, il s'agit de la carte de visite de notre magazine, dont dépend la première impression du lecteur et parfois son choix de lecture.

Nous avons déjà vu que de nombreux répondants lisent un ou plusieurs articles en fonction de leurs propres intérêts et qu'un quart d'entre eux sont guidés par les informations figurant sur la couverture. Mais que pensent-ils de la couverture ? En général, un peu plus d'un tiers des répondants pensent que la couverture est très bonne. Cette part est plus élevée parmi les répondants ayant un niveau de formation intermédiaire ou inférieur (47,9%). La satisfaction à l'égard de la couverture augmente également avec l'âge (14% des moins de 44 ans contre plus de 40% des plus de 65 ans).

Cela signifie également que certains répondants estiment que la couverture pourrait être améliorée. Ils indiquent principalement qu'il y a maintenant trop d'informations (19,2%). C'est encore plus le cas pour les personnes ayant fait des études supérieures (23,3%). Les autres options de réponse, telles que la difficulté à lire le texte ou les figures et tableaux ou la combinaison de couleurs moins réussie, ont été choisies par un nombre limité de répondants.

À partir des réponses, nous pouvons également déduire des suggestions d'amélioration. 17,6% préfèrent une image parlante sur la couverture et 12% que la couverture se concentre sur un article du magazine. Ce dernier point a été choisi plus souvent par les répondants néerlandophones que par les francophones (15% contre 7,6%). Les personnes ayant un niveau de formation élevé ont exprimé leur préférence pour une image parlante de manière encore plus nette (21,1%). Plus les répondants sont jeunes, plus ils préfèrent une image parlante pour illustrer la couverture.

c) Évaluation du nom du magazine

Enfin, nous avons également utilisé l'enquête de satisfaction pour demander aux gens ce qu'ils pensaient du nom du magazine. Bien que seule une très petite minorité des répondants soit d'avis que le nom du magazine n'est pas du tout lié au contenu (4%), nous constatons également que la moitié des répondants pensent que le nom du magazine est entièrement lié au contenu. 27% pensent que le nom ne correspond que partiellement au contenu.

La proportion de répondants néerlandophones (56,8%), de répondants ayant un niveau de formation intermédiaire ou inférieur (57,4%) et de répondants plus âgés qui estiment que le nom est approprié au contenu est plus élevée. De nombreux répondants ont également fait des suggestions de nouveaux noms.

4. Conclusion

Le MC-Informations existe depuis presque 50 ans. Au fil des années, le magazine a acquis du renom et un lectorat fidèle et de nouvelles personnes intéressées ont également trouvé le chemin du magazine. Pendant toutes ces années, le MC-Informations s'est voulu être un magazine d'information et de réflexion sur des thèmes importants dans le domaine de la santé et des soins de santé et sur les évolutions en matière d'assurance maladie et de sécurité sociale. Au fil des années, le magazine a évolué, tant en termes de contenu que de la mise en page.

En 2020, nous avons à nouveau évalué au sein du comité de rédaction divers aspects du magazine. Ainsi nous avons examiné dans quelle mesure le magazine atteignait suffisamment son public cible et comment atteindre de nouveaux publics cibles. De la même manière, la façon dont le MC-Informations est mis à disposition des parties intéressées a été évaluée afin de la réajuster si nécessaire.

Il nous a également semblé important d'évaluer le MC-Informations sur le plan du contenu et de la mise en page. Cette évaluation a été effectuée par le comité de rédaction tout en tenant compte de l'opinion des lecteurs qui a été sondée, à la fin de 2020, à l'aide de l'enquête de satisfaction en ligne dont les résultats sont présentés dans cet article.

Ces résultats montrent que le MC-Informations continue d'être une publication très appréciée. Tant l'évaluation générale que l'évaluation du contenu et de la variation des thèmes et des sujets ont été très positives pour une grande majorité des répondants. Il est également clair qu'une grande partie des abonnés lisent les articles avec un intérêt pour des thèmes précis. Néanmoins, nous avons également relevé un certain nombre de points d'attention, notamment dans le domaine de la compréhension et de la technicité des articles.

La conception du magazine est également moins bien notée par les répondants. La police utilisée, les couleurs, la couverture et l'ensemble de l'apparence du magazine ont besoin d'être modernisés.

Enfin, de nombreux répondants pensent que le nom du magazine n'est pas ou pas complètement en adéquation avec le contenu. Ils ont déjà formulé quelques suggestions pour un nouveau nom.

Le comité de rédaction tiendra compte des résultats de cette enquête de satisfaction et des suggestions d'amélioration concrètes des répondants dans le processus d'amélioration du MC-*Informations*. Le résultat sera visible dans le courant de l'année 2022.

Finalement, nous tenons à remercier les abonnés et les lecteurs d'avoir répondu à l'enquête.