



L'image de la presse professionnelle auprès des actifs de catégories moyennes et supérieures

Sondage Ifop pour la
Fédération nationale de la presse spécialisée

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Guillaume Marchal

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 / 06 16 97 06 01

prenom.nom@ifop.com

Novembre 2014



Sommaire

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

3 - Les principaux enseignements

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour la Fédération nationale de la presse spécialisée

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 647 lecteurs de la presse professionnelle, issu d'un échantillon représentatif de 2924 Français de catégories professionnelles moyennes et supérieures âgés de 18 ans et plus	 La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	 Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing) du 15 Mai au 11 Juin 2014.

2 | Les résultats de l'étude

Le sentiment d'être bien informé sur son secteur s'avère très majoritaire et solide : neuf lecteurs sur dix se disent bien informés, dont 28% « très bien informés »

QUESTION : Vous personnellement, vous sentez-vous très bien informé, plutôt bien informé, plutôt mal informé ou très mal informé sur l'actualité de votre secteur d'activité ou de votre profession ?

▲ 25 à 34 ans (37%)

▲ Artisan ou commerçant (34%)

▲ Agriculture, sylviculture et pêche (64%)

▲ Industrie, énergies (34%)

Très bien informé
28%

TOTAL
Bien informé
90%

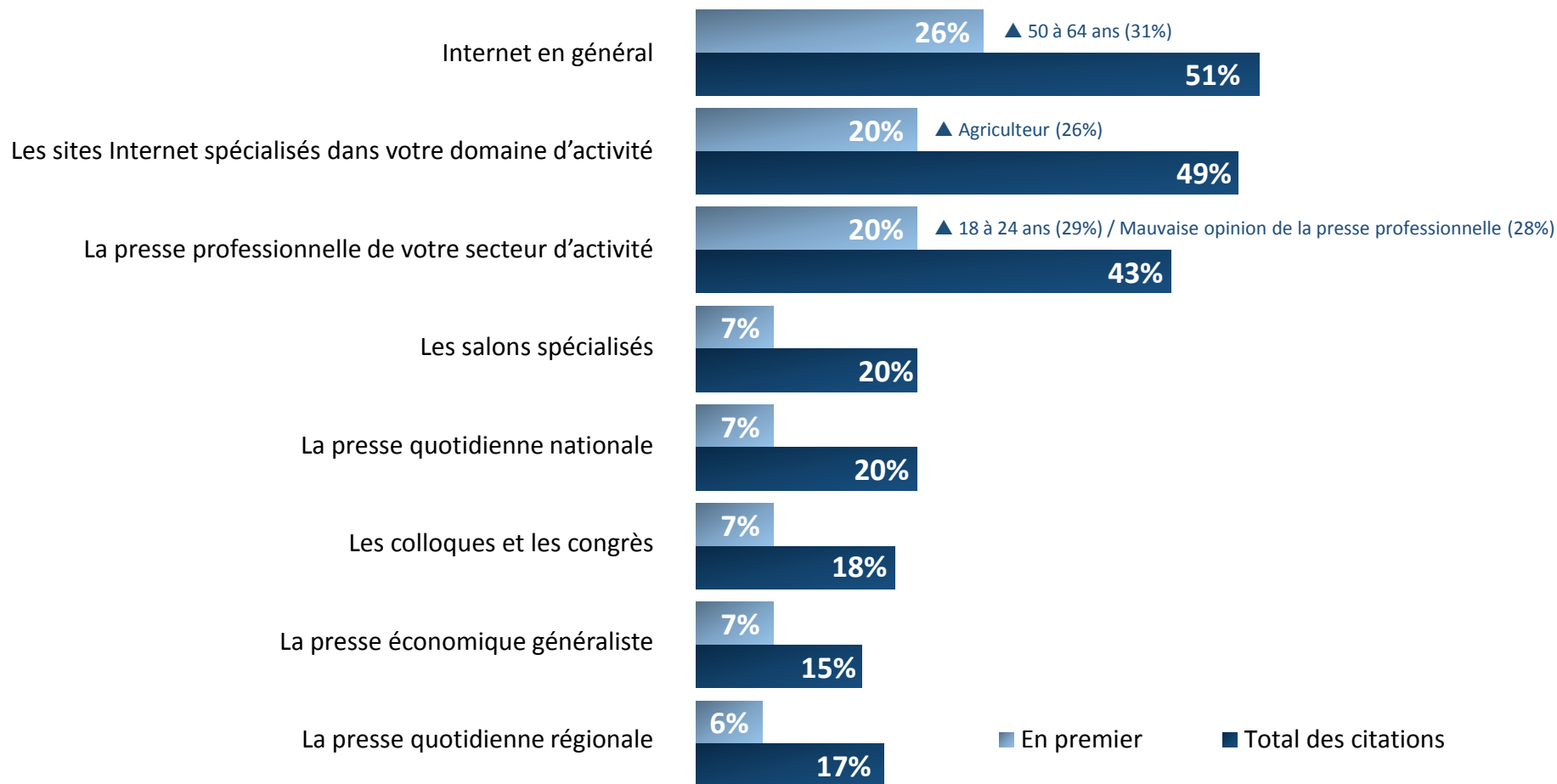
Très mal informé
1%

Plutôt mal informé
9%

Plutôt bien informé
62%

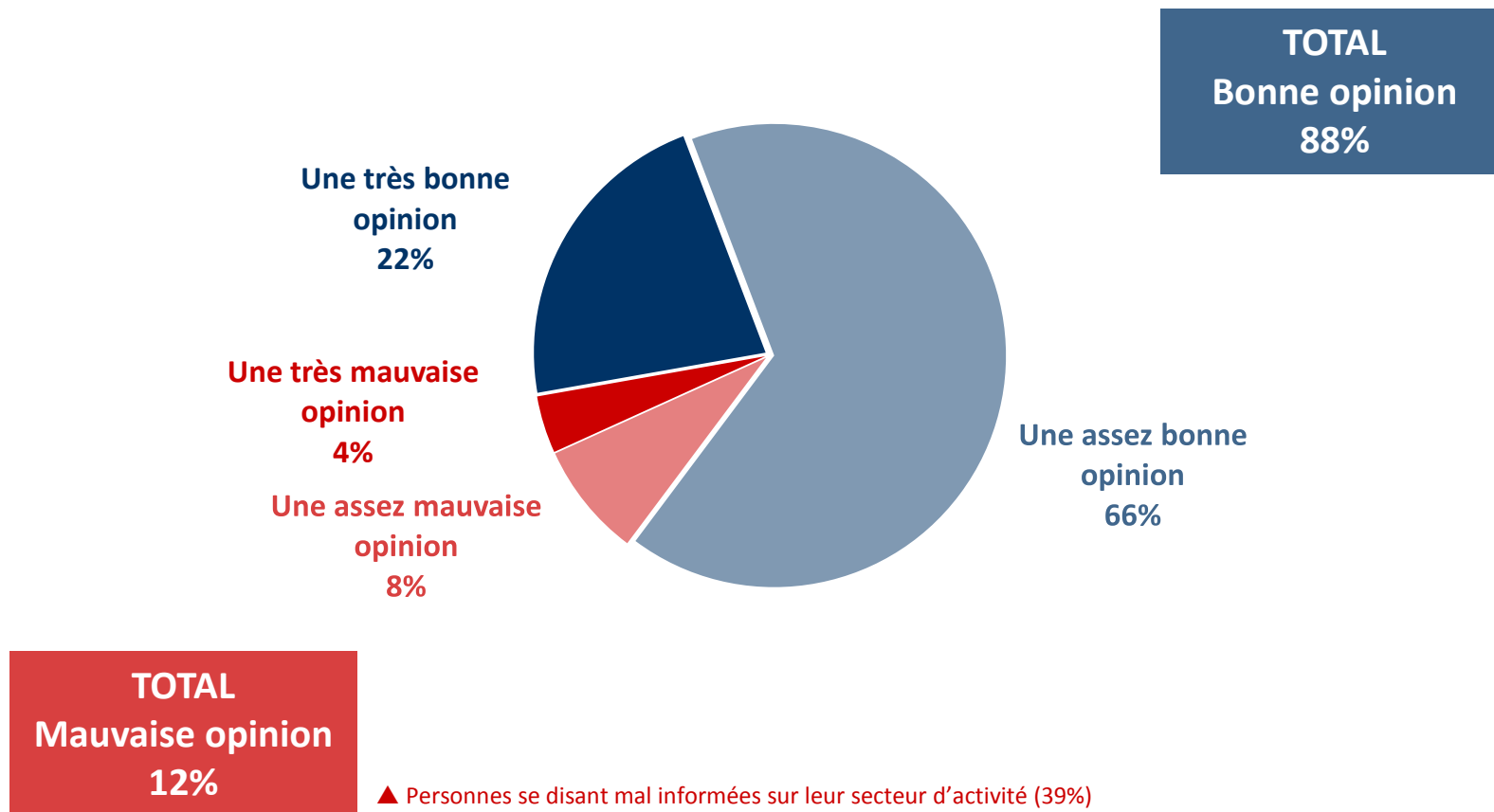
TOTAL
Mal informé
10%

QUESTION : Et quels sont les moyens d'informations que vous utilisez le plus pour vous informer de l'actualité de votre profession ?



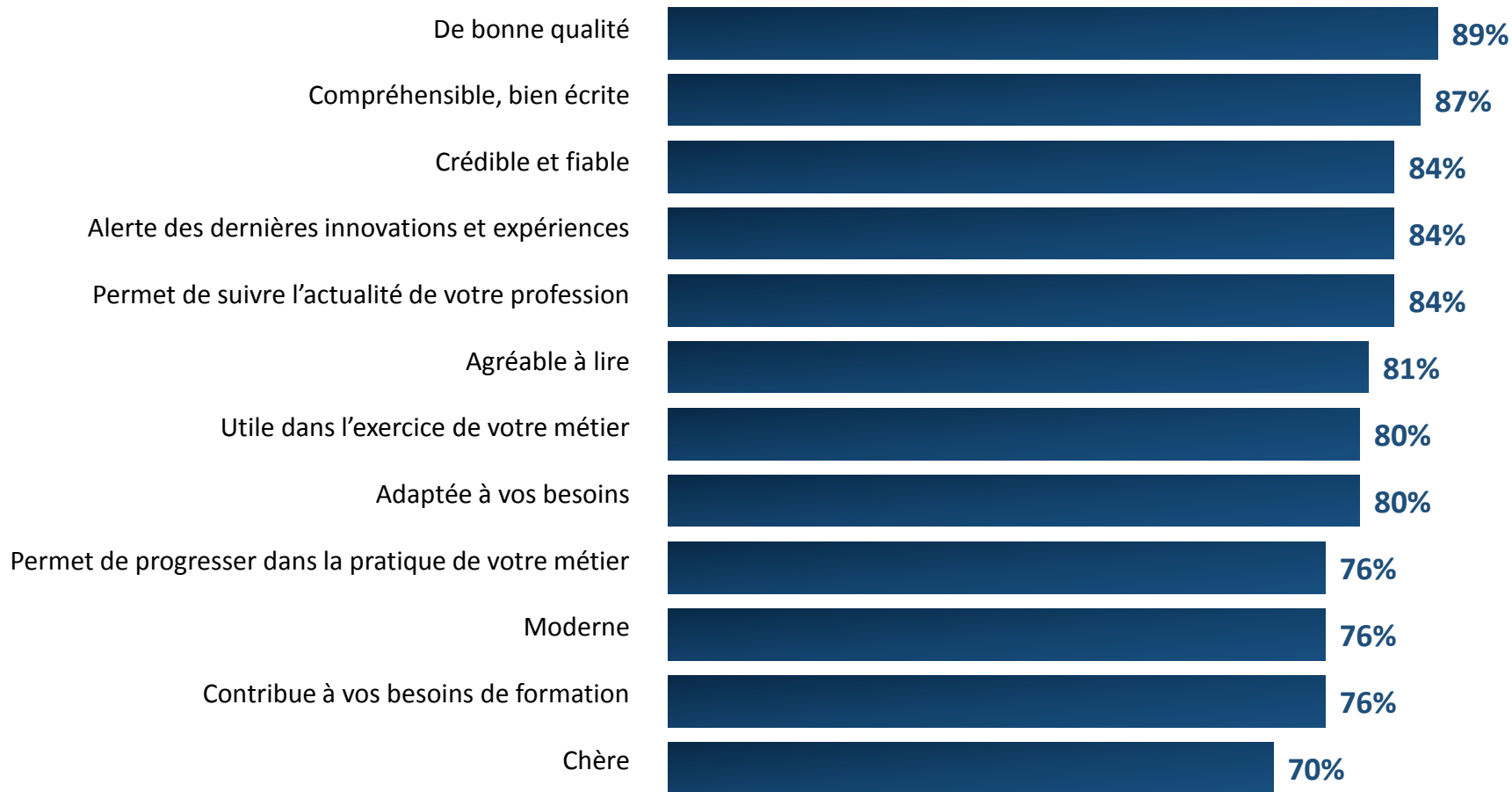
La presse professionnelle bénéficie d'une cote d'opinion positive pour près de neuf lecteurs sur dix, et plus d'un sur cinq en a même une « très bonne opinion »

QUESTION : D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion de la presse professionnelle ?

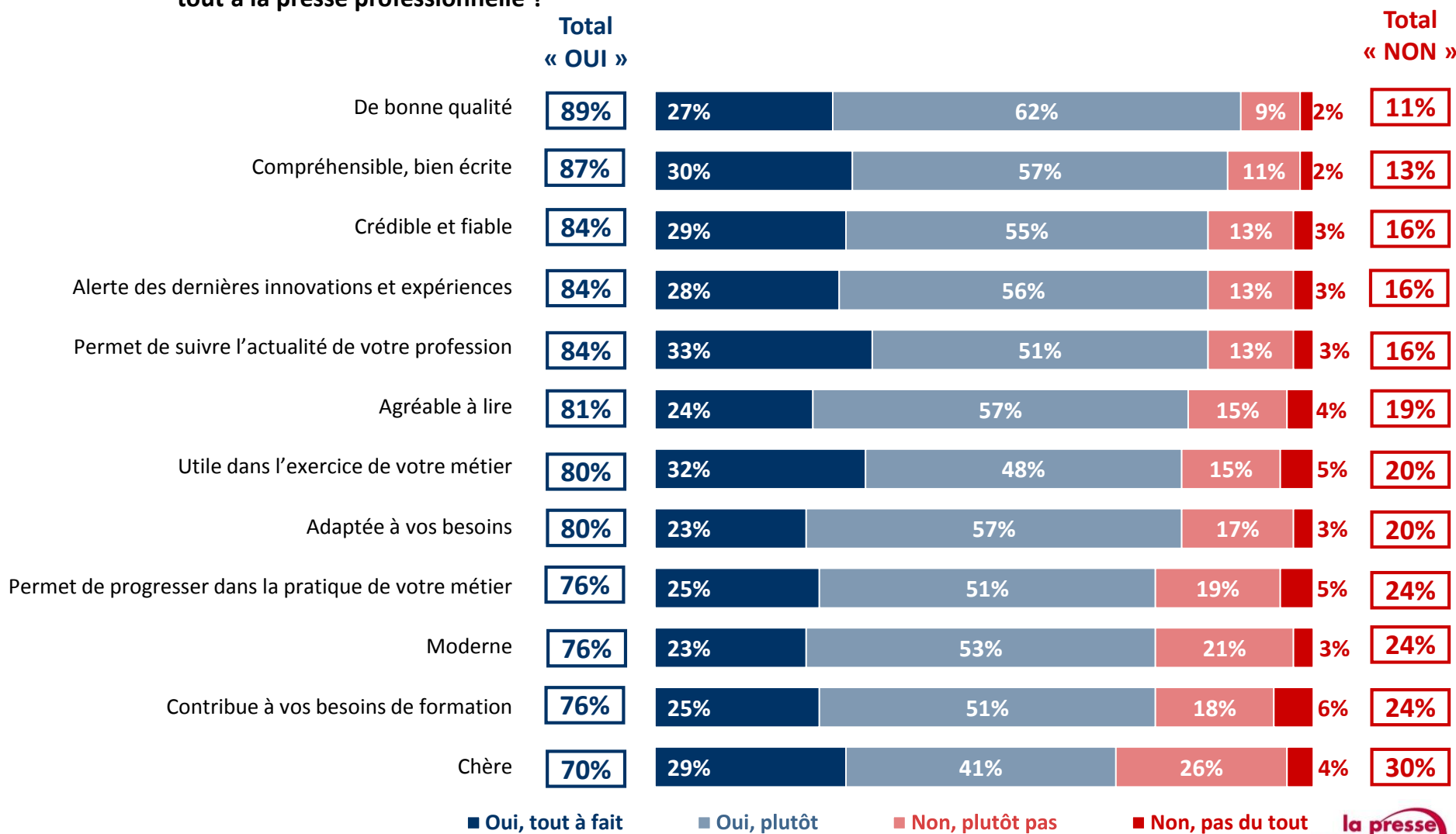


QUESTION : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à la presse professionnelle ?

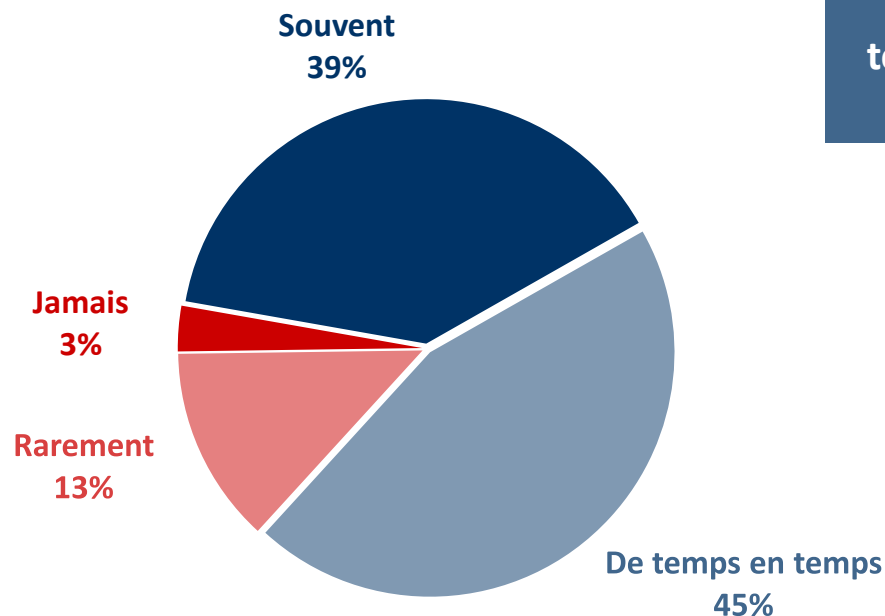
- Récapitulatif : Total Oui -



QUESTION : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à la presse professionnelle ?



QUESTION : Vous personnellement, à quelle fréquence consultez-vous les sites Internet des titres de la presse professionnelle ?



TOTAL
Souvent / de
temps en temps
84%

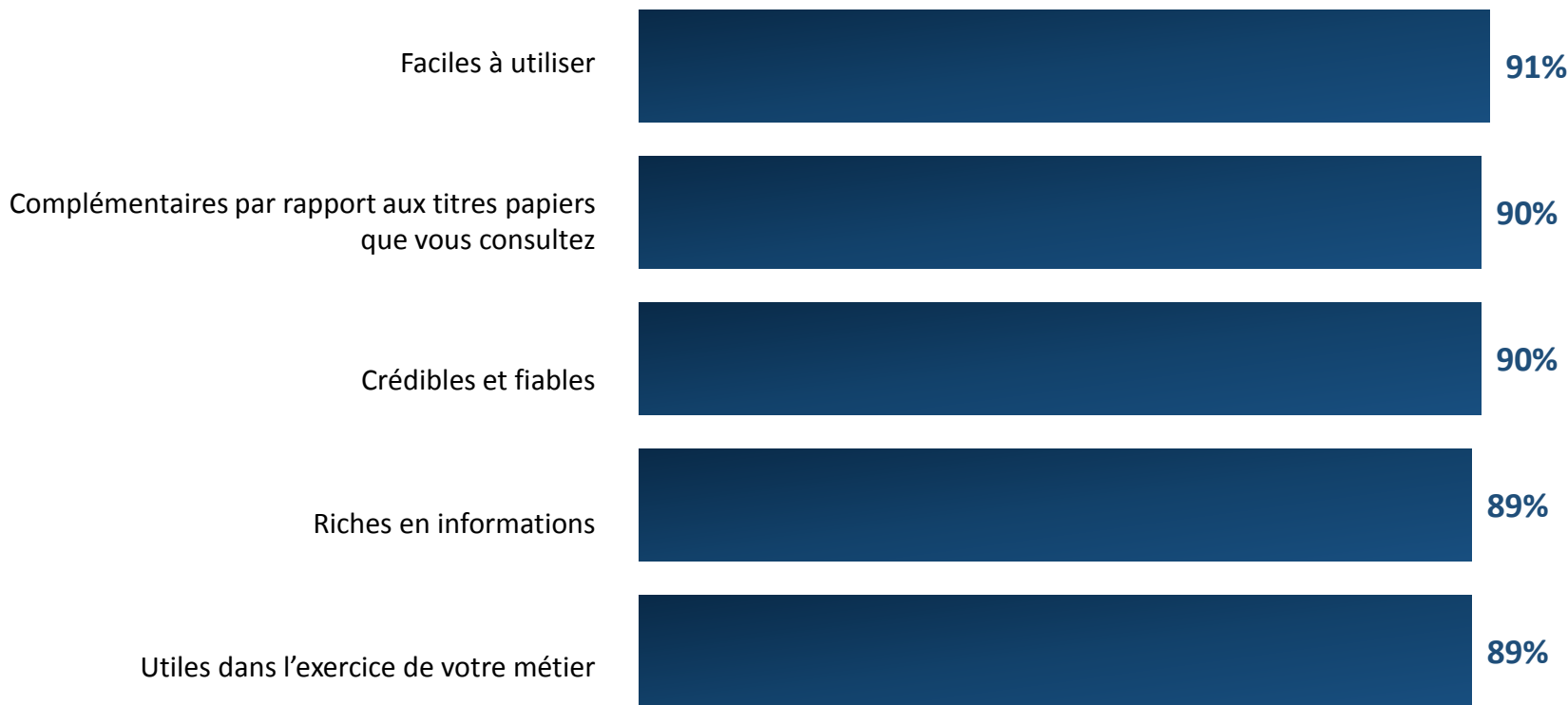
TOTAL
Rarement / jamais
16%

- ▲ Personnes se disant mal informées sur leur secteur d'activité (38%)
- ▲ Mauvaise opinion de la presse professionnelle (39%)

QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, diriez-vous qu'elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout aux sites Internet des titres de la presse professionnelle que vous consultez ?

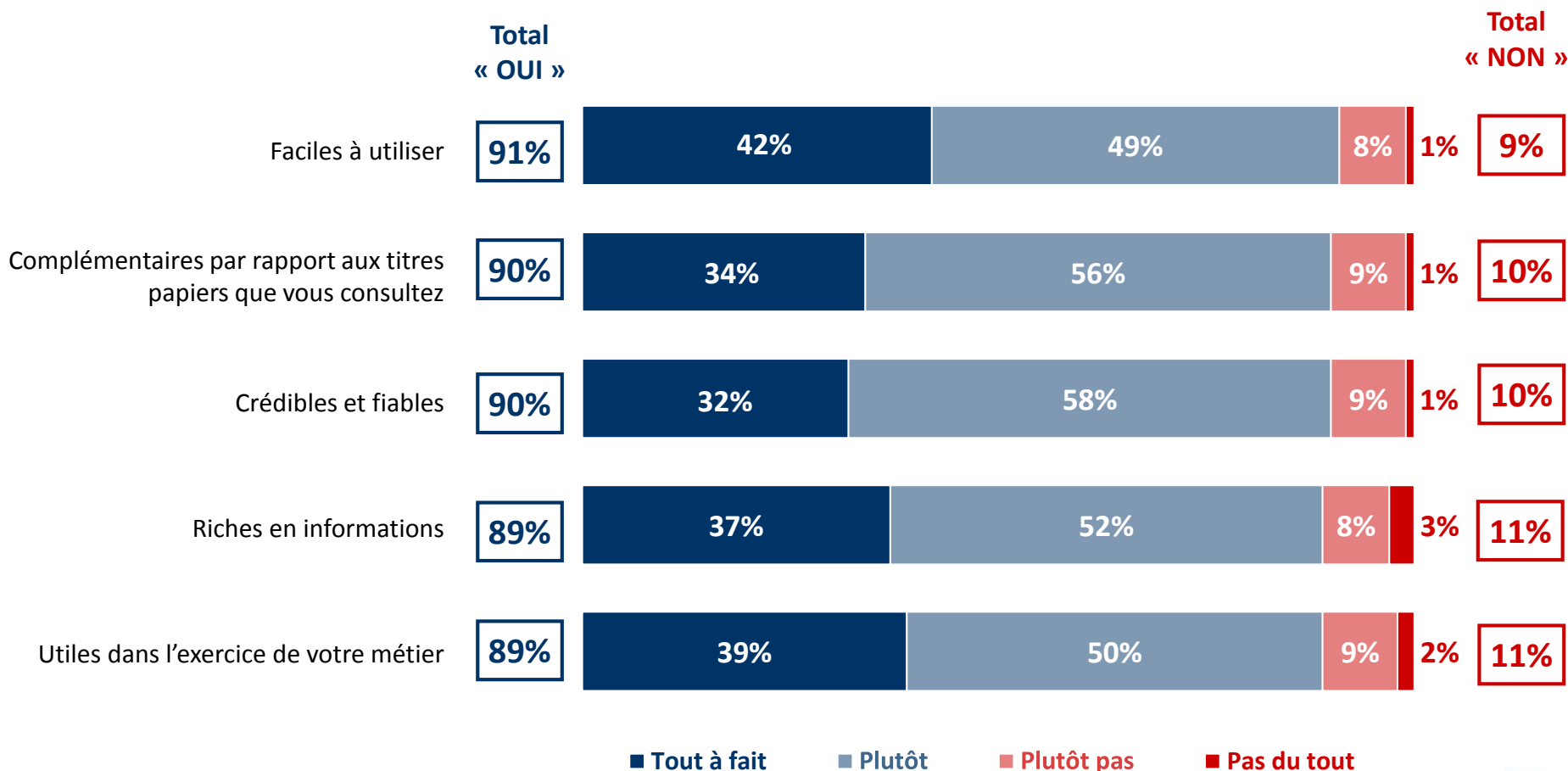
Base : personnes consultant au moins de temps en temps les sites Internet de la presse professionnelle, soit 84% de l'échantillon

- Récapitulatif : Total Oui -

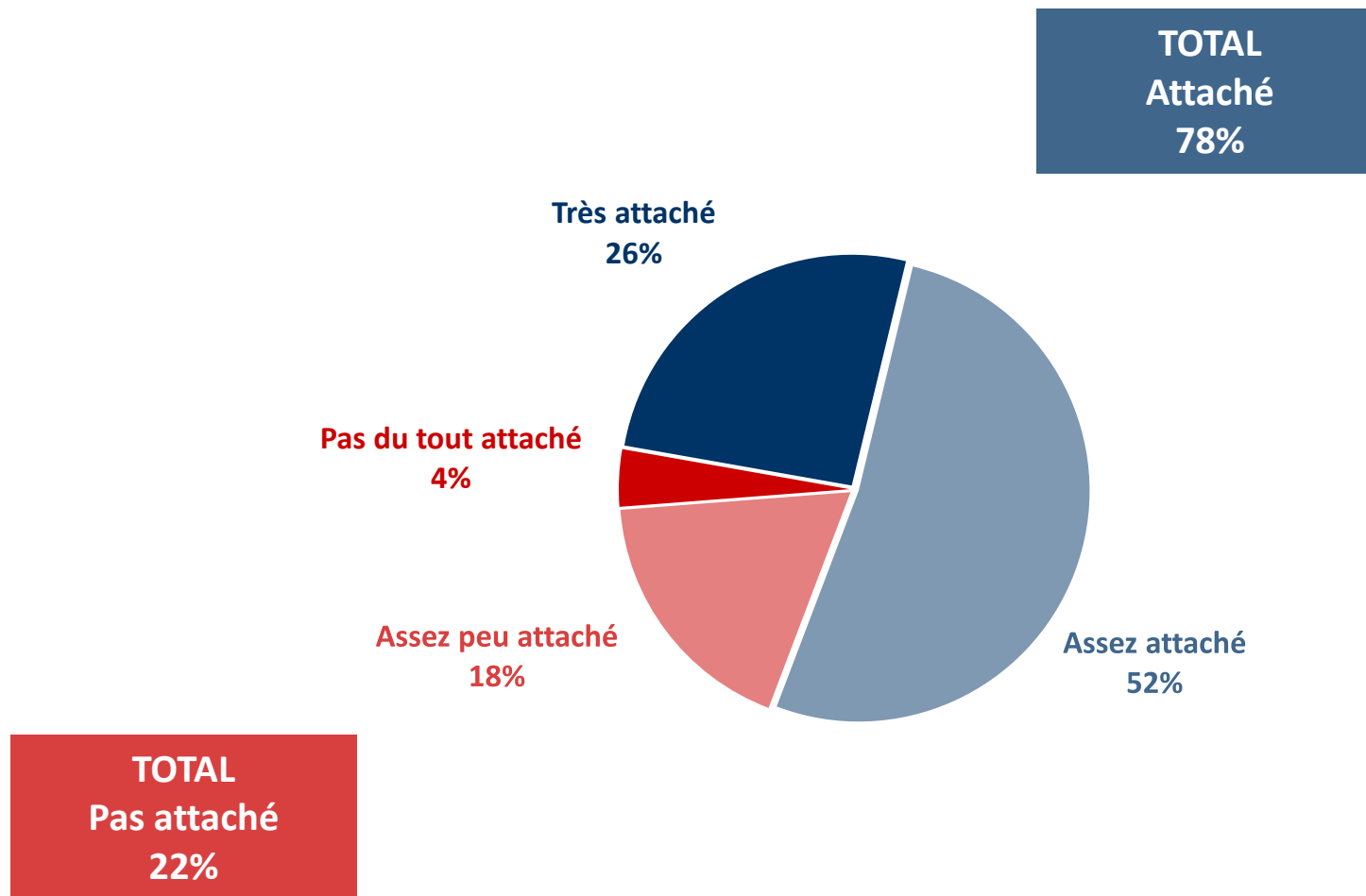


QUESTION : Pour chacune des propositions suivantes, diriez-vous qu'elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout aux sites Internet des titres de la presse professionnelle que vous consultez ?

Base : personnes consultant au moins de temps en temps les sites Internet de la presse professionnelle, soit 84% de l'échantillon



QUESTION : Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes très attaché, assez attaché, assez peu attaché ou pas du tout attaché à la lecture de titres de la presse professionnelle ?



3 | Ce qu'il faut retenir

- Les lecteurs de la presse professionnelle appartenant aux catégories socio-professionnelles moyennes et supérieures font part d'un **excellent niveau d'information sur leur domaine d'activité : 90% d'entre eux se disent bien informés**. Ce résultat satisfaisant est également très bien constitué puisque 28% se déclarent « très bien informés ».
- Interrogés sur les moyens d'information qu'ils utilisent le plus pour s'informer de l'actualité de leur profession, 20% des lecteurs de la presse professionnelle citent celle-ci « en premier ». La presse professionnelle se place ainsi juste après Internet en général (26%) et fait jeu égal avec les sites internet spécialisés par domaine d'activité (20%). Au global, elle arrive en troisième position, à 43%, derrière Internet en général (51%) et les sites spécialisés (49%). **La presse professionnelle est donc devancée par le web, ses lecteurs lui préférant l'information disponible en ligne**. Nuançons toutefois ce constat en rappelant qu'il participe d'une **tendance plus générale touchant aujourd'hui la presse écrite, de plus en plus concurrencée par l'information accessible sur le web**. La presse quotidienne régionale et la presse économique généraliste arrivent ainsi en bas de classement, avec respectivement 17% et 15% de citations au global, lorsque la presse nationale est citée par tout juste 20% des lecteurs interrogés.
- Dans ce contexte difficile pour la presse en général, **la presse professionnelle jouit auprès de ses lecteurs d'une très bonne réputation** à différents niveaux. Ses lecteurs estiment, dans de très larges majorités, qu'elle est « de bonne qualité » (89%), qu'elle est « compréhensible, bien écrite » (87%), mais aussi, pour 84% d'entre eux, « crédible et fiable », « alerte des dernières innovations et expériences » et « permettant de suivre l'actualité de sa profession ». Elle reste cependant « chère » pour 70% de ses lecteurs, autre élément venant expliquer la forte concurrence d'Internet.

- A cet égard, **les sites Internet de la presse professionnelle bénéficient d'une très grande bienveillance** de la part des lecteurs qui les consultent (84% de l'échantillon), puisque environ neuf d'entre eux sur dix les considèrent comme « faciles à utiliser » (91%), « complémentaires par rapport aux titres papiers » (90%), « crédibles et fiables » (90%), « riches en information » (89%) et « utiles dans l'exercice de leur métier » (89%). Comme pour la presse, en général, ces sites constituent donc d'ores-et-déjà une première réponse aux enjeux liés au développement du numérique. Ces perceptions très positives de la part de ceux qui s'y connectent viennent d'ailleurs expliquer que **la fréquence de consultation soit élevée avec, au total, 84% de visiteurs réguliers ou fréquents** (45% les consultant « de temps en temps » et 39% « souvent »).
- Enfin, signe de la très bonne image dont bénéficie toujours la presse professionnelle, **les lecteurs sont très majoritairement attachés à la lecture de leurs titres** (78%) et il s'agit d'un résultat là encore particulièrement solide puisque plus d'un quart (26%) se dit même « très attaché ».