



L'image de la presse professionnelle auprès des actifs de catégories moyennes et supérieures - Vague 3 -

Suivi barométrique de l'Ifop pour la
Fédération nationale de la presse spécialisée

N° 113845

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Mathilde Moizo

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 / 06 16 97 06 01

prenom.nom@ifop.com

Mai 2016



Sommaire

1 - La méthodologie

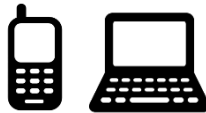
2 - Les résultats de l'étude

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 745 lecteurs de la presse professionnelle, issu d'un échantillon représentatif de 3514 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 18 au 26 avril 2016.

Rappel Méthodologie :

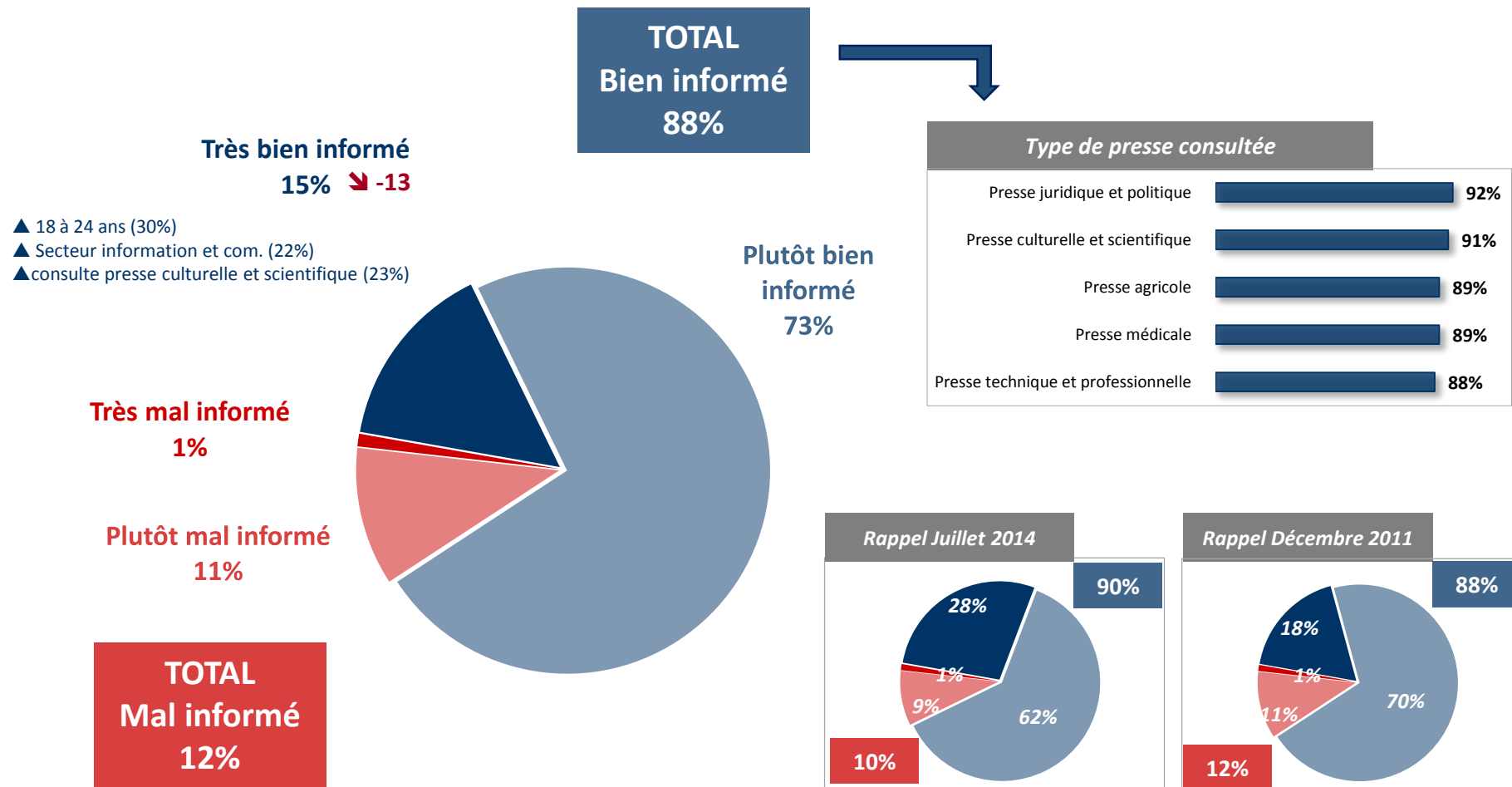
Vague 1 : Etude réalisée pour la Fédération nationale de la presse spécialisée auprès d'un échantillon de 592 lecteurs de la presse professionnelle, issu d'un échantillon de représentatif de 2065 Français de catégories professionnelles moyennes et supérieures âgés de 18 ans et plus par questionnaire auto-administré en ligne du 6 au 16 décembre 2011.

Vague 2 : Etude réalisée pour la Fédération nationale de la presse spécialisée auprès d'un échantillon de 647 lecteurs de la presse professionnelle, issu d'un échantillon de représentatif de 2924 Français de catégories professionnelles moyennes et supérieures âgés de 18 ans et plus par questionnaire auto-administré en ligne du 15 mai au 11 juin 2014.

2 | Les résultats de l'étude

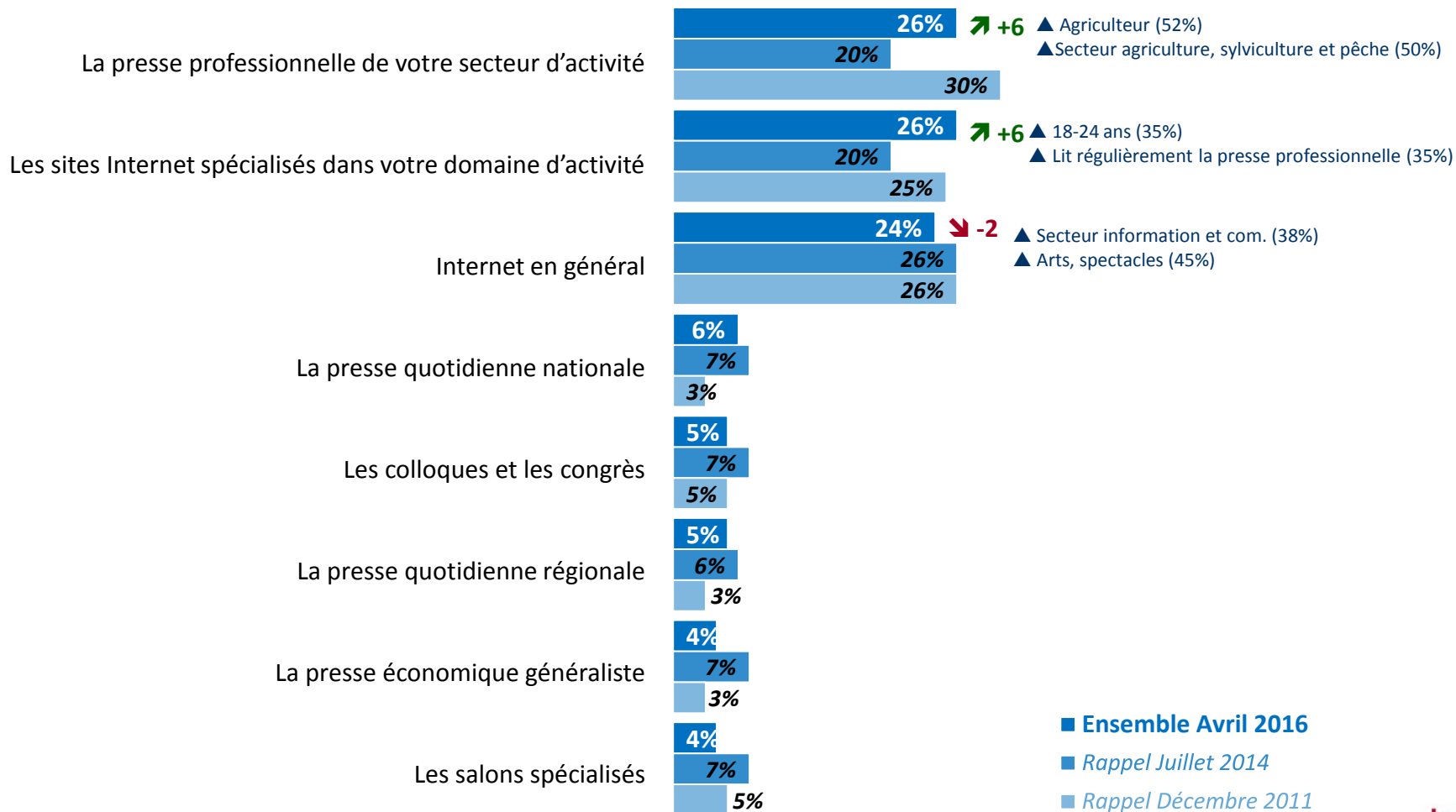


QUESTION : Vous personnellement, vous sentez-vous très bien informé, plutôt bien informé, plutôt mal informé ou très mal informé sur l'actualité de votre secteur d'activité ou de votre profession ?



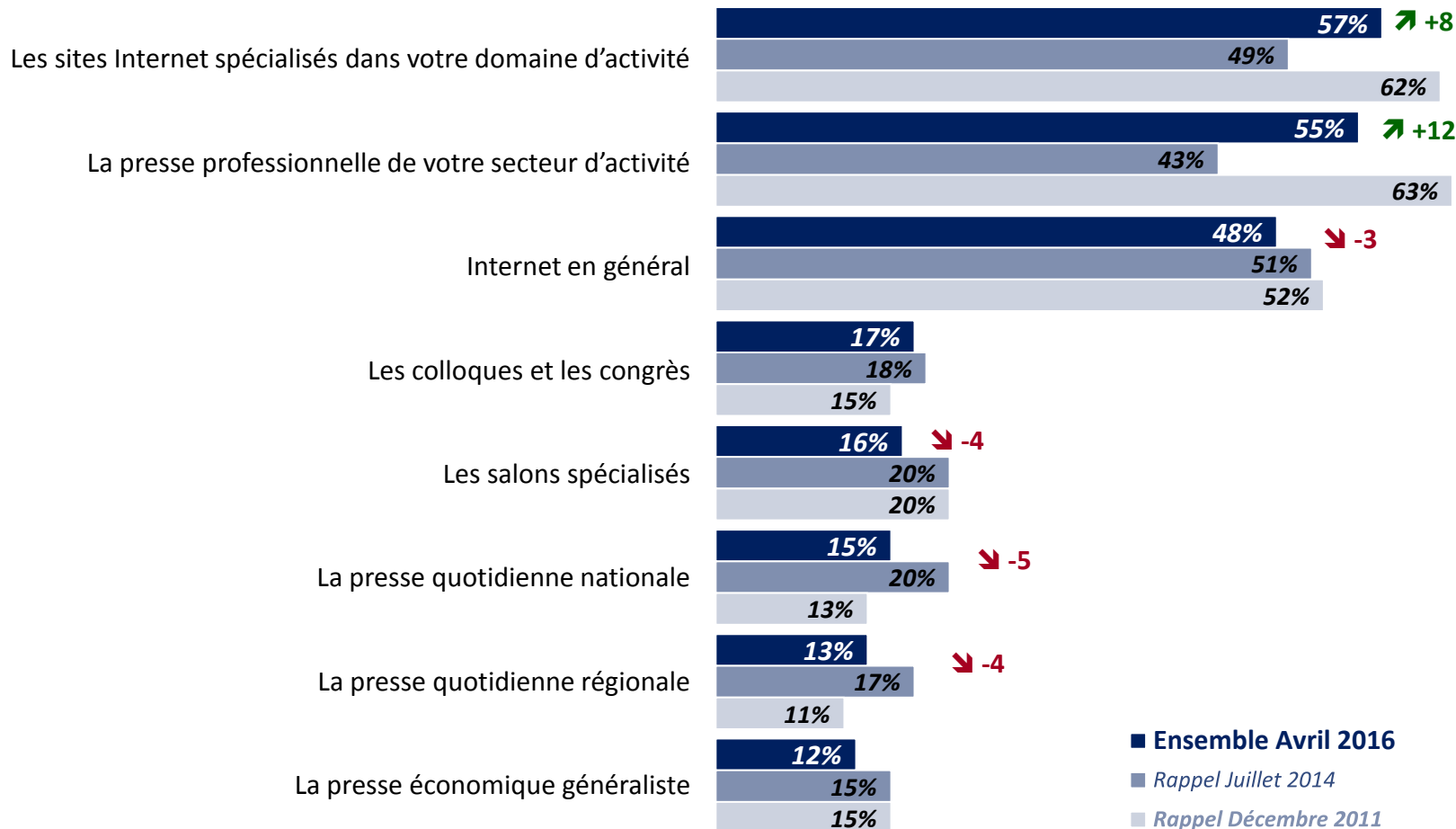
QUESTION : Et quels sont les moyens d'informations que vous utilisez le plus pour vous informer de l'actualité de votre profession ?

- En premier -

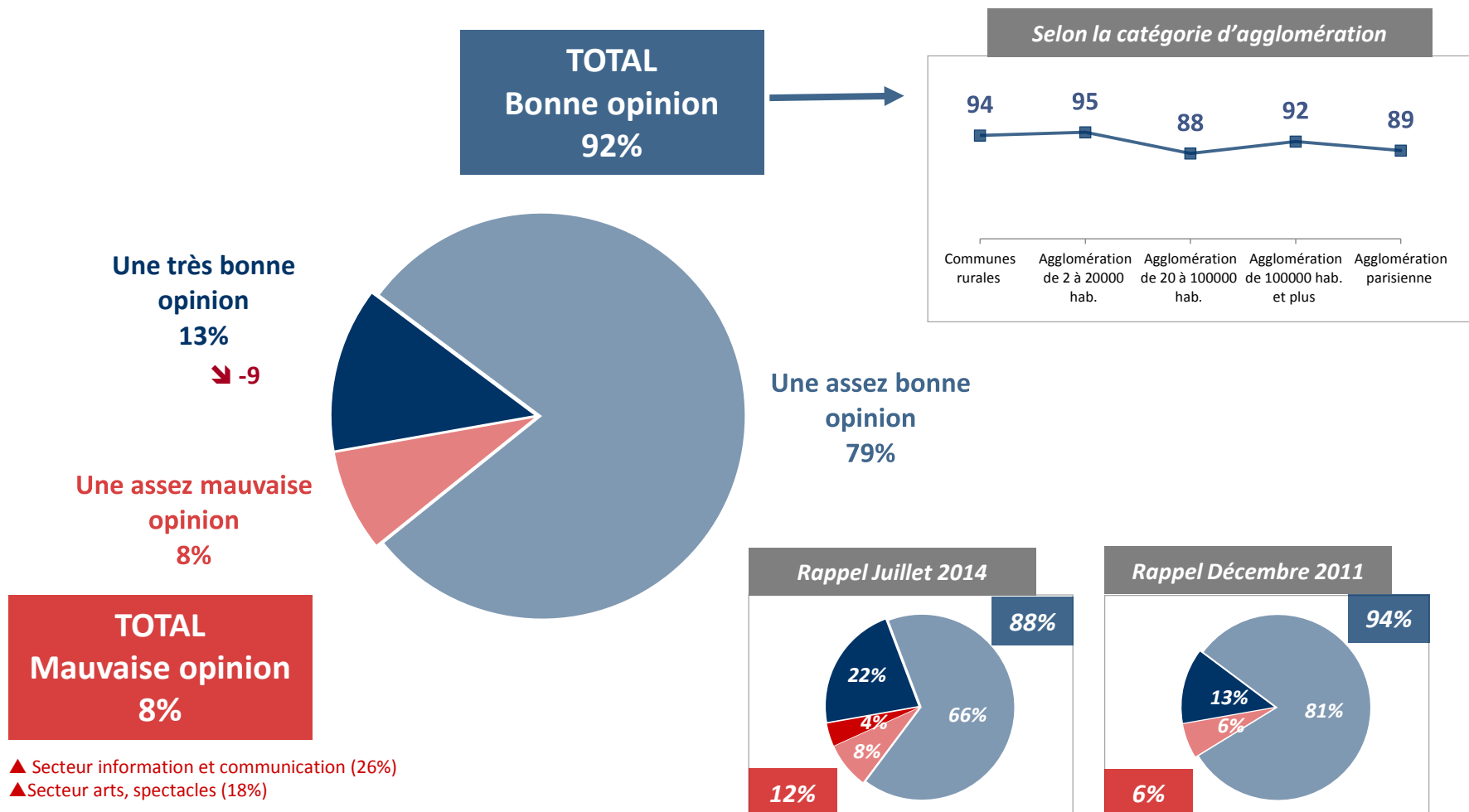


QUESTION : Et quels sont les moyens d'informations que vous utilisez le plus pour vous informer de l'actualité de votre profession ?

- Total des citations -

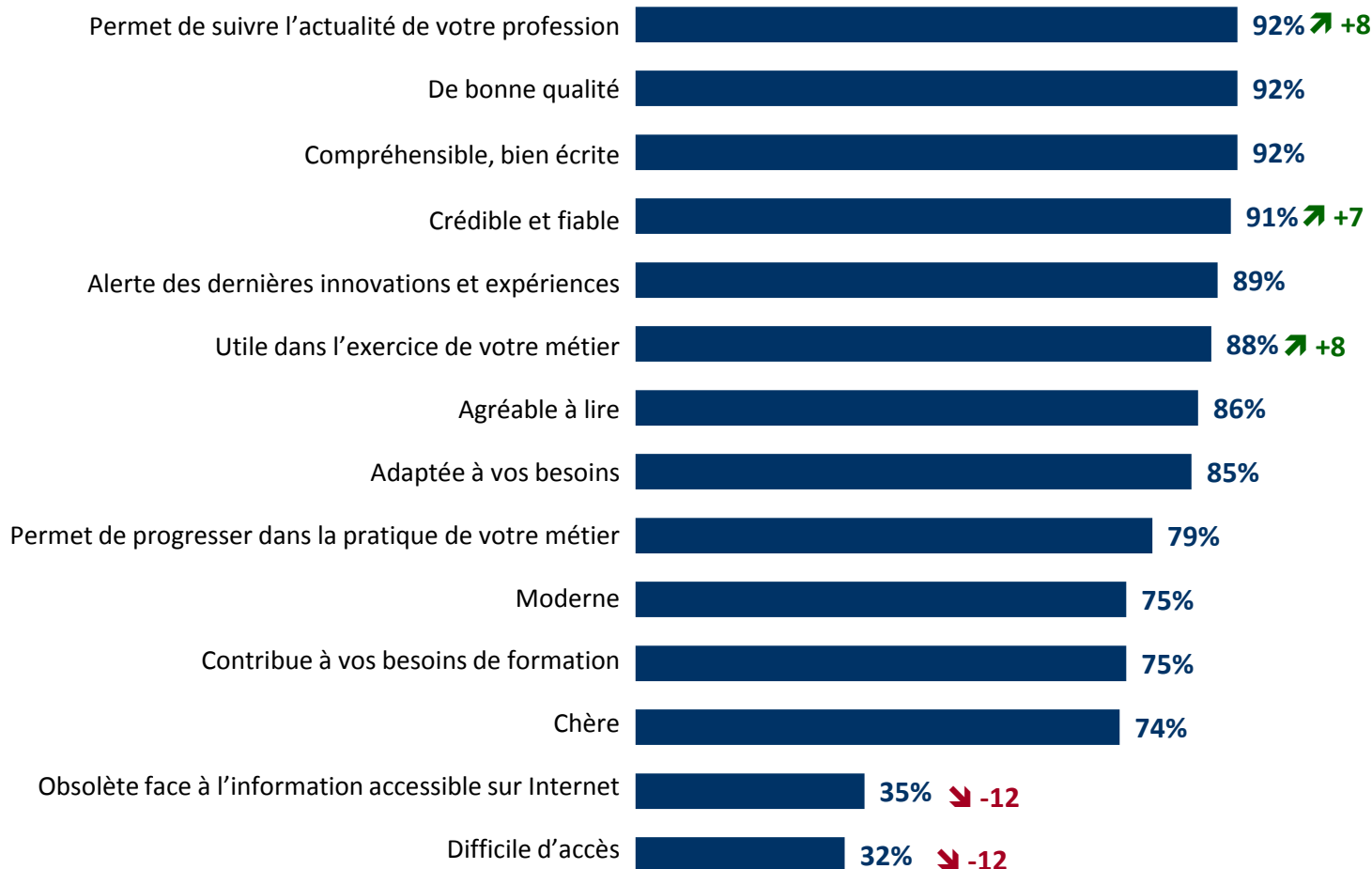


QUESTION : D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion de la presse professionnelle ?



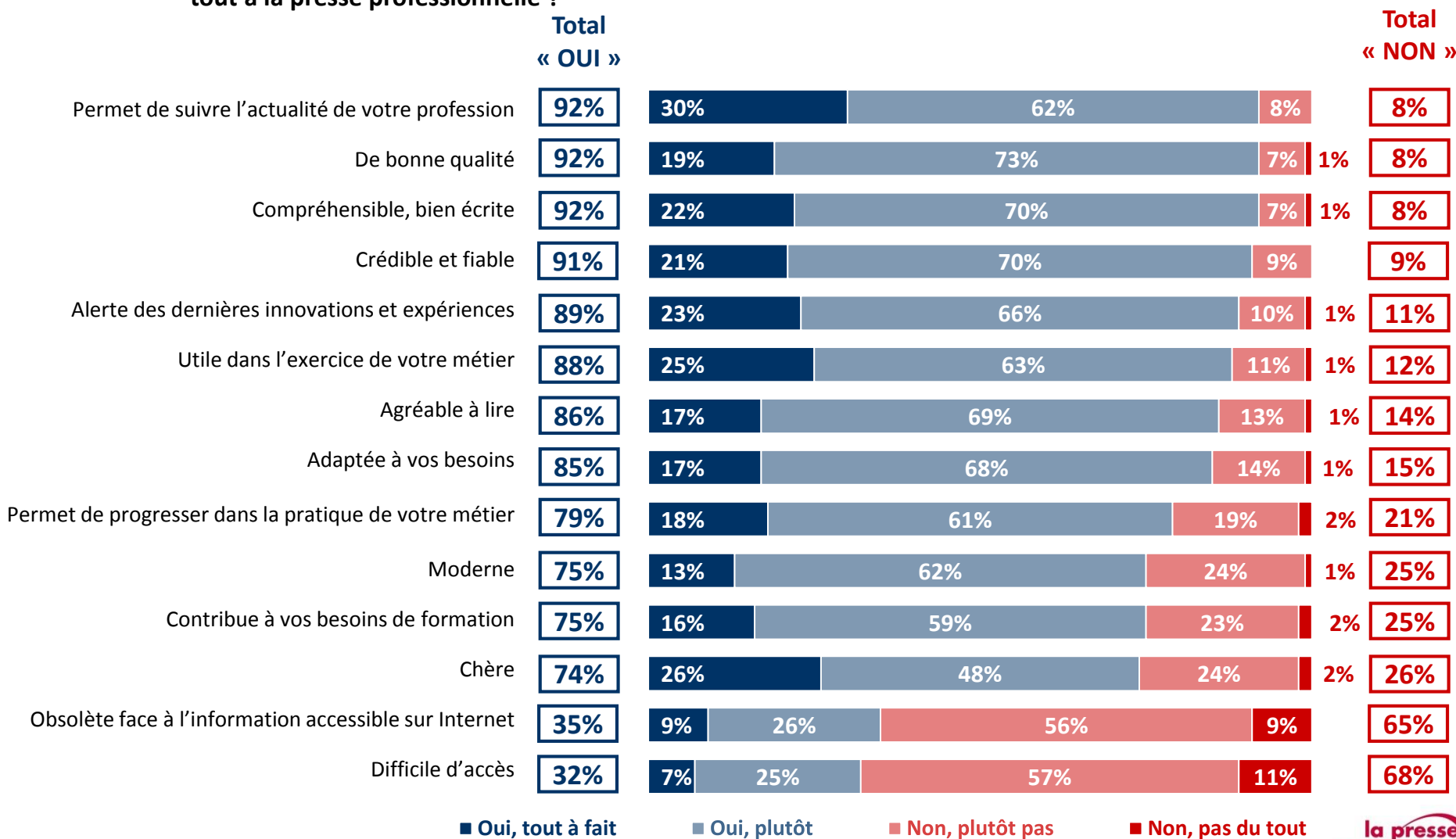
QUESTION : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à la presse professionnelle ?

- Récapitulatif : Total Oui-

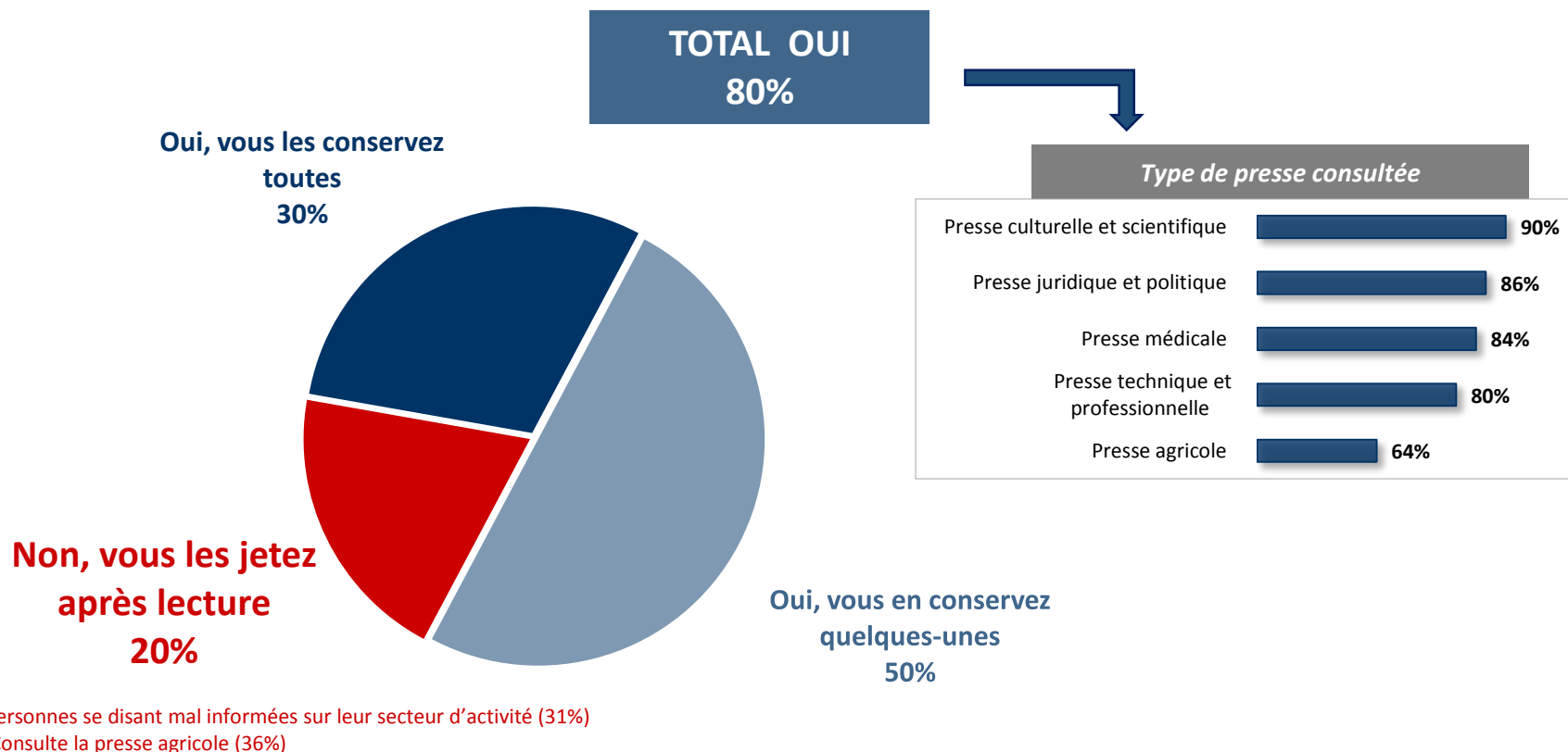


Rappel Juillet 2014	Rappel Décembre 2011
84	92
89	94
87	92
84	92
84	88
80	89
81	84
80	84
76	78
76	72
76	73
70	72
47	34
44	29

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 : D'une manière générale, conservez-vous sous format papier les publications dont nous venons de parler ?



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

Souvent
32%

Jamais
2%

Rarement
10%

**TOTAL Souvent/
de temps en temps**
88%

**De temps
en temps**
56%

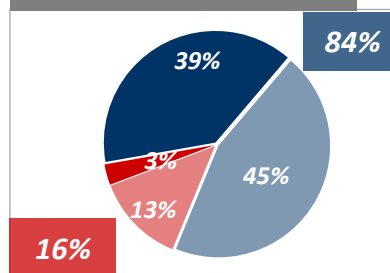
Type de presse consultée

Presse culturelle et scientifique	95%
Presse juridique et politique	90%
Presse technique et professionnelle	90%
Presse agricole	89%
Presse médicale	89%

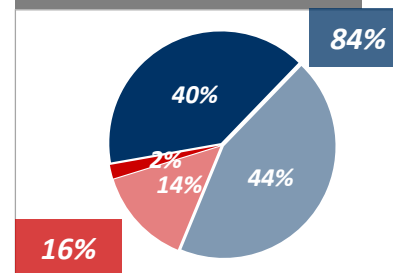
TOTAL
Rarement / jamais
12%

- ▲ Secteur arts, spectacles (34%)
- ▲ Personnes se disant mal informées sur leur secteur d'activité (26%)

Rappel Juillet 2014



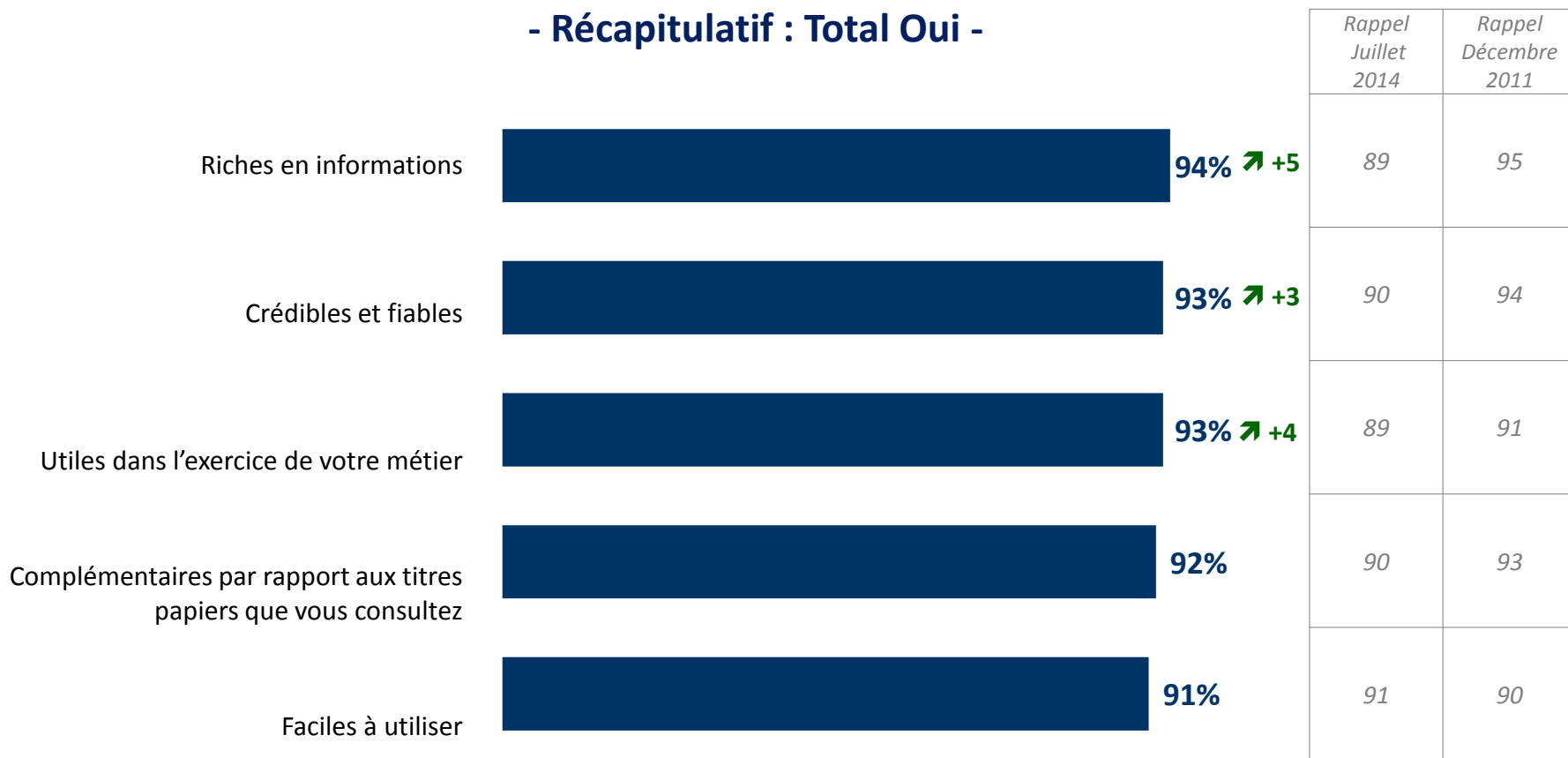
Rappel Décembre 2011



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 ?

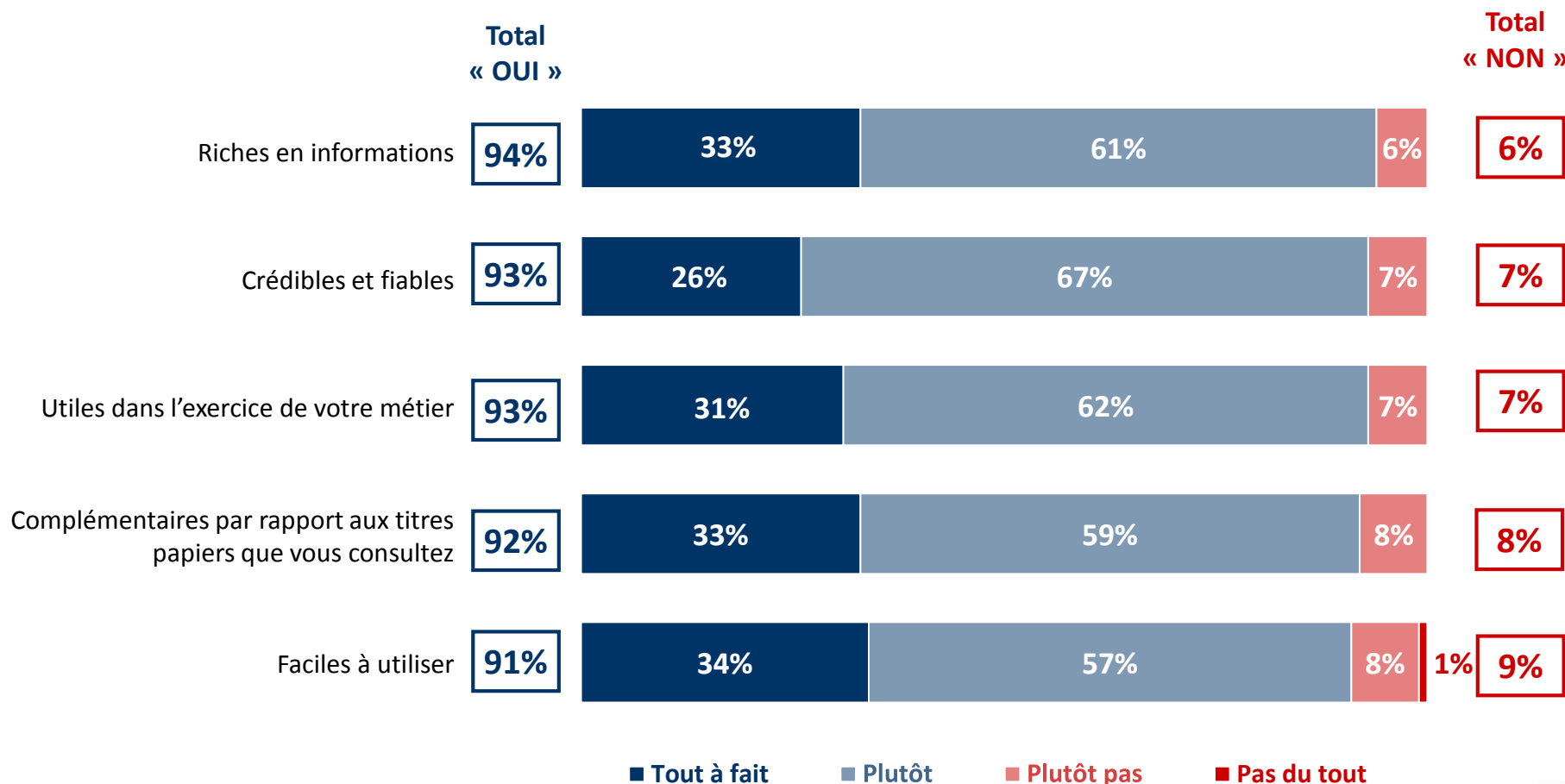
***Base :** personnes consultant au moins de temps en temps les sites Internet de la presse professionnelle, soit 88% de l'échantillon*

- 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 88% 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 ?

**TOTAL
Attaché
81%**

Type de presse consultée

Presse agricole	91%
Presse culturelle et scientifique	88%
Presse juridique et politique	87%
Presse médicale	82%
Presse technique et professionnelle	82%

Très attaché

19%

↘ -7

**Pas du tout
attaché**

2%

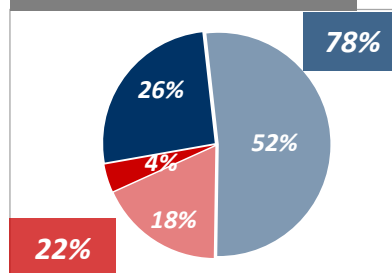
Assez peu attaché

17%

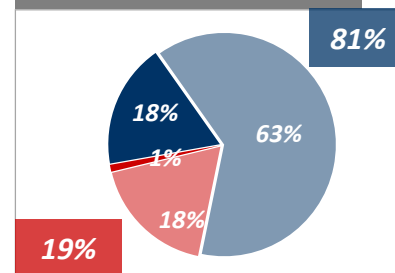
**Assez
attaché
62%**

**TOTAL
Pas attaché
19%**

Rappel Juillet 2014

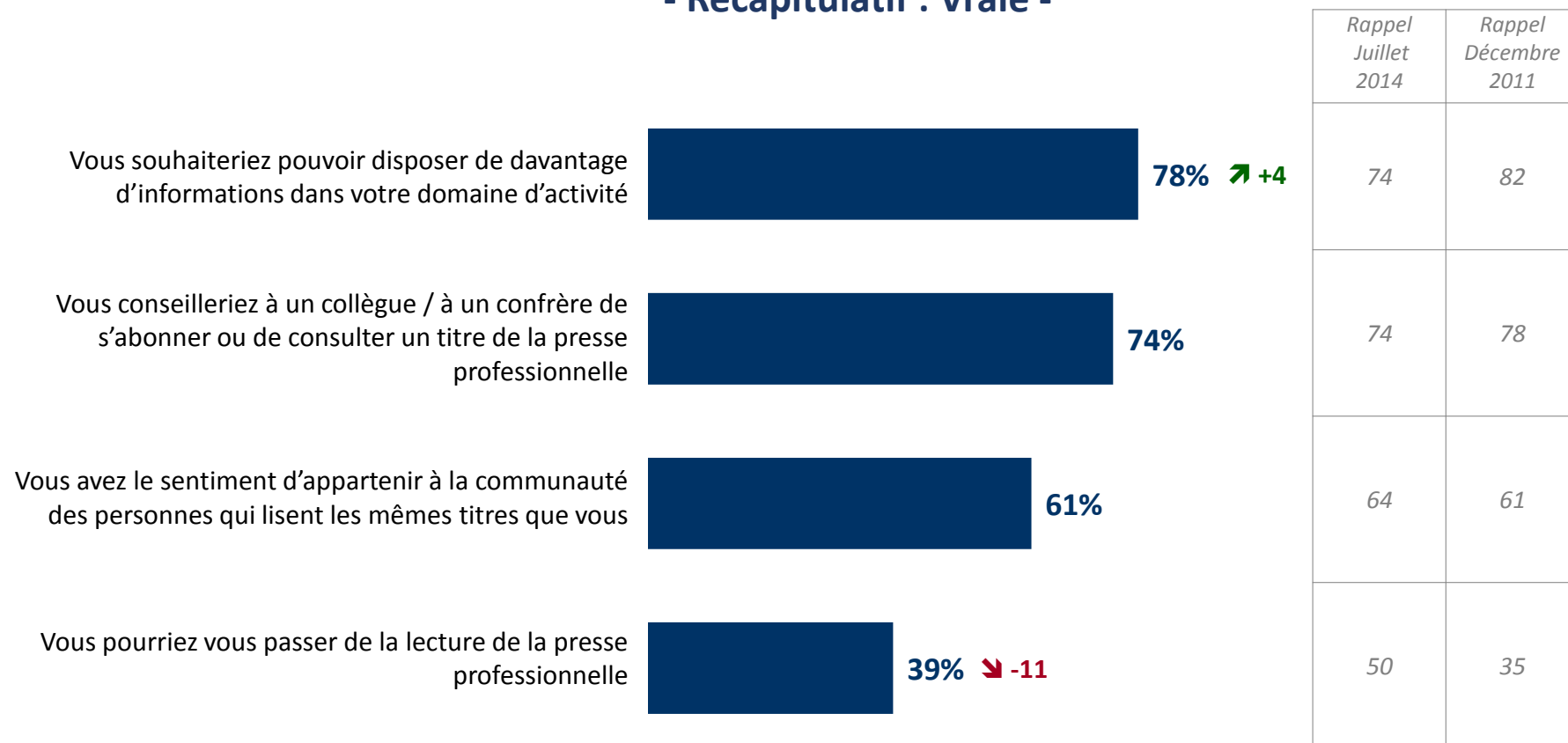


Rappel Décembre 2011

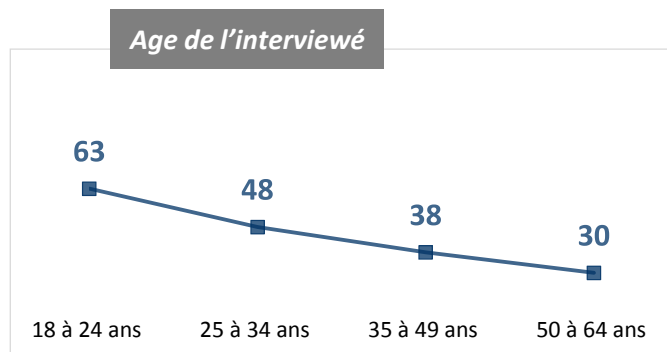
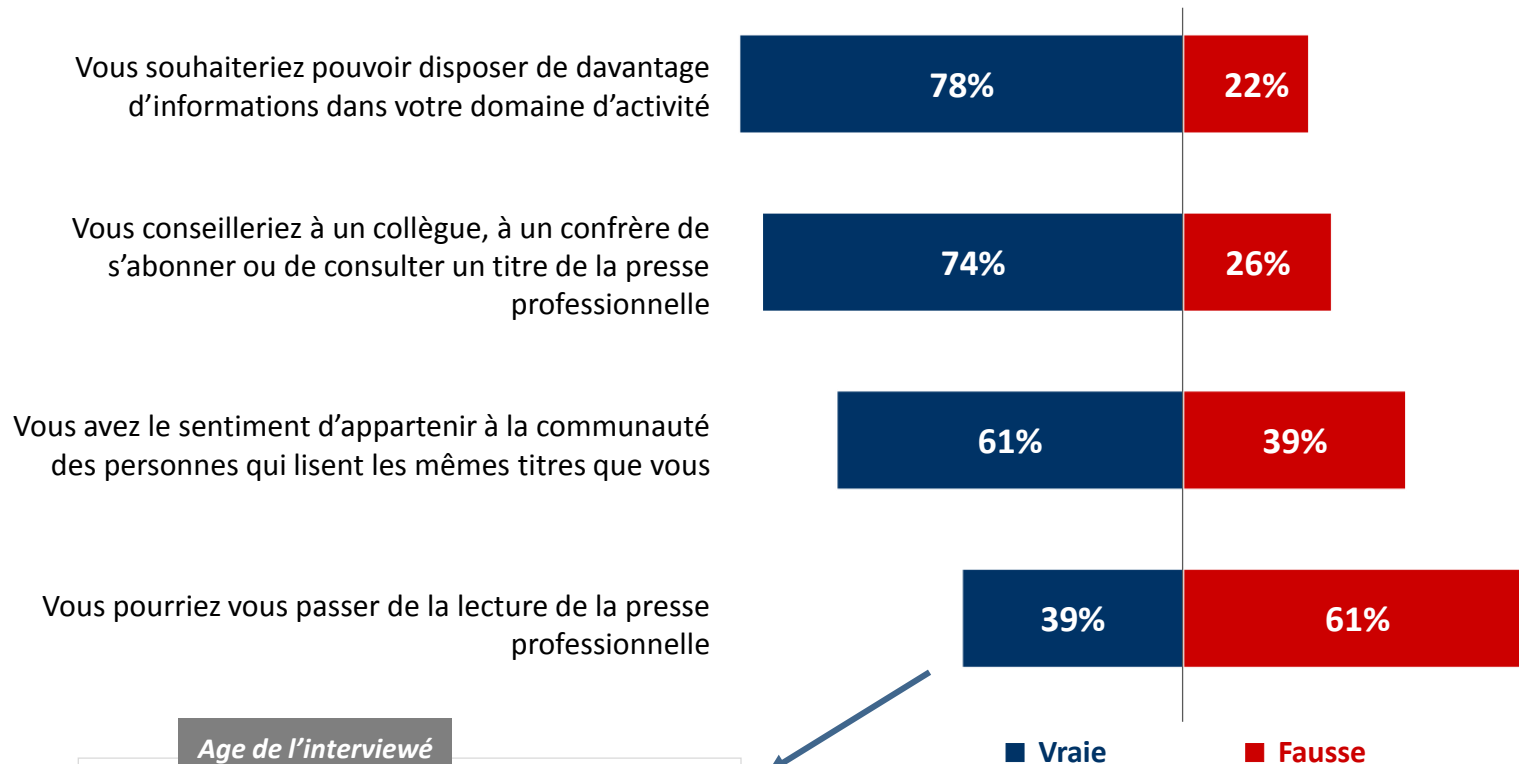


QUESTION : Pour chacune des affirmations suivantes, diriez-vous qu'elle est vraie ou fausse ?

- Récapitulatif : Vraie -



QUESTION : Pour chacune des affirmations suivantes, diriez-vous qu'elle est vraie ou fausse ?



3 | Les principaux enseignements



Le niveau d'information des lecteurs de la presse professionnelle appartenant aux catégories socio-professionnelles moyennes et supérieures se situe toujours à un **niveau très élevé sur leur domaine d'activité** : 88% d'entre eux se déclarant bien informés (contre 90% en 2014). Il convient toutefois de noter que la proportion de ceux qui se disent être « très bien informés », est en baisse significative pour s'établir cette année à 15% (contre 28% en 2014).

Internet reste un vecteur d'information de premier plan pour les lecteurs de la presse professionnelle. Toutefois ces derniers mentionnent davantage les sites spécialisés qui progressent (57% ; +8 points), au détriment « d'internet en général » qui est en retrait (48% ; -3 points par rapport à 2014). A ces sites spécialisés, il faut ajouter **la presse professionnelle qui progresse de 12 points** par rapport à juillet 2014, remontant à la seconde place du classement des moyens d'informations utilisés.

La presse professionnelle est encore et toujours mieux perçue que lors des précédentes enquêtes, dans la mesure où **92% des lecteurs en ont une bonne opinion**, un plébiscite qui se renforce depuis 2014.

La bonne option est fortement corrélée avec l'intérêt suscité, puisque on repère que les lecteurs de la presse professionnelle sont de plus en plus intéressés par le fait de suivre l'actualité de leur profession (92% ; +8 points par rapport à 2014).

A noter que tous les qualificatifs concernant la presse professionnelle sont à la hausse comparativement à 2014, mais on relève également d'une part, et c'est un net progrès, **une baisse des avis concernant son obsolescence face à l'information accessible sur internet** (-12 points par rapport à 2014), mais aussi d'autre part, **sa difficile accessibilité**. En effet, plus de trois lecteurs de la presse professionnelle sur dix la trouvent difficilement accessible (32% ; -12 points par rapport à 2014).

Ce qui émerge de cette étude, c'est la très forte conservation des publications papier de la presse professionnelle. Confirmant l'intérêt de cette frange de la population pour la presse spécialisée et de la bonne opinion qu'elle en a : en effet **une part non négligeable déclare conserver toutes les publications (30%) et la moitié en conserve une partie (50%)**. Une action de conservation peu corrélée au niveau d'attachement, puisque pour illustration, la presse agricole est celle à laquelle les lecteurs sont les plus attachés, (91% ; +10 points par rapport à la moyenne) alors qu'elle est la moins conservée (64% contre une moyenne de 80%). Pour cet exemple, on peut dès lors analyser que ce type de presse doit être fortement utile dans l'exercice de l'activité de ses lecteurs, puisque sa conservation laisse envisager une richesse évidente au niveau du contenu.

Ce lectorat qui se révèle donc toujours très lié à cette presse professionnelle, manifeste également son intérêt pour cette presse en souhaitant disposer de plus d'informations sur son domaine d'activité. En effet, près de 8 lecteurs sur 10 (78% ; +4 points par rapport à 2014) déclarent vouloir disposer de davantage d'informations liées à leur domaine d'activité. Cet attachement à cette presse est fortement corrélé à l'âge des répondants ; si 63% des plus jeunes déclarent pouvoir s'en passer, seuls 30% des 50 à 64 ans partagent cet avis.

Le digital progresse également. Dans la lignée de ces bons résultats relatifs à la presse professionnelle, on notera la **hausse de la fréquence de consultation des sites internet de leur équivalent papier** ; près de 9 personnes sur 10 déclarant consulter les sites internet de ces titres (« souvent » ou « de temps en temps »), soit une proportion en légère hausse par rapport à 2014 (88% contre 84% à l'époque). La presse culturelle et scientifique est particulièrement concernée (95% de consultation), une régularité presque unanime auprès des lecteurs de ce type de presse digitalisée.

Léger bémol toutefois sur la part des lecteurs déclarant consulter « souvent » les sites web de la presse professionnelle qui est en baisse depuis 2011 (32%, contre 40% en 2011).

Ainsi, non seulement de plus en plus de lecteurs de presse professionnelle consultent les sites internet de ces titres, mais les qualificatifs la concernant repartent également à la hausse après une légère baisse en 2014. Dans le détail, on observe surtout que, pour les lecteurs de presse professionnelle web, celle-ci s'avère être « riche en informations » (94% ; +5 points par rapport à 2014), « crédible et fiable » (93% ; +3 points) mais aussi, « utiles dans l'exercice de votre métier » (93% ; +4 points).

Enfin, **la presse professionnelle bénéficie d'un fort niveau d'attachement** : 81% des lecteurs appartenant aux catégories socio-professionnelles moyennes et supérieures déclarent y être attachés, un score qui retrouve les niveaux mesurés en 2011.

Parmi les autres points saillants (et constants par rapport à 2014) les lecteurs de la presse professionnelle sont prêts à la recommander. En effet, **trois quarts d'entre eux conseilleraient un titre à un collègue ou un confrère** (74%), un intérêt fort pour la presse professionnelle qui vient confirmer l'idée selon laquelle ils sont moins nombreux (-11 points), à déclarer pouvoir s'en passer.