



# 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](mailto: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



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

### Méthodologie



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.

### Mode de recueil



Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing) du 18 au 26 avril 2016.

#### Rappel Méthodologie :

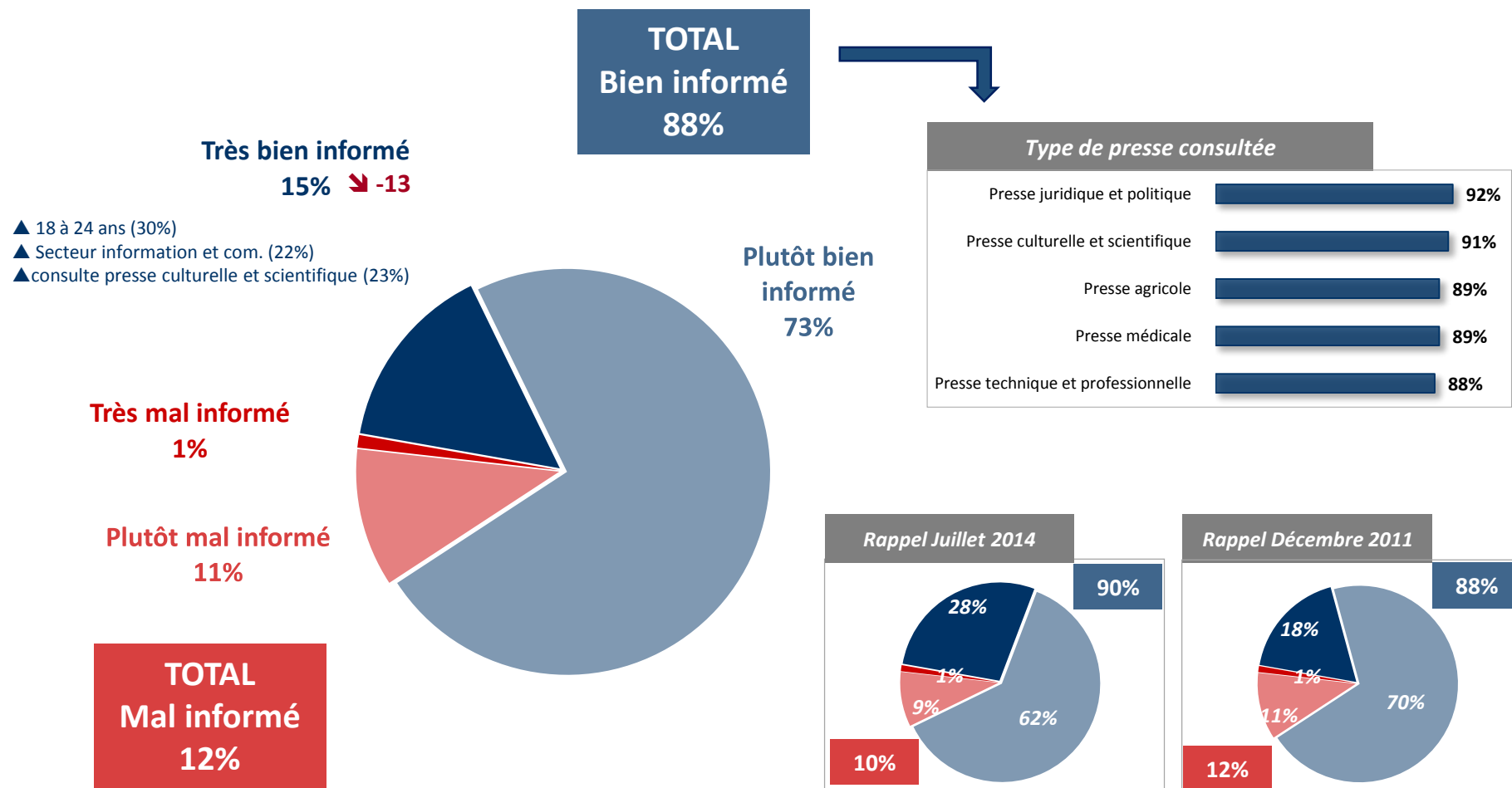
**Vague 1** : Etude réalisée pour la Fédération nationale de la presse spécialisée auprès d'un échantillon de 592 lecteurs de la presse professionnelle, issu d'un échantillon de représentatif de 2065 Français de catégories professionnelles moyennes et supérieures âgés de 18 ans et plus par questionnaire 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

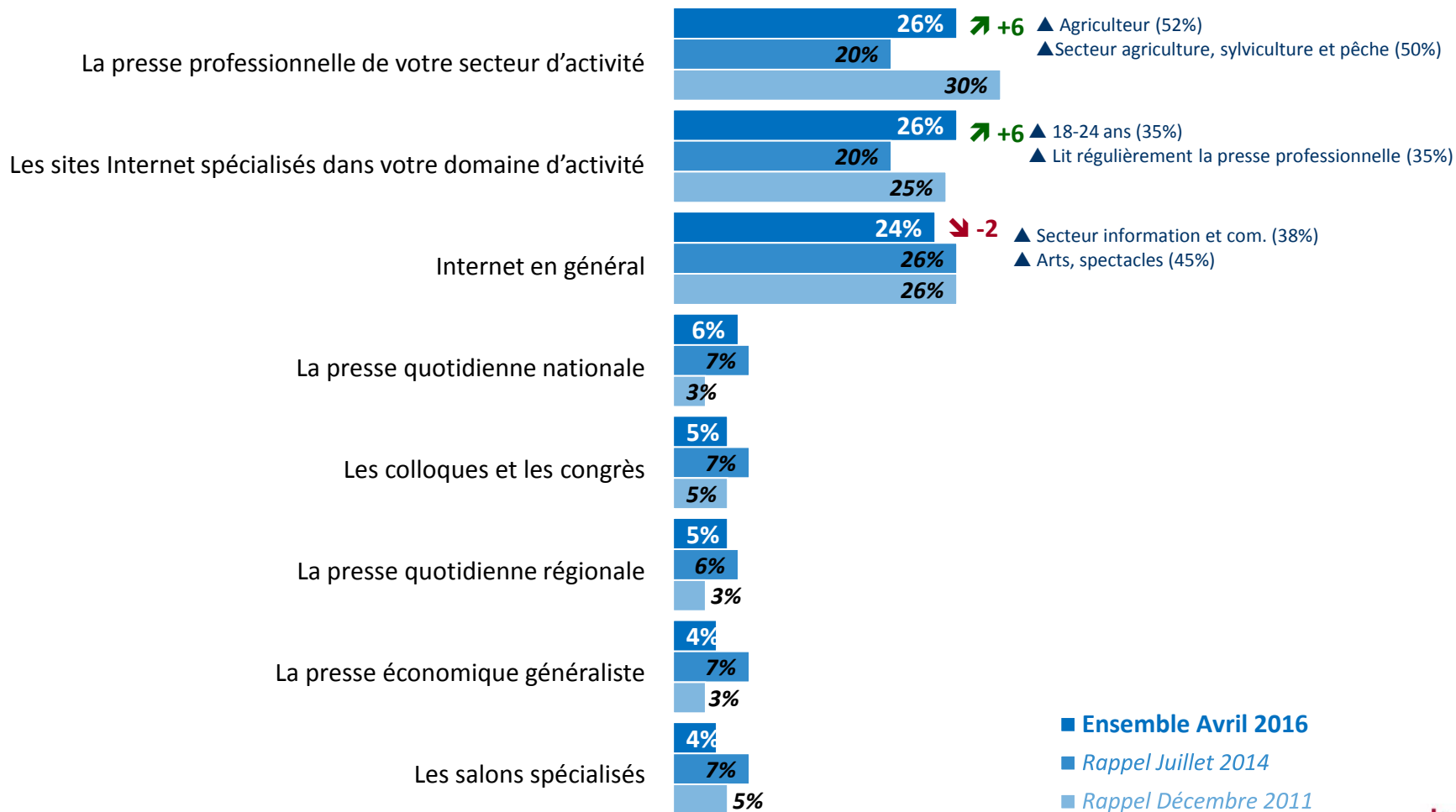


**QUESTION :** Vous personnellement, vous sentez-vous très bien informé, plutôt bien informé, plutôt mal informé ou très mal informé sur l'actualité de votre secteur d'activité ou de votre profession ?



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

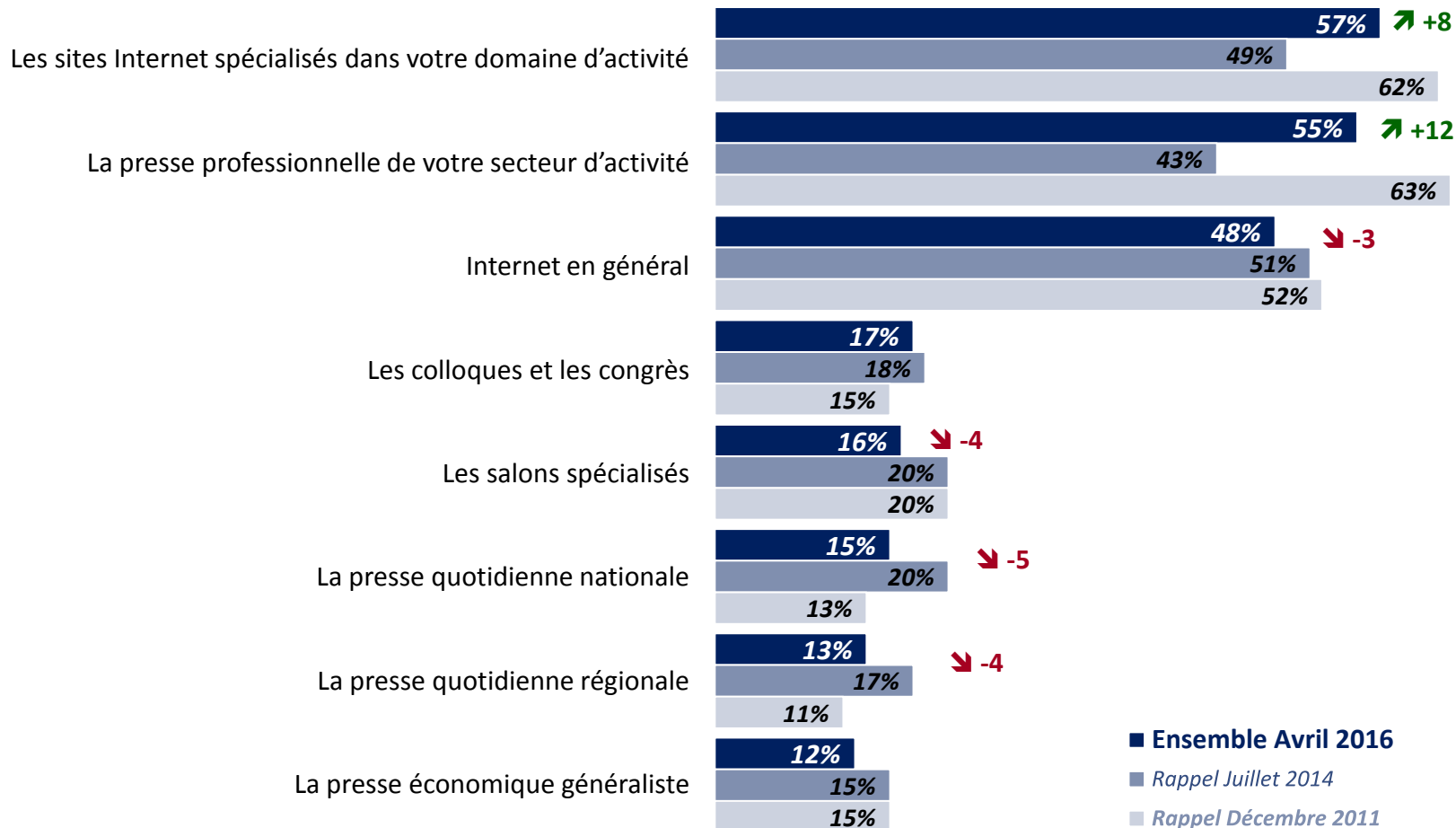
**- En premier -**



■ Ensemble Avril 2016  
 ■ Rappel Juillet 2014  
 ■ Rappel Décembre 2011

**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 -

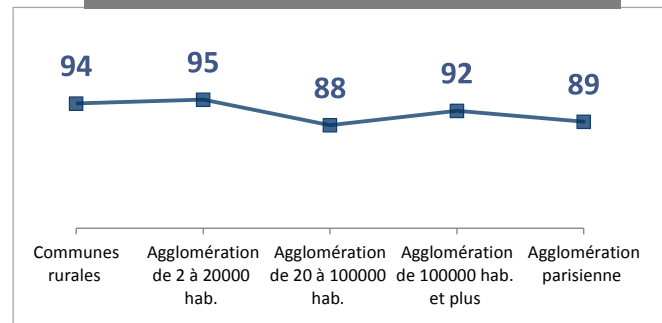




**QUESTION :** D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une très bonne opinion, une assez bonne opinion, une assez mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion de la presse professionnelle ?

**TOTAL**  
Bonne opinion  
92%

*Selon la catégorie d'agglomération*



Une très bonne opinion  
13%

↘ -9

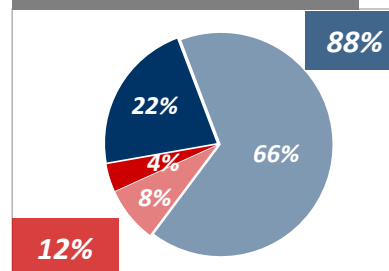
Une assez mauvaise opinion  
8%

Une assez bonne opinion  
79%

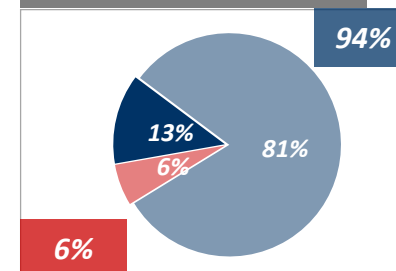
**TOTAL**  
Mauvaise opinion  
8%

- ▲ Secteur information et communication (26%)
- ▲ Secteur arts, spectacles (18%)

*Rappel Juillet 2014*

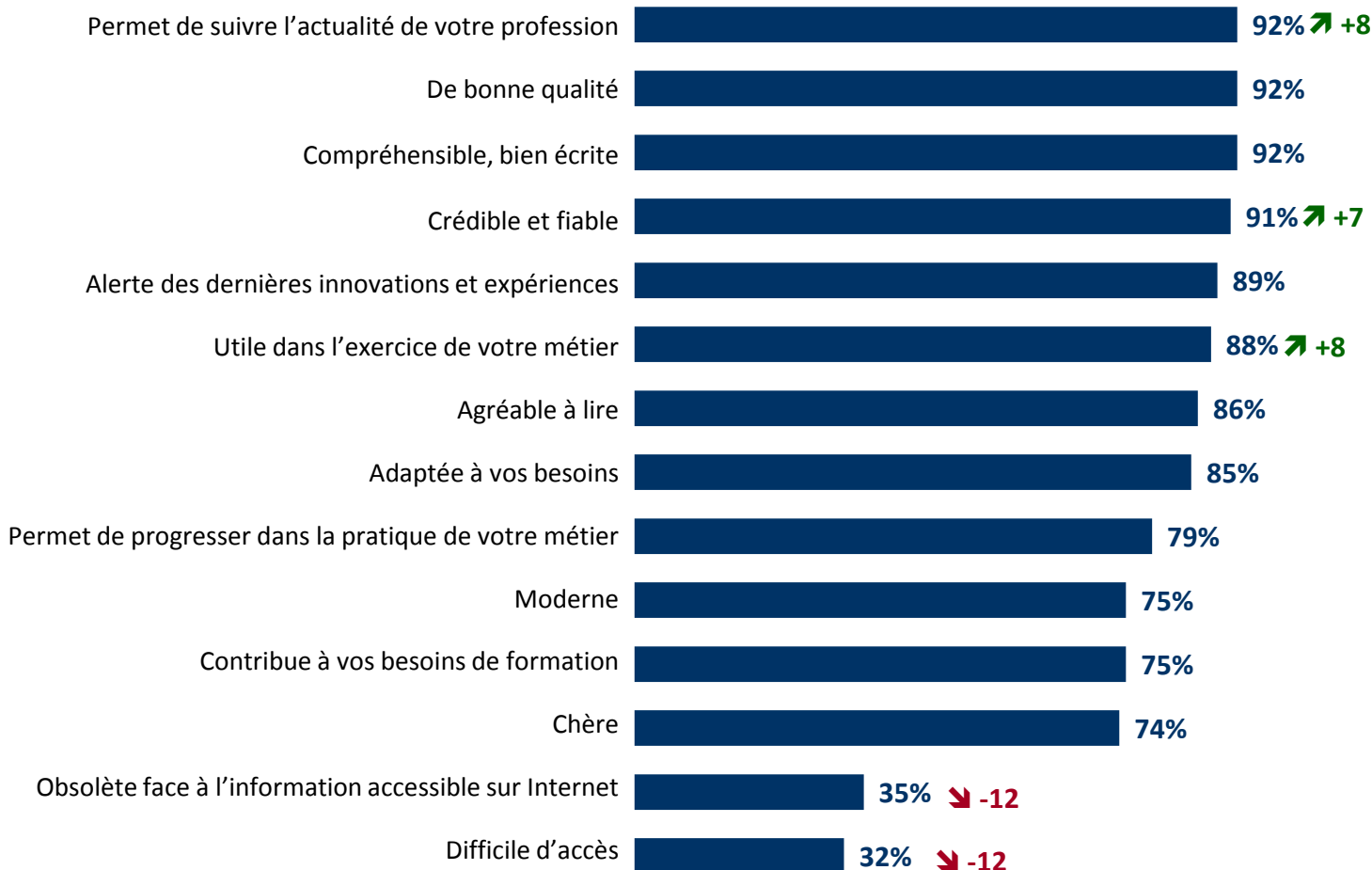


*Rappel Décembre 2011*



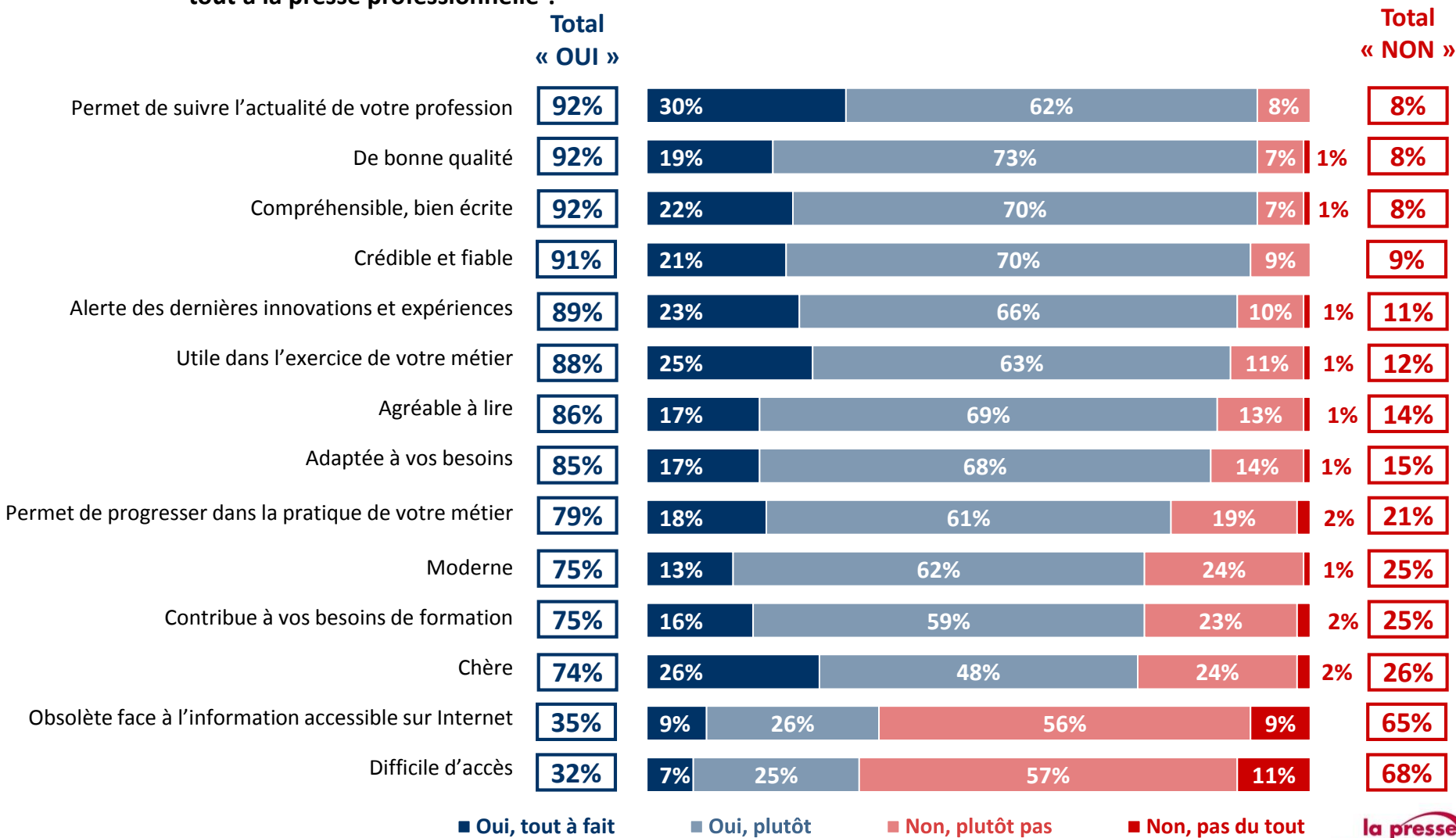
**QUESTION :** Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à la presse professionnelle ?

### - Récapitulatif : Total Oui-

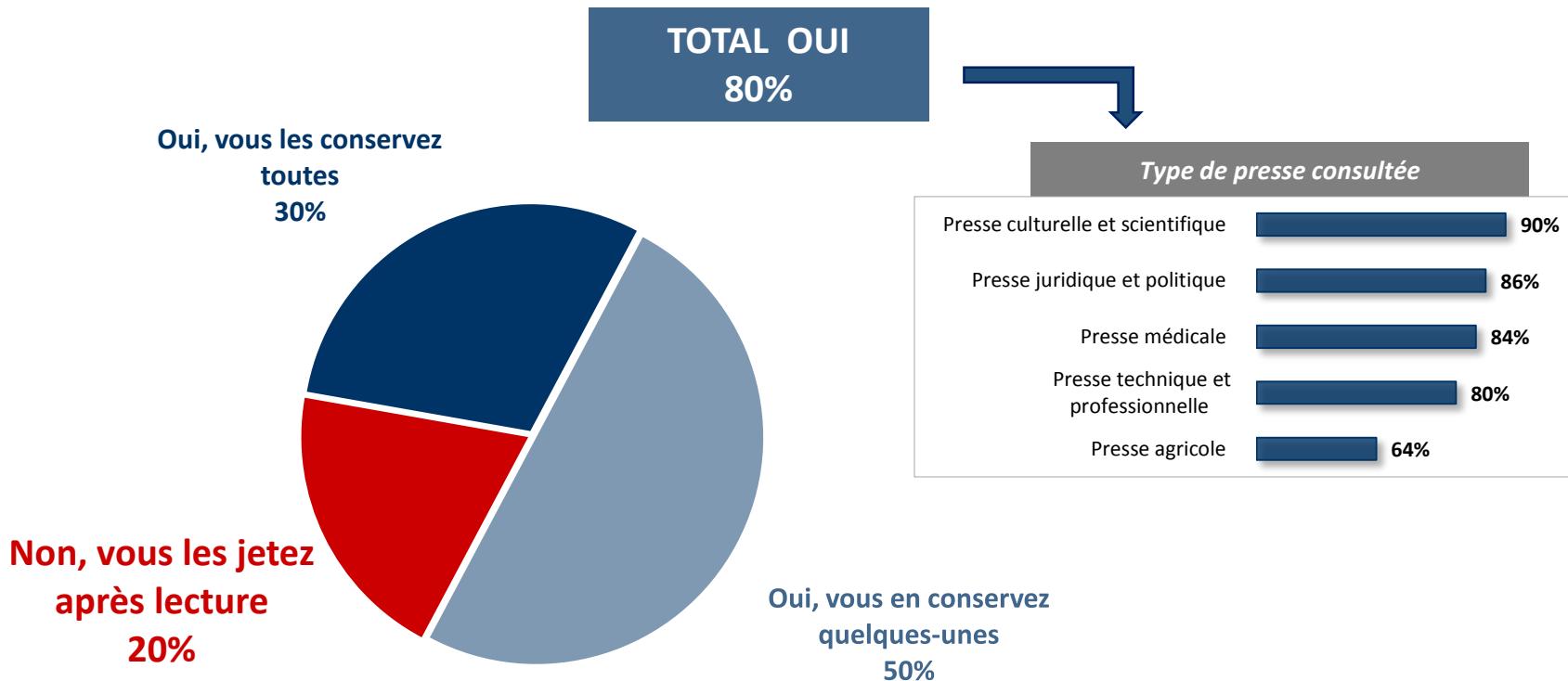


	Rappel Juillet 2014	Rappel Décembre 2011
Permet de suivre l'actualité de votre profession	84	92
De bonne qualité	89	94
Compréhensible, bien écrite	87	92
Crédible et fiable	84	92
Alerte des dernières innovations et expériences	84	88
Utile dans l'exercice de votre métier	80	89
Agréable à lire	81	84
Adaptée à vos besoins	80	84
Permet de progresser dans la pratique de votre métier	76	78
Moderne	76	72
Contribue à vos besoins de formation	76	73
Chère	70	72
Obsolète face à l'information accessible sur Internet	47	34
Difficile d'accès	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 ?



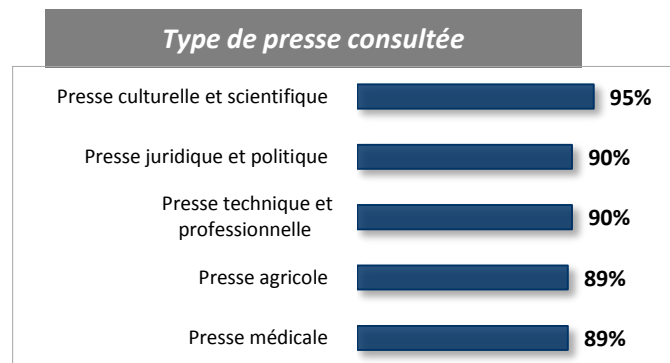
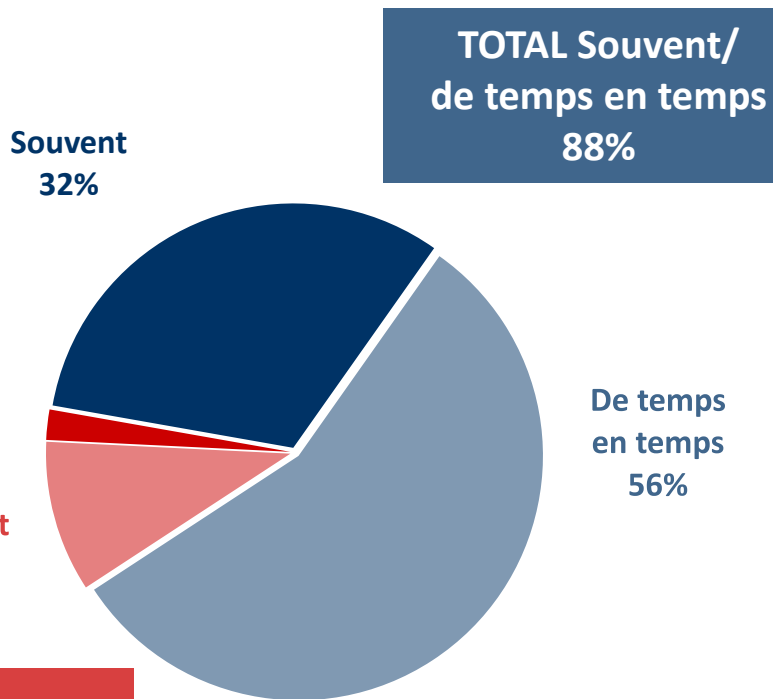
**QUESTION :** D'une manière générale, conservez-vous sous format papier les publications dont nous venons de parler ?



▲ Personnes se disant mal informées sur leur secteur d'activité (31%)

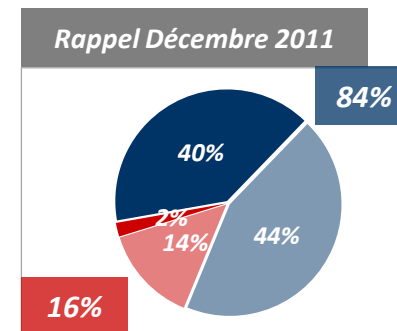
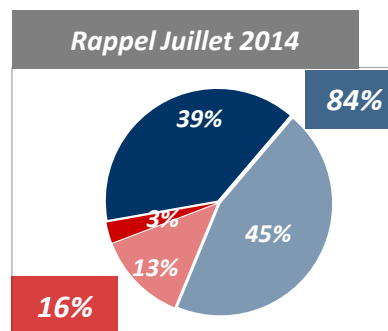
▲ Consulte la presse agricole (36%)

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



**TOTAL Rarement / jamais 12%**

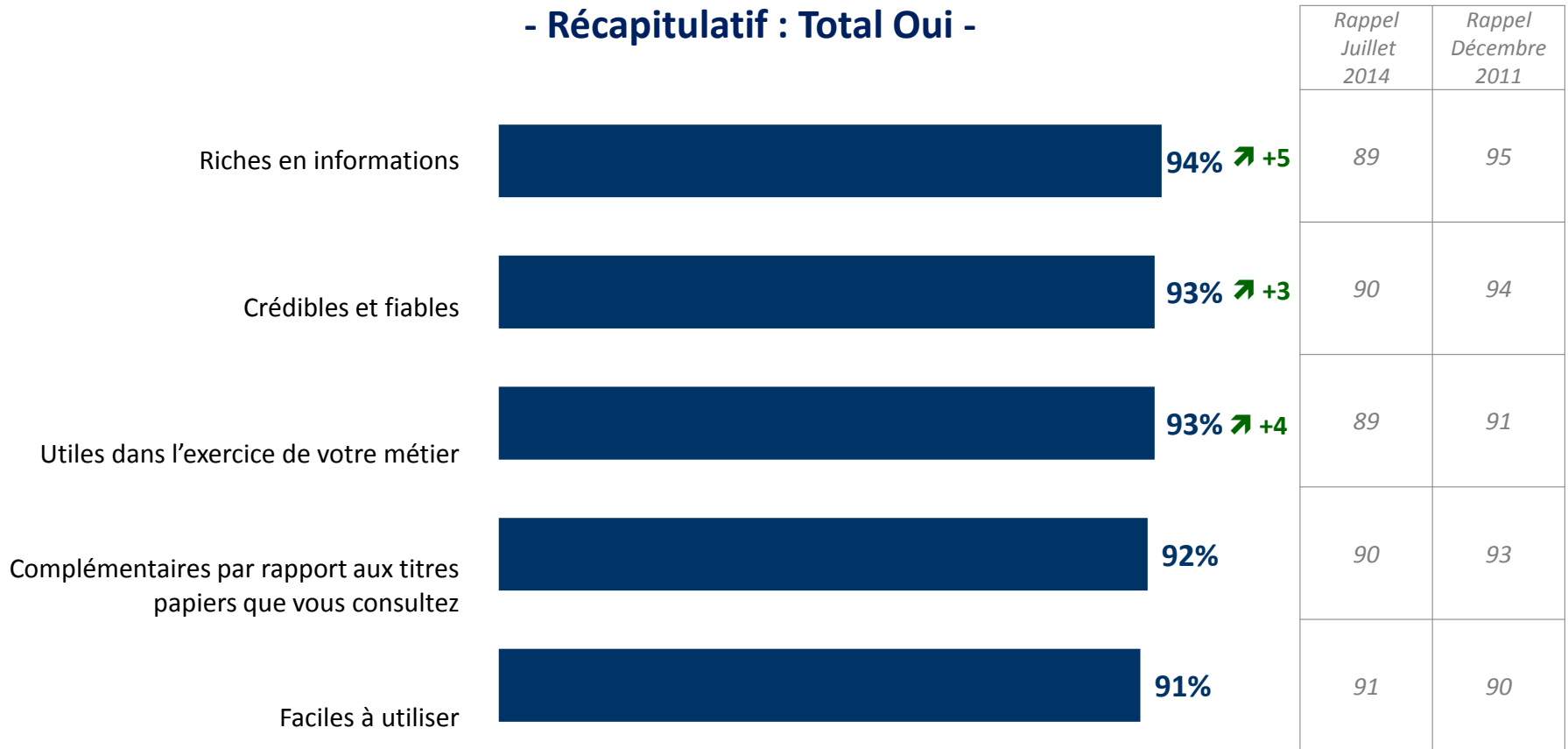
- ▲ Secteur arts, spectacles (34%)
- ▲ Personnes se disant mal informées sur leur secteur d'activité (26%)



**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 ?

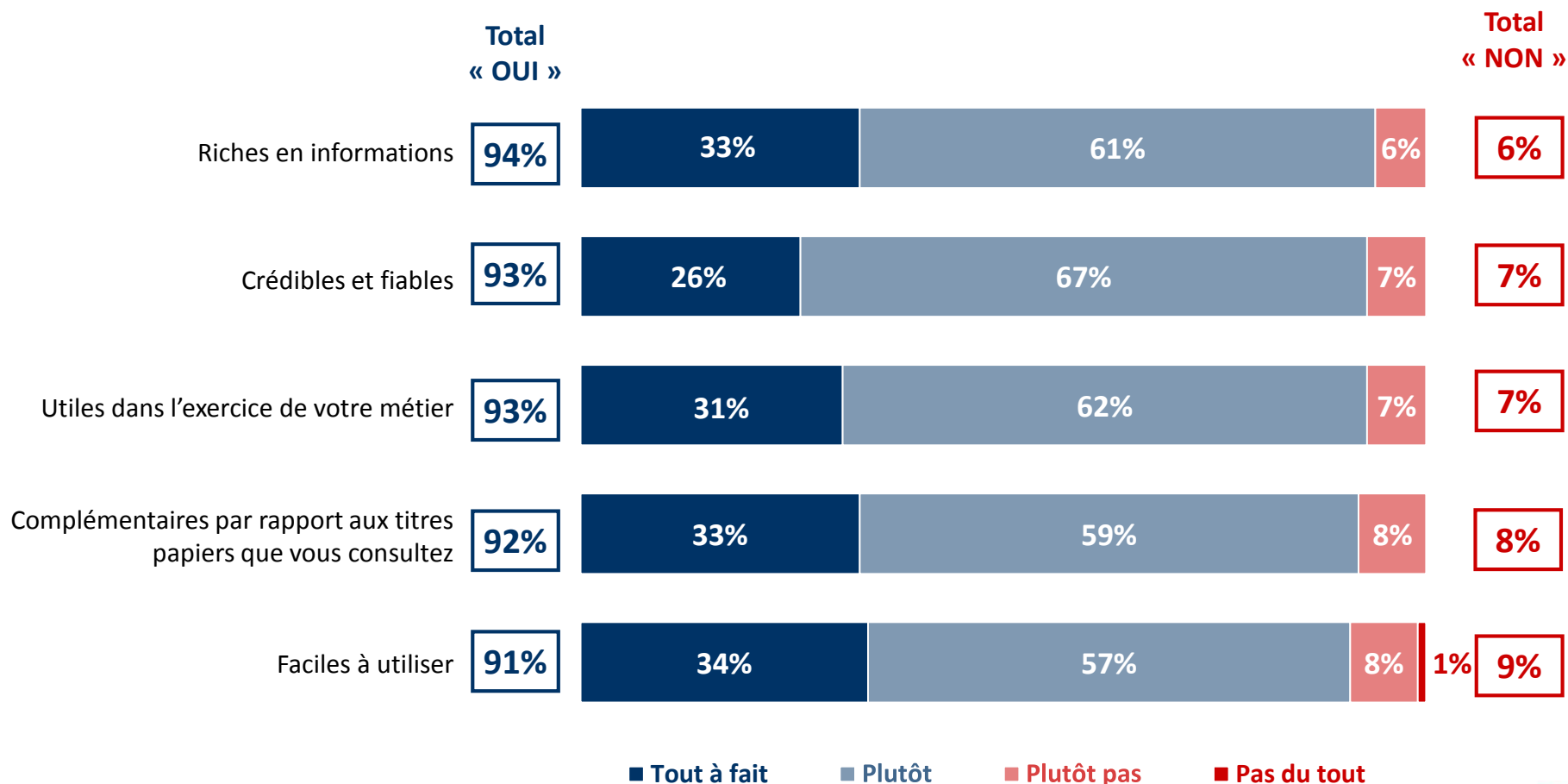
*Base : personnes consultant au moins de temps en temps les sites Internet de la presse professionnelle, soit 88% de l'échantillon*

## - Récapitulatif : Total Oui -

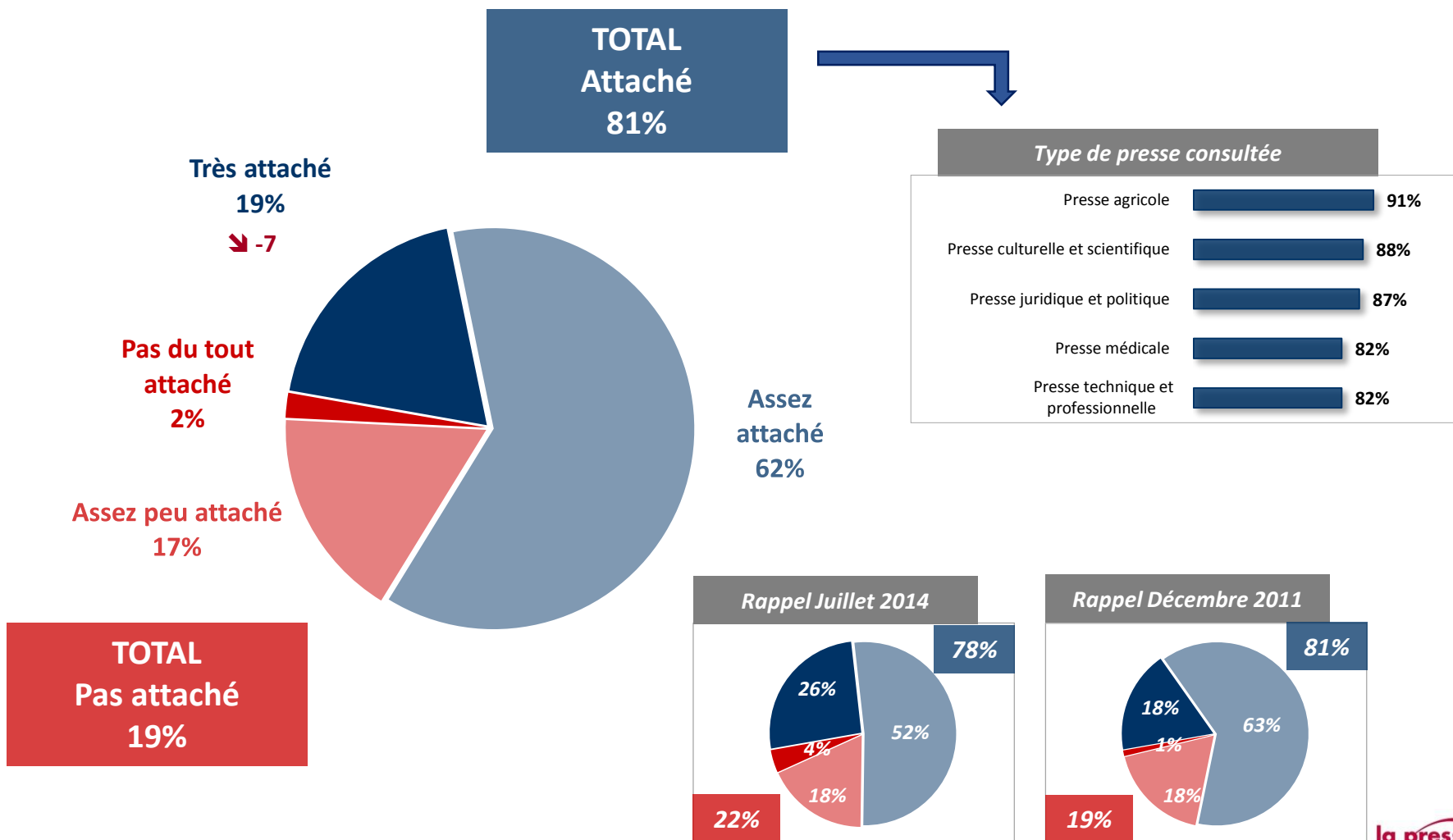


**QUESTION :** Pour chacune des propositions suivantes, diriez-vous qu'elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout aux sites Internet des titres de la presse professionnelle que vous consultez ?

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



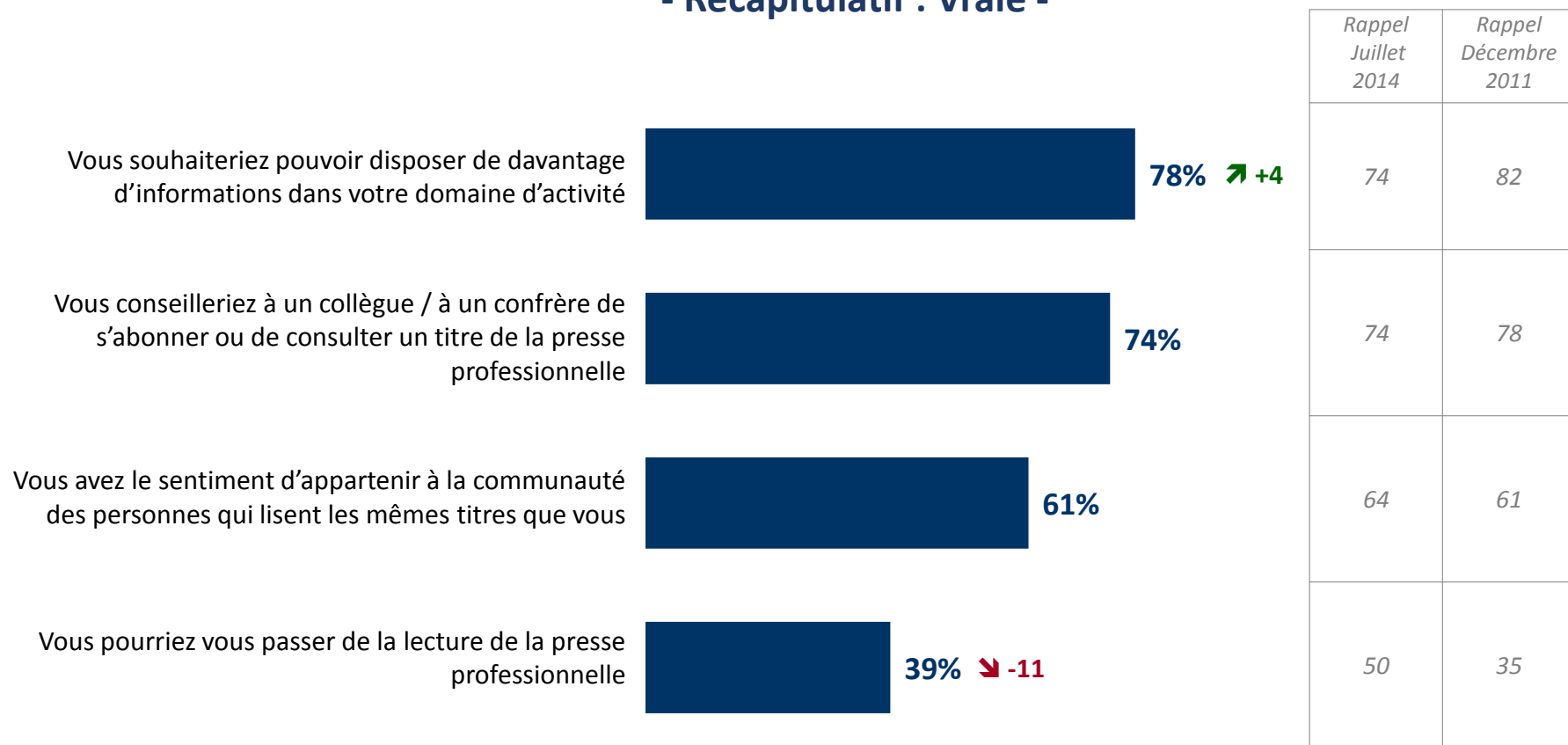
**QUESTION :** Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes très attaché, assez attaché, assez peu attaché ou pas du tout attaché à la lecture de titres de la presse professionnelle ?



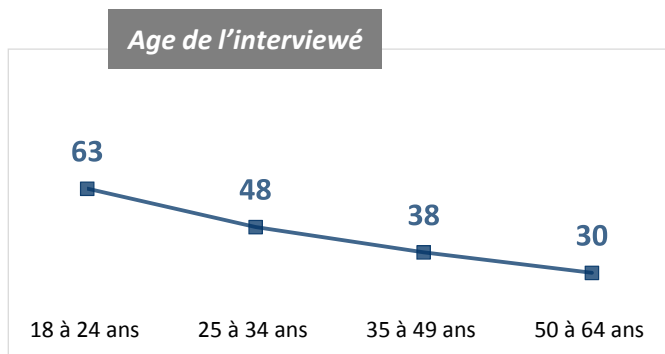
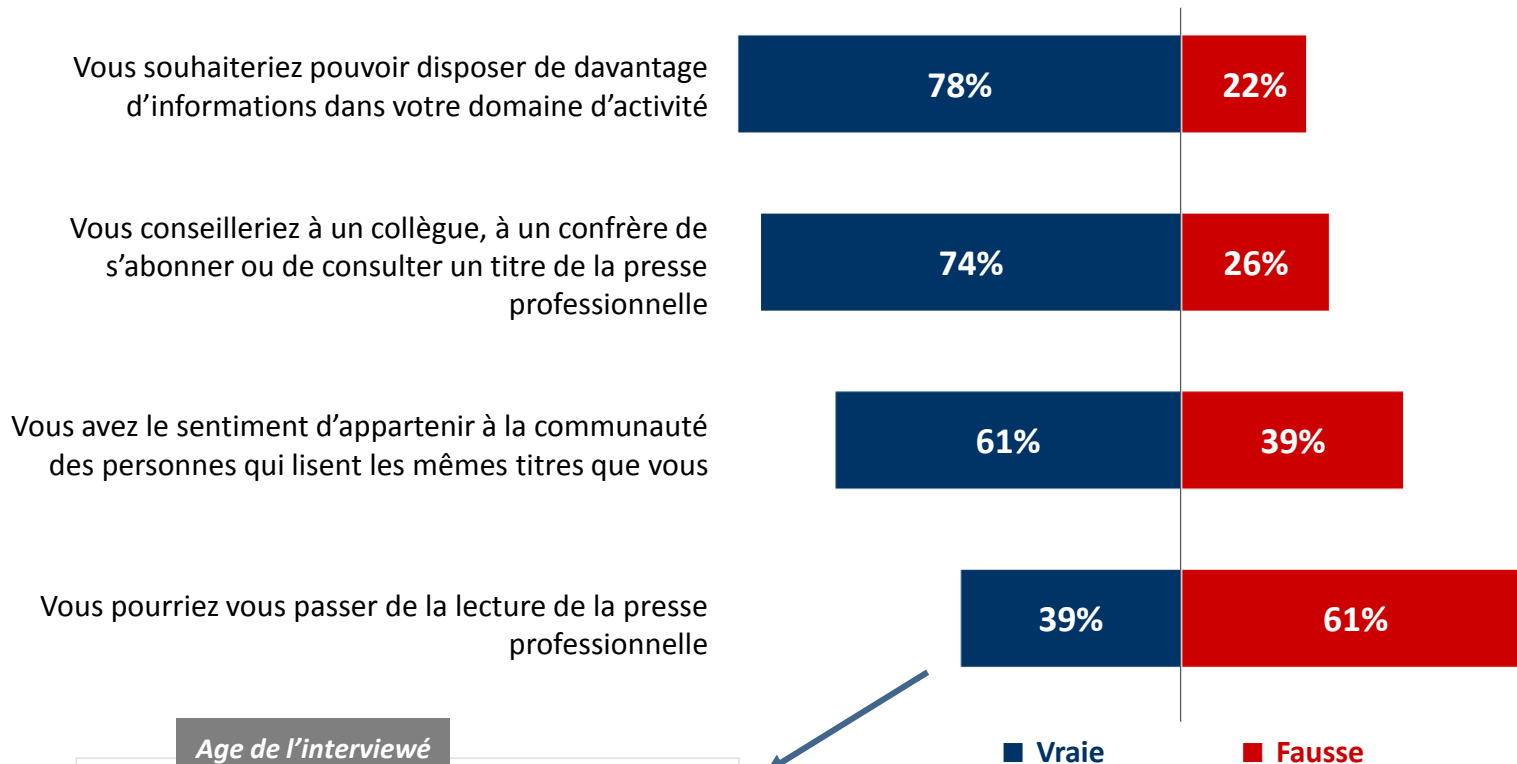


**QUESTION :** Pour chacune des affirmations suivantes, diriez-vous qu'elle est vraie ou fausse ?

## - 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.