

Enquêtes statistiques Presse

1. Service producteur

Département des statistiques, des études et de la documentation sur les médias (DSEDM/DDM)

2. Intitulé de l'enquête

Enquêtes statistiques Presse.

3. Objectifs généraux de l'enquête

L'enquête rapide vise à estimer les principales données de cadrage pour l'ensemble de la presse et ses cinq catégories avant la fin du premier semestre N+1.

L'enquête détaillée vise à fournir un bilan annuel de la situation économique des grandes familles de presse.

4. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, ...) et utilisateurs potentiels des résultats

La demande provient des pouvoirs publics ; elle se situe dans le cadre dans leur mission d'aide et de soutien à la pluralité de la presse. Les premiers utilisateurs des résultats sont la sous-direction de la presse écrite et de l'information de la DDM, le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie et les professionnels de la presse et des activités connexes (industries papetière et graphique). Au-delà, les résultats de cette enquête sont demandés par tous ceux qui s'intéressent à la presse écrite (sociétés d'études, chercheurs, étudiants ...).

5. Principaux thèmes abordés

Le questionnaire de l'enquête rapide recueille les évolutions du chiffre d'affaires et de ses principales composantes, des effectifs employés et des masses salariales correspondantes.

L'enquête détaillée s'appuie sur deux documents :

- le bordereau qualitatif permet la mise à jour de la liste des titres édités, ainsi que la forme juridique de la société éditrice, la liste des participations dans son capital et la nature de sa régie publicitaire, intégrée ou non ;
- le questionnaire titre porte sur la périodicité, le tirage et la structure de la diffusion du titre, sur le papier utilisé pour la publication, et sur une partie des charges et recettes d'exploitation du titre (frais d'achat de papier et d'impression, différentes charges, recettes de vente, recettes de publicité).

6. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources (enquêtes ou fichiers administratifs)

Ces enquêtes sont les enquêtes de branche de la presse (l'unité de base est le titre) qui complètent l'enquête annuelle d'entreprise conduite par le Sessi (enquête de secteur).

7. Unités enquêtées (nombre d'entreprises, d'établissements, de ménages, de particuliers, ...), champ de l'enquête (codes NAF, champ géographique, etc.)

La société éditrice est enquêtée ainsi que les publications qu'elle édite. Le champ de ces deux enquêtes est celui de la presse éditrice : il couvre les différents journaux (nationaux et locaux, gratuits ou non), magazines, à l'exception de la presse de groupement, de la presse administrative, de la presse d'entreprise et des lettres confidentielles.

Le questionnaire concerne :

- la société éditrice pour l'enquête rapide ;
- la publication pour l'enquête détaillée.

Le bordereau qualitatif s'adresse à la société éditrice.

Environ 2.000 éditeurs sont interrogés pour 4 500 titres. L'enquête rapide auprès de 300 éditeurs (questionnaire allégé) vise à donner une première tendance dès le mois de juin. Les résultats sont présentés par catégorie de titres.

Codes NAF : L'enquête couvre les activités définies par les codes NAF 22.1C et 22.1E, ainsi que toute autre unité d'activité principale différente, imprimerie ou services par exemple, qui serait éditrice d'une publication entrant dans le champ de la presse éditrice écrite.

Champ géographique : L'enquête couvre la France entière (y compris les DOM-TOM).

8. Période (même approximative) et périodicité de la collecte ; service réalisant la collecte

L'enquête est annuelle. Pour l'enquête rapide et le bordereau qualitatif correspondant, la collecte est réalisée de mars à mai de l'année N+1. Pour l'enquête détaillée, elle est réalisée de juin à décembre de l'année N+1.

La collecte est réalisée par le Département des statistiques, des études et de la documentation sur les médias (DSEDM/DDM).

9. Impact sur l'unité enquêtée et notamment temps de réponse maximum au questionnaire

Le questionnaire de l'enquête rapide est pré-rempli par les résultats de l'année précédente. Pour l'année d'interrogation, sont demandées une ventilation des chiffres d'affaires presse et hors presse, une ventilation des effectifs et de la masse salariale (volume du questionnaire : une page).

Pour l'enquête détaillée, le bordereau qualitatif est pré-rempli de la liste des titres de l'année précédente ; le volume du questionnaire titre est de trois pages y compris la page de garde.

10. Comité de concertation

Le groupe de pilotage comprend la sous-direction de la presse écrite et de l'information de la DDM, la Fédération nationale de la presse française et un représentant de chaque grande catégorie de presse interrogée dans l'enquête (information nationale, régionale et locale, presse professionnelle, spécialisée grand public, gratuits).

11. Diffusion des résultats

Les résultats sont publiés dans les *Tableaux statistiques de la presse* (Documentation française) pour l'enquête détaillée et dans les *Info-Médias* (résultats de l'enquête rapide en 8 pages). Ces derniers sont accessibles en ligne et téléchargeables à partir du site de la DDM. En outre, ils sont envoyés aux répondants de l'enquête rapide ou de l'enquête détaillée.