

Les méthodologies des principales études

ETUDES/RV PRIVILEGE

1. AEPM 2006

- **Objectifs de l'étude** : Dénombrer les lecteurs de la presse magazine, les qualifier en termes socio-démographiques, en fonction de leur mode de vie, de leur niveau de vie, et de l'équipement de leur foyer.
- **Echantillon** : 24 000 personnes (AEPM 2006)
- **Magazines étudiés** : 165 avec 10 nouveaux magazines étudiés, dont 3 gratuits
- **Recueil de l'information** : Interviews en face à face, sur système CAPI double écran, au domicile des personnes interrogées. Un questionnaire auto-administré est également remis aux interviewés à la fin de l'entretien.

2. SIMM 2006

- **Objectifs de l'étude** : Connaître la consommation des individus, retrouver l'audience de plus de 150 magazines, de la TV et de la radio et croiser ces données de consommation et la fréquentation média des individus.
- **Échantillon** : 10 002 individus, représentatifs des 49 322 000 français âgés de 15 ans et plus (SIMM 2006)
- **Recueil de l'information** :
 - Questionnaires postaux auto-administrés
 - 5 versions de questionnaire suivant le statut de l'individu dans le foyer (ménagère, chef de ménage...)

3. IPSOS FCA 2007 (en attente)

- **Objectifs de l'étude** : Quantifier, qualifier les lecteurs cadres de la presse et apporter des données sur les critères socio-démographiques, l'environnement professionnel, les niveaux et styles de vie, les centres d'intérêt des cadres.
- **Echantillon** : 7 005 personnes, représentatives des 6 463 000 cadres actifs en France (IPSOS FCA 2004)
- **Titres étudiés** : 80 supports de presse dont : 10 quotidiens, 24 hebdomadaires + 2 quotidiens du 7e jour, 3 bimensuels, 39 mensuels, 2 bimestriels et 11 couplages ou déduplications d'audience
- **Recueil de l'information** : Par téléphone sur le lieu de travail, du mardi au vendredi et par questionnaire auto-administré.

4. IPSOS FHR 2005

- **La population des hauts revenus** : Les 8% de la population française âgée de 18 ans et plus vivant dans les foyers les plus riches, foyers dont le revenu annuel net est supérieur ou égal à 55 K€.
- **Objectifs de l'étude** : Quantifier, qualifier la lecture de la presse et la radio par la population à Hauts Revenus et apporter des données sur les critères socio-démographiques, les comportements sur les marchés de consommation haut de gamme...
- **Échantillon** : 3 310 personnes appartenant au top 8% (représentatives des 3 728 000 personnes de plus de 18 ans appartenant à un foyer Hauts Revenus en France métropolitaine)
- **Titres étudiés** : 91 supports de presse
- **Recueil de l'information** : Interviews en face à face, sur système CAPI, au domicile des personnes interrogées et questionnaire auto-administré laissé par les enquêteurs

5. L'OJD

- **La mission de l'OJD** est de certifier la diffusion, la distribution et le dénombrement des journaux, périodiques et de tout autre support de publicité.
- **OJD Presse Payante**
1 100 titres de presse payante (99 % des titres français de plus de 100 000 exemplaires ; 85 % de la diffusion de la presse française) 2 197 adhérents, 5 milliards d'exemplaires contrôlés par an
 - **OJD Internet**
400 sites et noms de domaines certifiés
- **Une certification OJD s'établit en trois étapes** :
 - Une déclaration sur l'honneur de l'éditeur (DSH)
 - Un contrôle
 - Un procès-verbal à destination du marché