



ÉTUDE DE LECTORAT DU MAGAZINE **Horizons** DE LA FNTR

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS
JUN 2023



LA MOBILITÉ EST EN NOUS

Préambule

La **Fédération Nationale des Transports Routiers**, qui publie deux fois par an le **magazine Horizons**, a souhaité **approfondir la connaissance de son lectorat** sur des thématiques telles que le profil des lecteurs, leurs pratiques de lecture, les raisons qui les poussent à consulter le magazine ou encore leurs attentes pour les futures éditions.

C'est pour répondre à ces questionnements que la FNTR a **sollicité swimming pool pour mener une enquête** auprès de son lectorat. **Ce rapport présente les résultats et enseignements tirés de cette étude** déployée sous la forme d'un questionnaire en ligne administré auprès de la cible des lecteurs (1 715 contacts) entre les 13 mars et 5 juin 2023.

87 lecteurs nous ont donné leur avis sur le magazine Horizons en répondant au questionnaire. 61 réponses ont été obtenues via le réseau social LinkedIn et 26 par l'intermédiaire de la newsletter envoyée par la FNTR.

L'intervalle de confiance observé est de 95 % (moyenne admise dans l'industrie). La marge d'erreur¹ est de 10 %.

Bonne lecture !

Sommaire

Le profils des lecteurs.....	p 4
Les pratiques des lecteurs.....	p 6
Les motifs de lecture.....	p 10
Perception du magazine.....	p 14
Les usages et attendus.....	p 24

¹ La marge d'erreur est un moyen de mesurer le niveau de fiabilité des sondages. Par exemple, une réponse obtenant 60 % de « Oui » avec une marge d'erreur de 10 % signifie que 50 à 70 % de la population générale pense que la réponse est « Oui ».

Profils des lecteurs

LOCALISATION

Régions	Pourcentage des répondants au questionnaire
Île-de-France	21%
Auvergne-Rhône-Alpes	15%
Pays de la Loire	12%
Occitanie	5%
Bourgogne-Franche-Comté	6%
Nouvelle-Aquitaine	10%
Bretagne	5%
Hauts-de-France	14%
Grand Est	7%
Normandie	4%
Centre-Val de Loire	1%

Ce qu'on en retient ?

Le lectorat de la **région Île-de-France** est le plus représenté dans cette étude avec **18 répondants**.

Hors Île-de-France, les contingents les plus importants viennent des régions Auvergne-Rhône-Alpes (13), Hauts-de-France (12), suivis des Pays de la Loire (11) et de la Nouvelle-Aquitaine (9).

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

Fonctions	Nombre de répondants
Chefs-fes d'entreprise	51
Directeurs-trices des opérations	5
Directeurs-trices de site/agence	4
DRH	4
Responsables d'exploitations	2
Juristes	2
DSI	2
Délégués-es régionaux	2
Chargés-es d'entreprise	2
Responsables Commercial-e	2

Ce qu'on en retient ?

Les participants à l'étude sont très majoritairement des **dirigeants-es de société (59%)** et des cadres décisionnaires en entreprise (27%).

Les 20% restants exercent des professions intermédiaires au sein de sociétés de transport ou occupent des fonctions dans l'appareil d'Etat, voire même dans des institutions politiques comme c'est le cas avec une députée et un ministre.

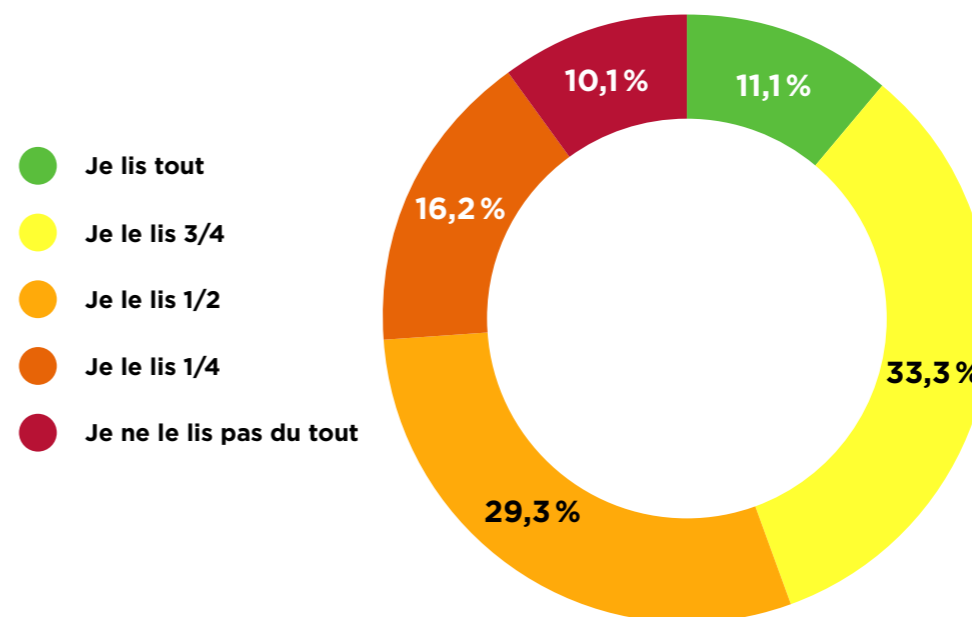
Profession qui compte 1 répondant : Responsable achat, Gestionnaire RH, Directeurs-trices communication, Chargés-es de communication, Ministre des transports, Députée, Directeur de développement, Comptable, Chargé-e d'action professionnelle, Cadre enseignant, Assureur.

Pratiques des lecteurs

DENSITÉ DE LECTURE

Lecture effective

Quand je consulte le magazine



Ce qu'on en retient ?

Nous remarquons que **74% des lecteurs lisent au moins la moitié du magazine** quand 10% d'entre eux ne le lisent pas du tout ou plus du tout.

La majorité des lecteurs répond lire les 3/4 de la revue.

Nous trouvons intéressant de souligner que 11% du lectorat lit l'intégralité des rubriques de la revue.

Ce constat nous fait dire que Horizons dispose d'une potentielle influence avérée à l'échelle du premier cercle de son environnement.

POUR LA SUITE DE L'ÉTUDE, NOUS RÉALISERONS UN TRI SUR DEUX POPULATIONS :

• **Les GROS lecteurs,** lisent tout ou les 3/4 du magazine (44.4% des répondants ; 39 pers)

• **Les PETITS lecteurs,** ne lisent pas ou uniquement 1/4 (26.3% des répondants ; 23 pers)



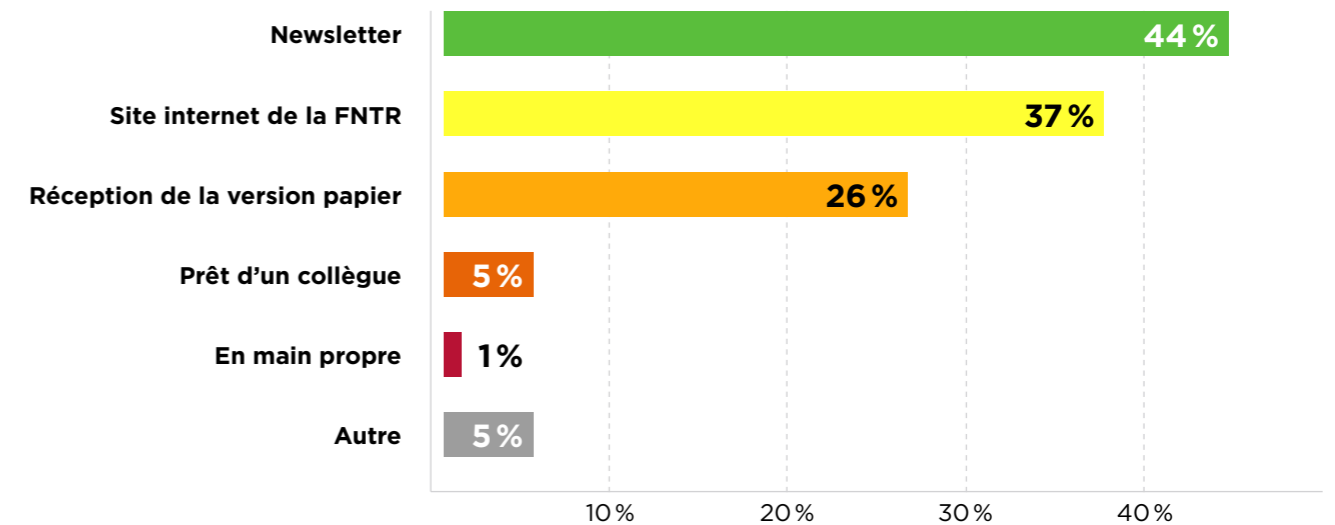
Pratiques des lecteurs

Pratiques des lecteurs

Circulation du magazine

CANAUX DE DIFFUSION

Comment vous procurez-vous le magazine Horizons ?



Détail des réponses issues du champs libre (Autre) :

- "J'ai reçu 2 exemplaires papiers en 1 an. Magazine noir / blanc... mais pas 7n°"
- "Au bureau FNTR"
- "Quand je tombe dessus sur le site internet au fil d'une autre recherche"
- "Je l'ai jamais eu".

Ce qu'on en retient ?

La newsletter demeure le premier canal (44%) par lequel les lecteurs se procurent le magazine.

En seconde position, nous trouvons le site internet de la fédération qui recueille 37% de réponses.

Dans un troisième temps, le lectorat se procure Horizons via la réception de la version papier sur son lieu de travail dans 26% des cas.

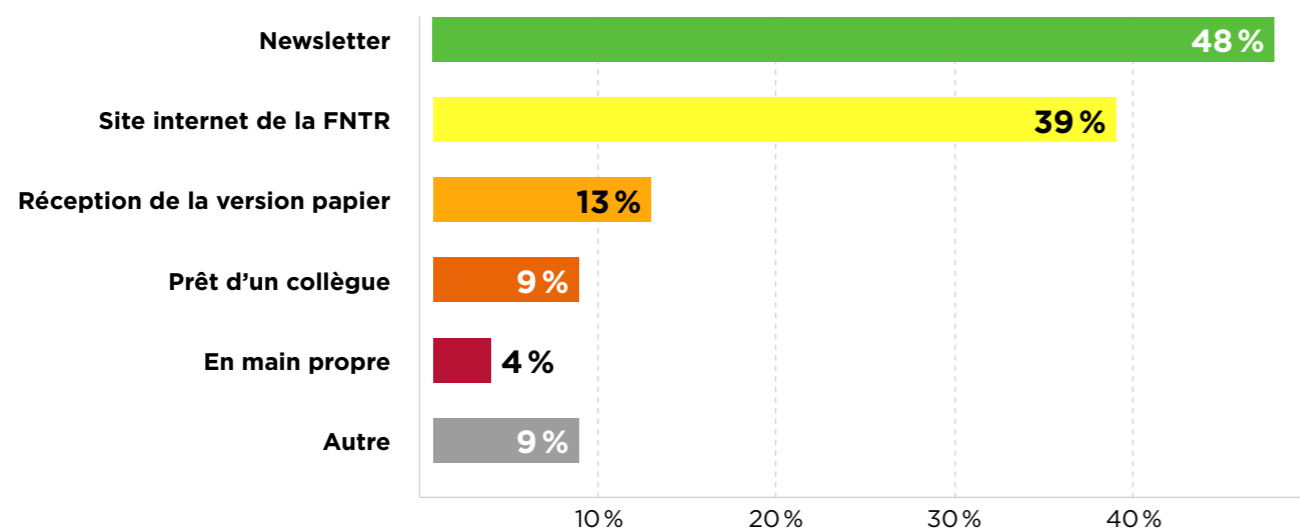
Il est intéressant de souligner que **le canal digital (newsletter et site internet) est utilisé par 81% des lecteurs.**

Circulation du magazine

FOCUS SUR LES **PETITS** LECTEURS

Canaux de diffusion - Focus (23 répondants)

Comment vous procurez-vous le magazine Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Parmi le lectorat qui ne lit plus/pas ou peu la revue, les trois premiers moyens utilisés pour se la procurer sont identiques à la population générale de l'étude.

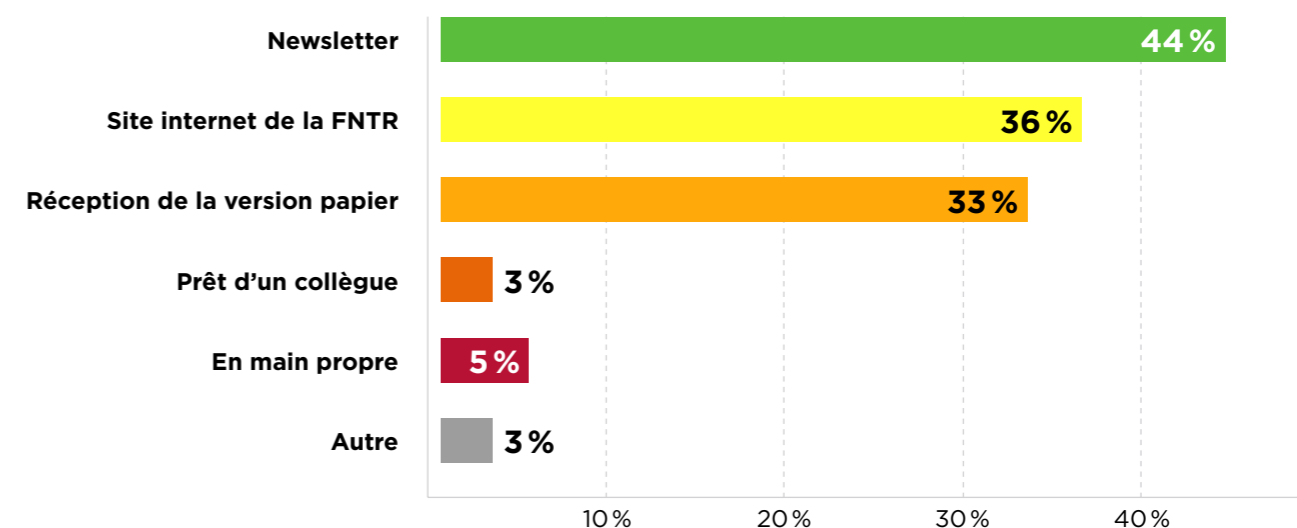
Il ressort tout de même que la réception de **la version papier sur site est nettement moins fréquente chez cet échantillon** (13% contre 26% pour la population totale).

Circulation du magazine

FOCUS SUR LES **GROS** LECTEURS

Canaux de diffusion - Focus (39 répondants)

Comment vous procurez-vous le magazine Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Pour cet échantillon de population, la newsletter, le site internet de la fédération et la version papier arrivent également aux trois premières places.

Néanmoins, **il ressort que la version papier est un canal davantage privilégié par les gros lecteurs (33% contre 13%).**

Cause n'étant pas corrélation, nous soumettons tout de même l'hypothèse que le magazine dans sa version matérielle induit une densité de lecture plus importante parmi les lecteurs.



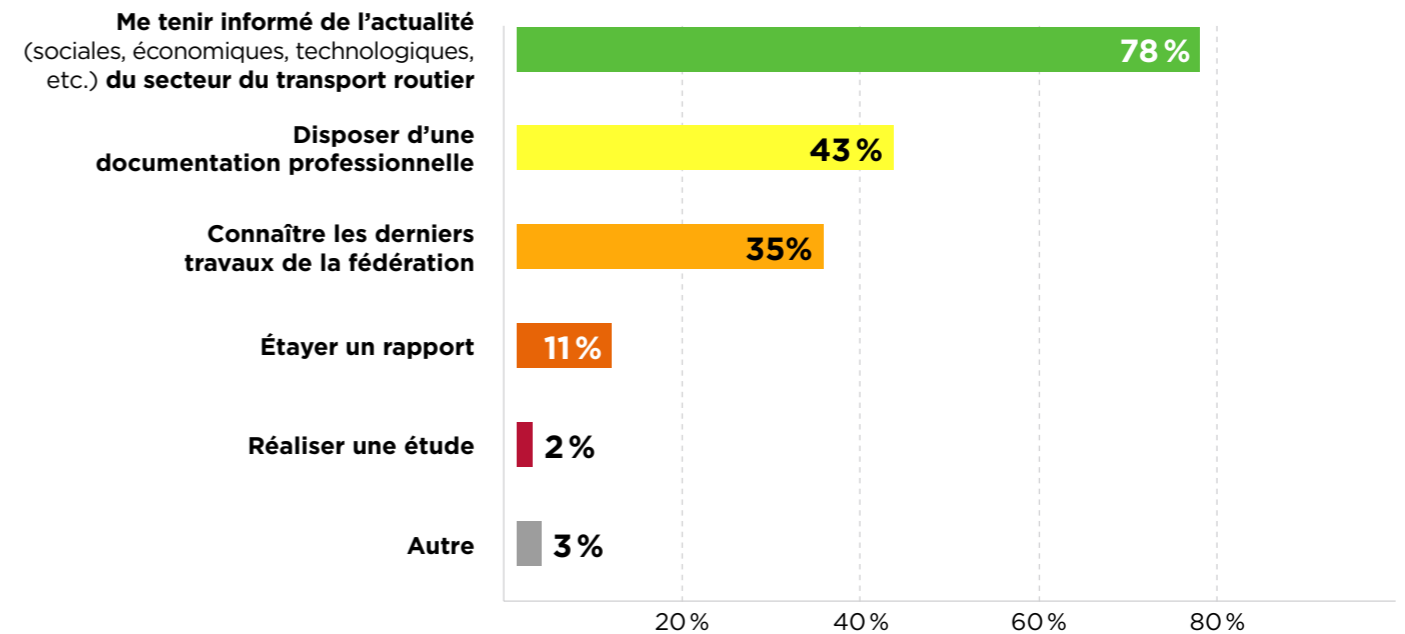
Motifs de lecture

Motifs de lecture

Motifs de consultation

CONSULTATION DE LA REVUE

Pour quelle(s) raison(s) consultez-vous le magazine ?



Détail des réponses issues du champs libre (Autre) :

"Synthèse" ;
"Je ne le lis plus car forcément rapide d'accès".

Ce qu'on en retient ?

Sans équivoque, **le principal motif de consultation du magazine est de se tenir informé de l'actualité du secteur du transport routier (78 %).**

Arrivent ensuite, avec 43% des réponses de notre panel, la volonté de disposer d'une documentation professionnelle, puis de connaître les derniers travaux de la fédération pour 35% des lecteurs.

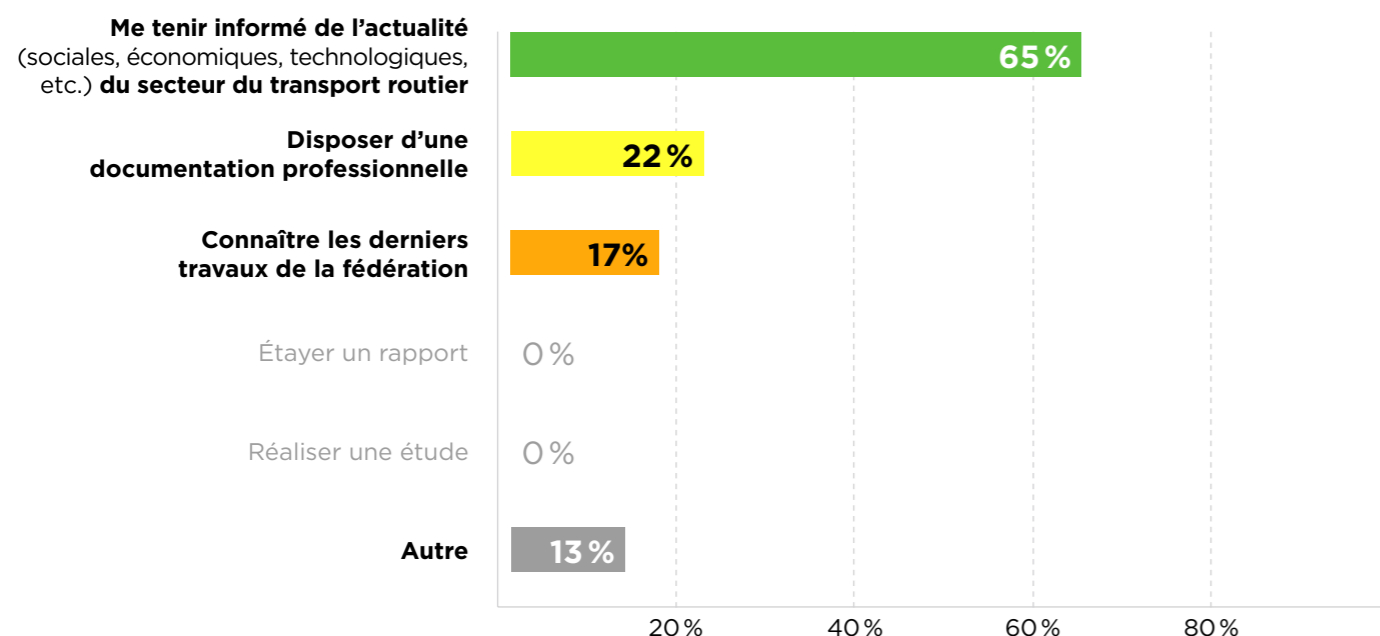
Il est utile de relever que dans 11% des cas, le support est utilisé pour alimenter un rapport d'expertise. Le magazine ne sert à la réalisation d'une étude que dans seulement 2% des cas.

Motifs de consultation

FOCUS SUR LES **PETITS** LECTEURS

Consultation de la revue - Focus (23 répondants)

Pour quelle(s) raison(s) consultez-vous le magazine ?



Détail des réponses issues du champs libre (Autre) :

"Synthèse" ;
"Je ne le lis plus car forcément rapide d'accès".

Ce qu'on en retient ?

Les petits lecteurs du magazine consultent Horizons prioritairement pour s'informer de l'actualité du secteur (65%) pour ensuite disposer d'une documentation professionnelle à 22% et connaître les derniers travaux de la FNTR (17%).

Aucun des répondants n'utilise le support pour réaliser une étude ou étayer un rapport.

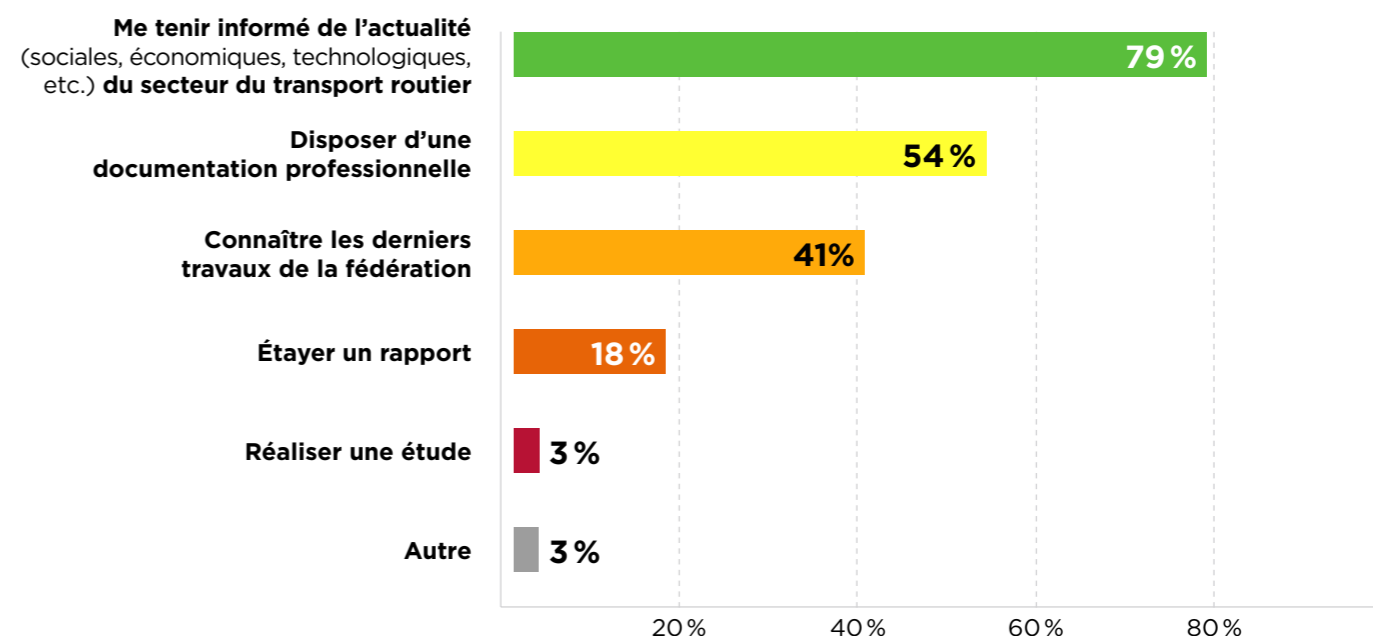
En synthèse, **ce segment de lecteurs cherche avant tout à s'informer de l'actualité sans volonté saillante de chercher à en tirer autre chose.**

Motifs de consultation

FOCUS SUR LES **GROS** LECTEURS

Consultation de la revue - Focus (39 répondants)

Pour quelle(s) raison(s) consultez-vous le magazine ?



Détail des réponses issues du champs libre (Autre) :

"Synthèse" ;
"Je ne le lis plus car forcément rapide d'accès".

Ce qu'on en retient ?

A contrario, les gros lecteurs ont recours à la revue pour une pluralité de raisons. Sans surprise, la volonté d'être informé de l'actualité du secteur est la principale raison pour laquelle ils consultent Horizons (79%).

Cependant, **54% l'utilisent comme document professionnel à part entière et 41% souhaitent consulter les travaux de la fédération.**

Le fait est plus négligeable, néanmoins, 18% utilisent la revue pour étayer un rapport.



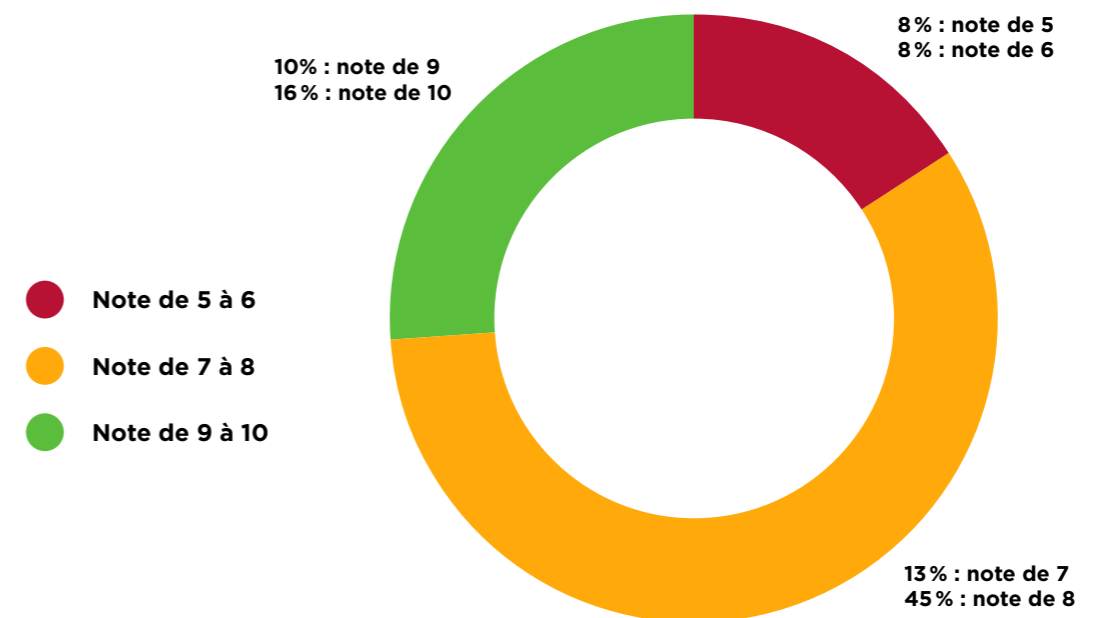
Perception du magazine

Perception du magazine

Niveau de satisfaction

NOTE DE SATISFACTION GLOBALE DE HORIZONS

Sur une échelle de 1 à 10 (10 étant la meilleure note), quelle note de satisfaction globale attribuez-vous au magazine Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Le magazine recueille un bon niveau de satisfaction globale avec **une moyenne de 7,9/10.**

Au surplus, la majorité du lectorat (45%) attribue la note de 8/10 au magazine et 71% des interrogés donnent une note supérieure ou égale à 8/10.

Il est intéressant de souligner qu'aucun lecteur n'a noté le biannuel en dessous de la moyenne.

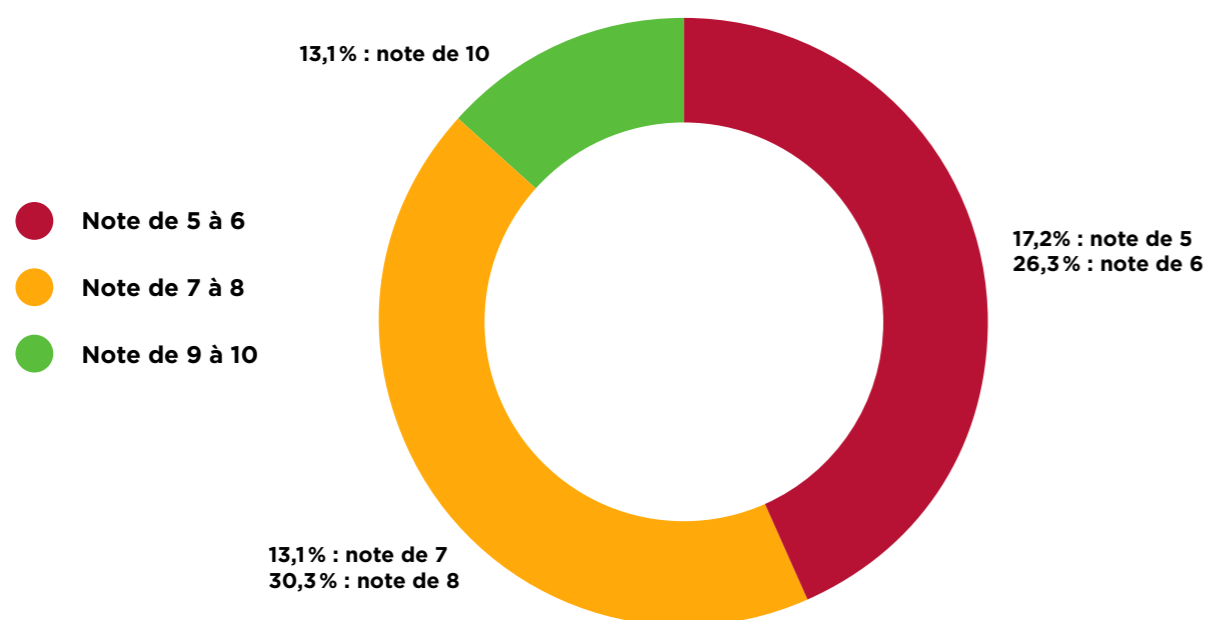
Ce qui nous permet d'avancer que s'il existe parfois une forme d'insatisfaction chez certains lecteurs, elle demeure modérée.

Niveau de satisfaction

FOCUS SUR LES **PETITS** LECTEURS

Note de satisfaction globale de Horizons - Focus (23 répondants)

Sur une échelle de 1 à 10 (10 étant la meilleure note), quelle note de satisfaction globale attribuez-vous au magazine Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Les lecteurs à faible densité de lecture attribuent une moyenne de 7,1/10 au magazine.
 Une moyenne relativement élevée comparée à l'intérêt modéré que cette population porte au contenu de la revue.

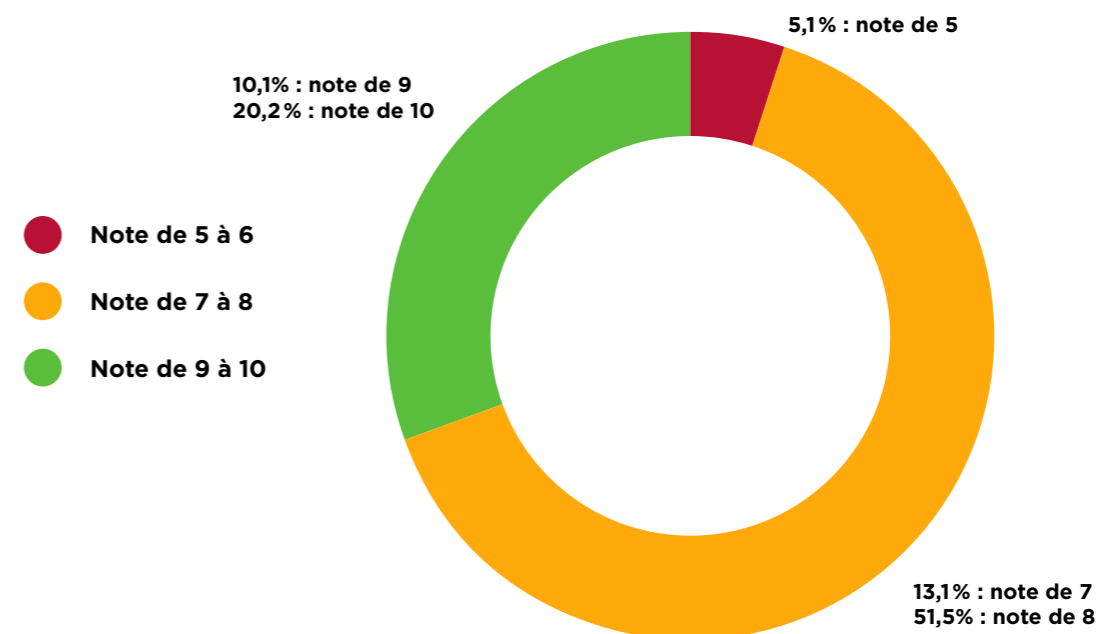
43% d'entre eux attribuent une note supérieure ou égale à 8/10 tandis qu'en miroir 43% de ce lectorat donnent une note inférieure de 5 ou 6/10.

Niveau de satisfaction

FOCUS SUR LES **GROS** LECTEURS

Note de satisfaction globale de Horizons - Focus (39 répondants)

Sur une échelle de 1 à 10 (10 étant la meilleure note), quelle note de satisfaction globale attribuez-vous au magazine Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Sans surprise, les gros lecteurs du magazine démontrent une haute satisfaction en attribuant une note moyenne de 8.2/10.

81% de cette population attribue une note supérieure ou égale à 8/10.

Ils ne sont que 18% à noter Horizons entre 5 et 7/10.

Appréciation du magazine

Citez un mot-clé ou une expression qui définirait le mieux Horizons ?



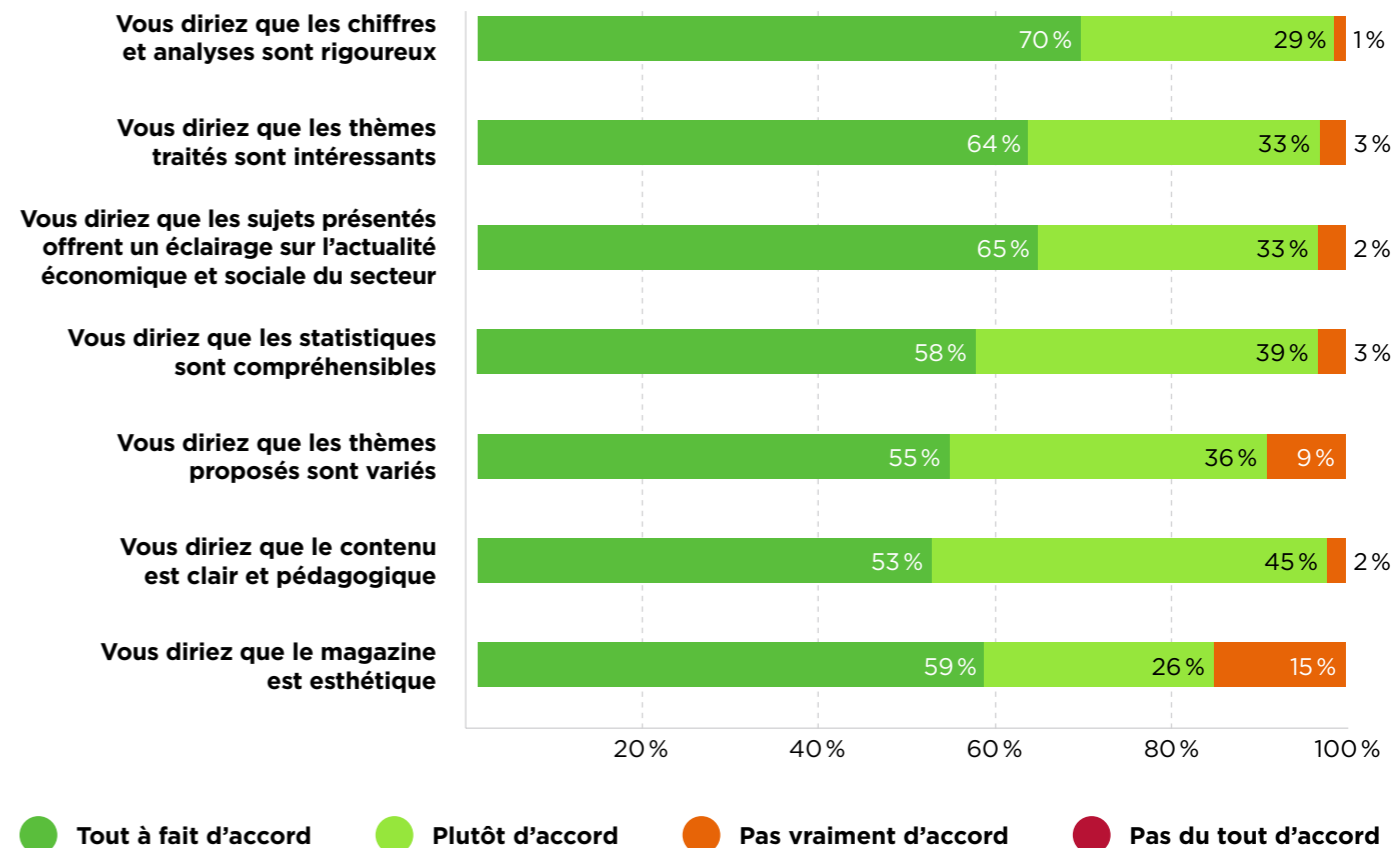
Ce qu'on en retient ?

L'analyse des mots-clés les plus employés par le lectorat pour caractériser la revue pourrait être synthétisée comme suit :

Horizons est une revue professionnelle intéressante qui synthétise l'information et l'actualité du secteur du transport routier. Clair et à la fois pertinent sur les enjeux et la culture du secteur, le magazine est complet, accessible, factuel et offre un éclairage sur l'avenir.

Appréciation du magazine

CONCERNANT HORIZONS...



Ce qu'on en retient ?

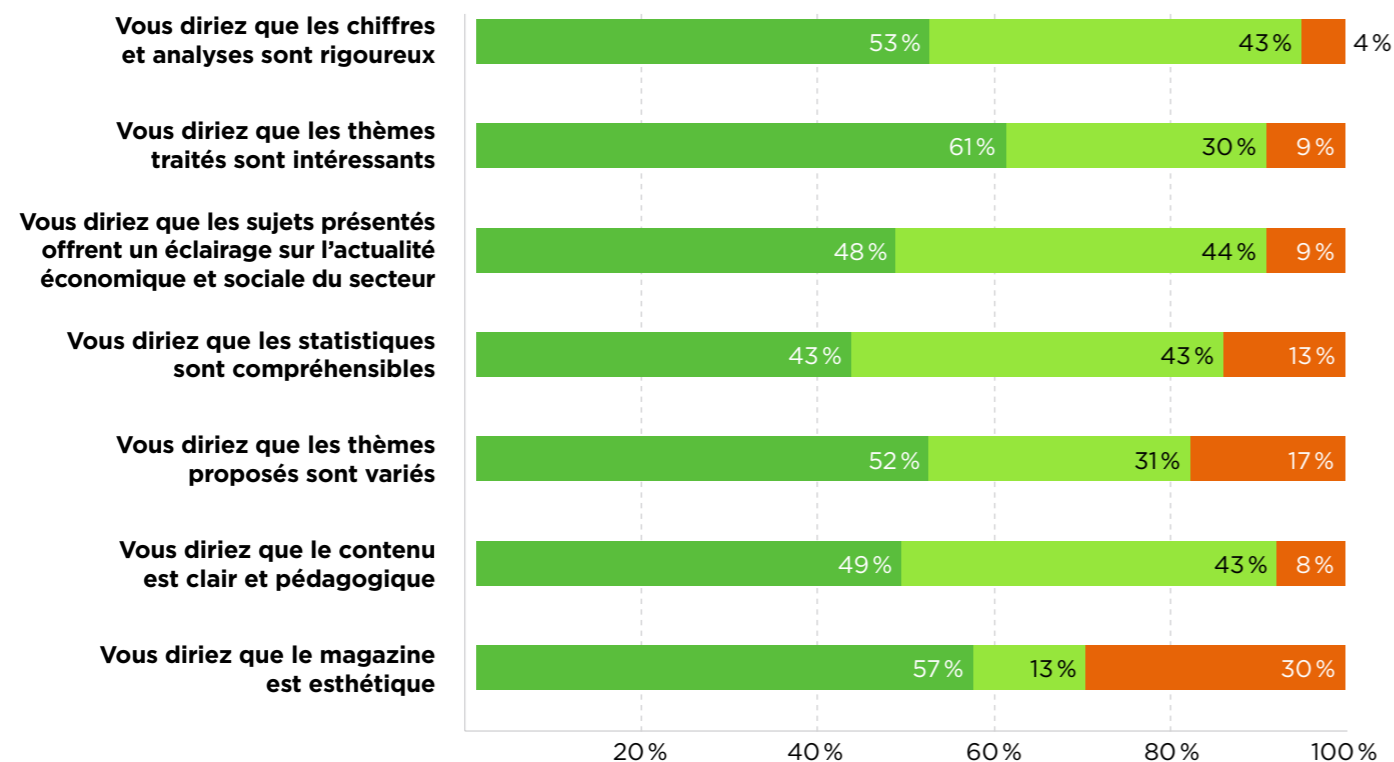
- 99% des lecteurs jugent les chiffres et analyses de la revue rigoureux ;
- 97% des répondants trouvent les sujets abordés intéressants ;
- 65% sont tout à fait d'accord quant à l'éclairage manifeste apporté sur l'actualité économique et sociale du secteur du transport ;
- les statistiques sont jugées compréhensibles pour la majorité du lectorat à 97% ;
- le contenu est perçu comme clair et pédagogique pour 98% des répondants ;
- 55% des lecteurs répondent qu'ils sont "tout à fait d'accord" quant au fait que les thématiques abordées sont variées ; alors que 9% ne sont "pas vraiment d'accord" ;
- 85% du panel semble apprécier l'esthétique à l'inverse des 15% qui la jugent moins à son goût.

Appréciation du magazine

FOCUS SUR LES **PETITS** LECTEURS

Appréciation du magazine Horizons - Focus (23 répondants)

Concernant horizons...



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Pas vraiment d'accord ● Pas du tout d'accord

Ce qu'on en retient ?

Cet éclairage porté sur ce segment du lectorat pour cette thématique, met en relief **3 axes d'amélioration potentiels**.

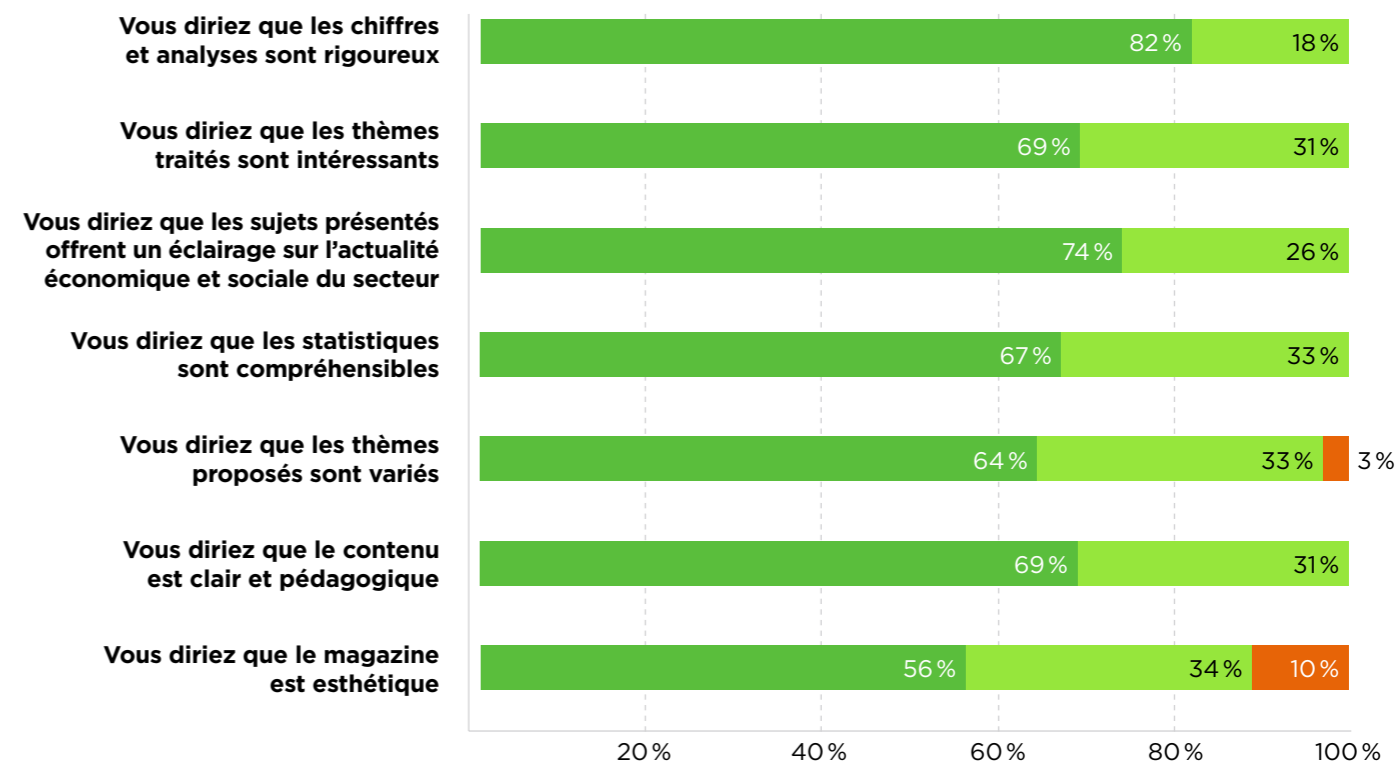
- 1) 30% n'apprécient pas l'esthétique. Paradoxalement, c'est le second poste qui fait le plus consensus auprès de cette population avec 57% de petits lecteurs pleinement satisfaits. Il n'en demeure pas moins qu'il s'agit du premier post d'insatisfaction.
- 2) 17% de ces lecteurs ne sont "pas vraiment d'accord" quant à la variété des thèmes proposés (voir figure 11 pour un premier niveau de réponse).
- 3) La bonne lisibilité et explication des chiffres et statistiques présentés sont contestés par 13% des petits lecteurs qui ne sont pas vraiment d'accord avec l'affirmation.

Appréciation du magazine

FOCUS SUR LES **GROS** LECTEURS

Appréciation du magazine Horizons - Focus (39 répondants)

Concernant horizons...



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Pas vraiment d'accord ● Pas du tout d'accord

Ce qu'on en retient ?

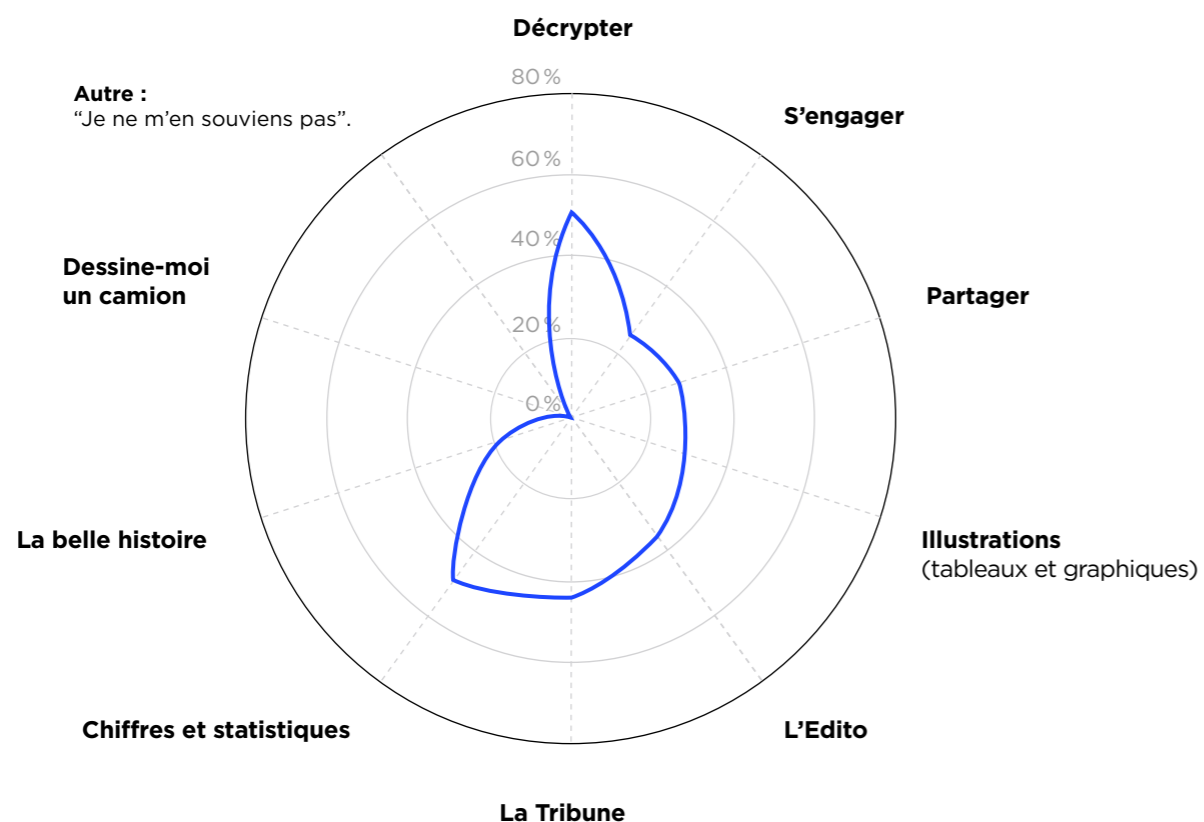
Les gros lecteurs du magazine ont une bonne perception globale du magazine.

Sur la quasi-totalité des affirmations qui leur étaient soumises, une large majorité est tout à fait d'accord avec celles-ci (jusqu'à 82% pour la rigueur des chiffres et analyses).

Seule l'esthétique du magazine récolte un petit 10% d'insatisfaction de la part de cette population de lecteurs.

Intérêt pour le contenu

Quand vous consultez le magazine Horizons, vous vous intéressez plutôt à/aux rubrique(s) ?

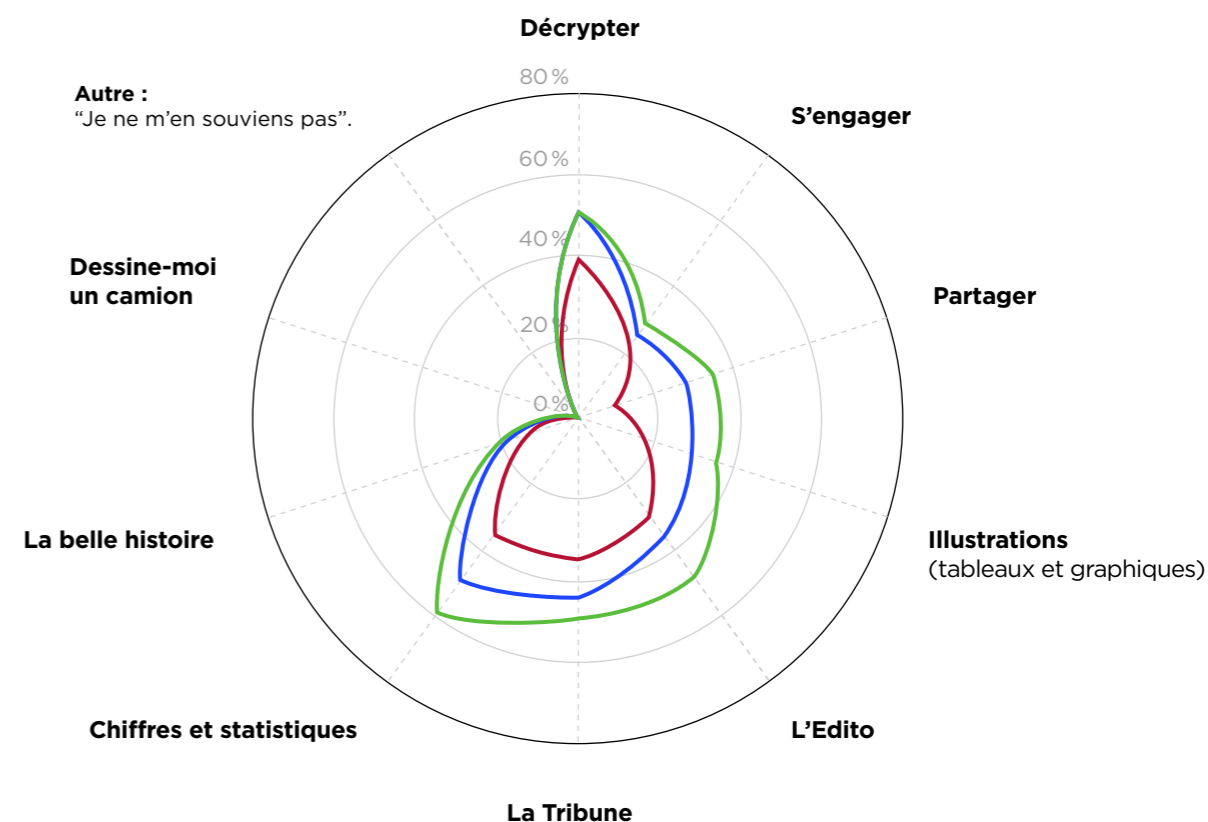


Ce qu'on en retient ?

- La rubrique "Décrypter" suscite l'intérêt le plus marqué du lectorat avec 51% de plébiscite ;
- les "Chiffres et statistiques" ainsi que "La Tribune" intéressent 49% et 44% du panel ;
- en 4^{ème} position la rubrique "L'édito" affiche 36% d'intérêt ;
- nous constatons un léger décrochage pour "Illustrations (tableaux et graphiques)", "Partager" et "S'engager" et "La belle histoire" dont l'intérêt des lecteurs est plus modéré avec 29%, 28%, 25% et 19% des votes.

Intérêt pour le contenu

COMPARAISON **PETITS** ET **GROS** LECTEURS



● Gros lecteurs ● Échantillon global ● Petits lecteurs

Ce qu'on en retient ?

- Les gros lecteurs s'intéressent plus que la moyenne aux rubriques "Partager" (35% vs 28%), "L'édito" (49% vs 36%), aux chiffres et statistiques (59% vs 49%) ainsi qu'aux illustrations (tableaux et graphiques) (36% vs 29%) ;
- dans les pas de l'échantillon global, "La belle histoire" et "S'engager" intéressent moins les gros lecteurs avec respectivement 21% et 28% d'intérêt ;
- les petits lecteurs montrent un intérêt nettement moins développé pour l'ensemble des rubriques du magazine.
- le niveau d'intérêt des petits lecteurs pour la rubrique "S'engager" (22%) comparé à celui des autres rubriques où l'on observe un décrochage significatif chez les gros lecteurs et la population globale ;
- le désintérêt prononcé de ces derniers pour "Partager" qui ne récolte qu'un petit 9% contre 35% pour l'ensemble des répondants.

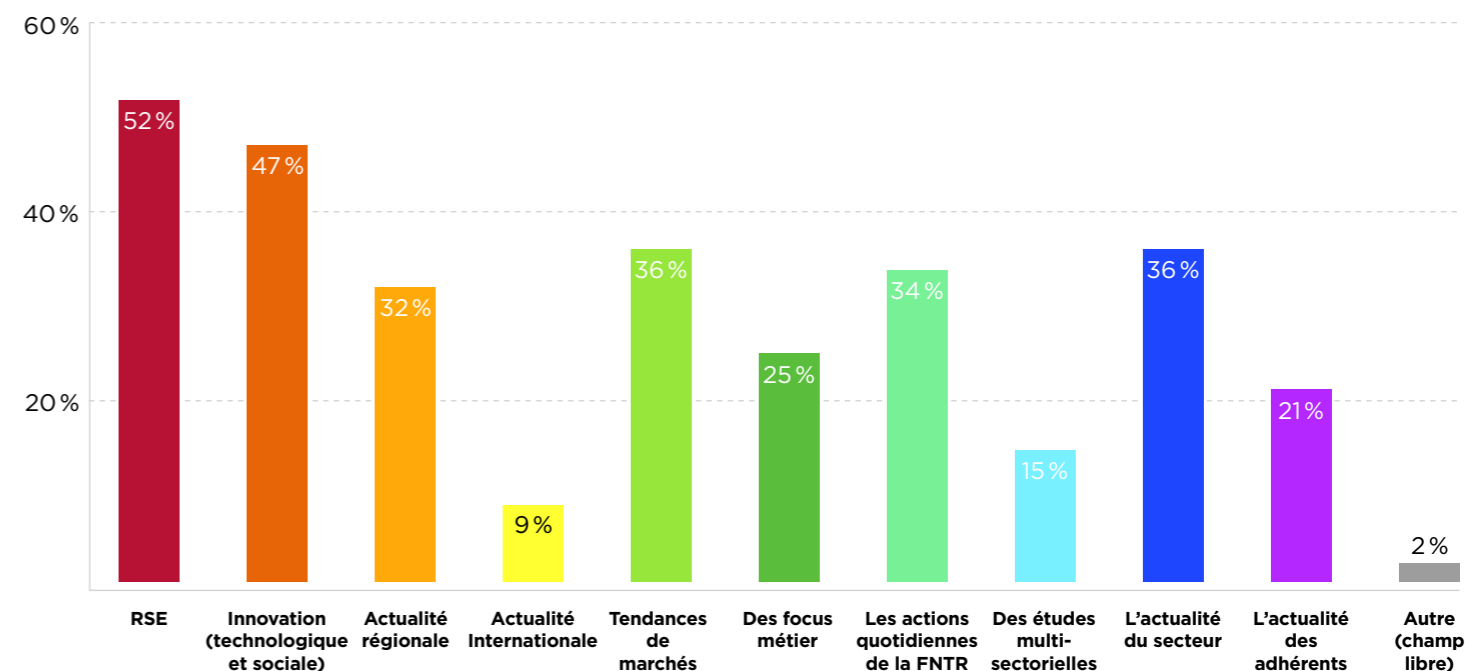


Usages et attendus

Usages et attendus

Les thématiques attendues

Quels sujets souhaiteriez-vous voir être abordés plus fréquemment dans Horizons ?



Détail des réponses issues du champs libre (Autre) :

“Les obtenus par la fédération” ;
“Transports de moins de 3,5t”.

Ce qu'on en retient ?

À la question, quels sujets souhaitez-vous voir être abordés plus fréquemment par Horizons, **la RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise) est le sujet qui domine en étant l'unique thématique à recueillir plus de 50% des suffrages.**

Dans un second temps, les lecteurs plébiscitent le sujet des innovations technologiques et sociales du secteur avec 47% des votes.

Nous constatons un décrochage pour les focus métier (25%) et l'actualité des adhérents (21%).

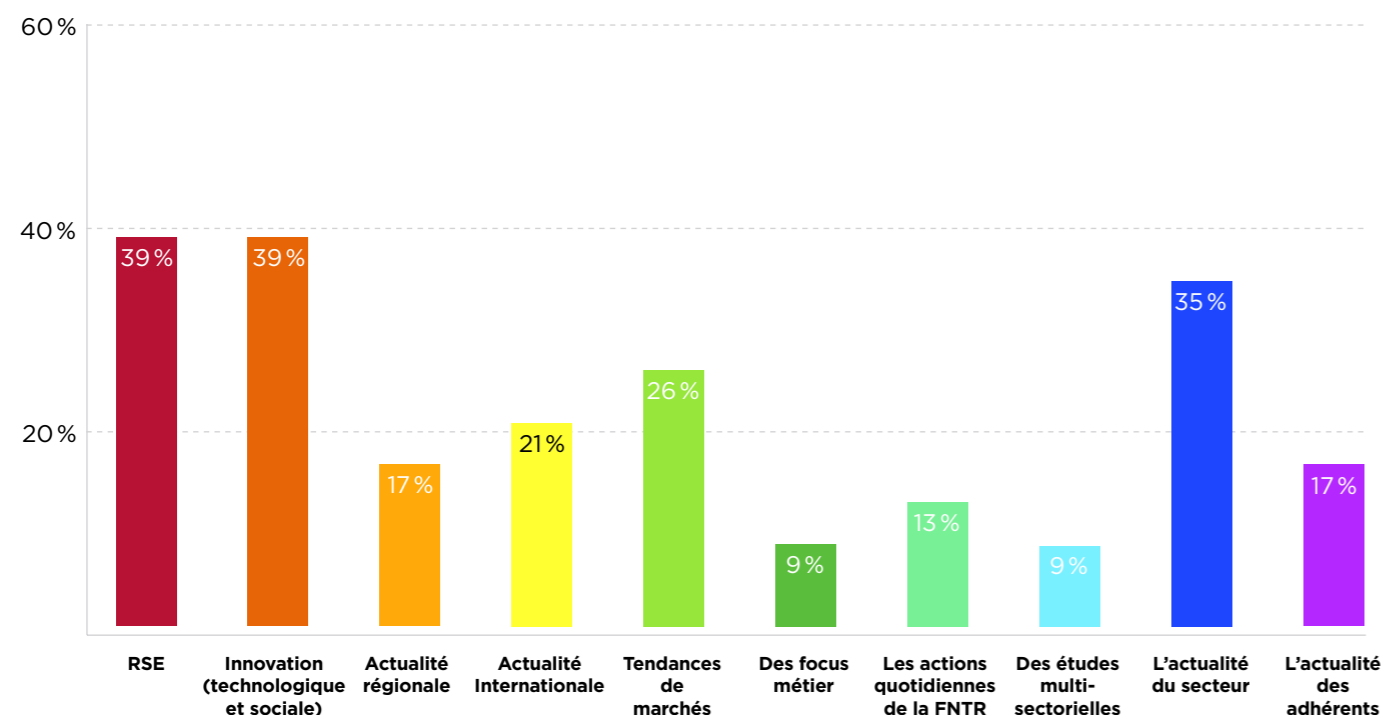
En dernières positions, nous retrouvons les études multisectorielles (15%) et l'actualité internationale avec 9% des votes.

Les thématiques attendues

FOCUS SUR LES **PETITS** LECTEURS

Contenu - Focus (23 répondants)

Quels sujets souhaiteriez-vous voir être abordés plus fréquemment dans Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Ce focus démontre que la population des petits lecteurs formule le souhait de voir apparaître plus régulièrement la RSE (39%), l'innovation (technologique et sociale) (39%) et l'actualité du secteur (35%).

Cette part du lectorat fait état d'un **tropisme plus prononcé pour l'actualité internationale que leurs pendant gros lecteurs (21% vs 5%)**.

En outre, nous constatons un écart de 15 points (26% vs 41%) entre ces deux catégories du lectorat au sujet de la thématique "Tendances de marchés".

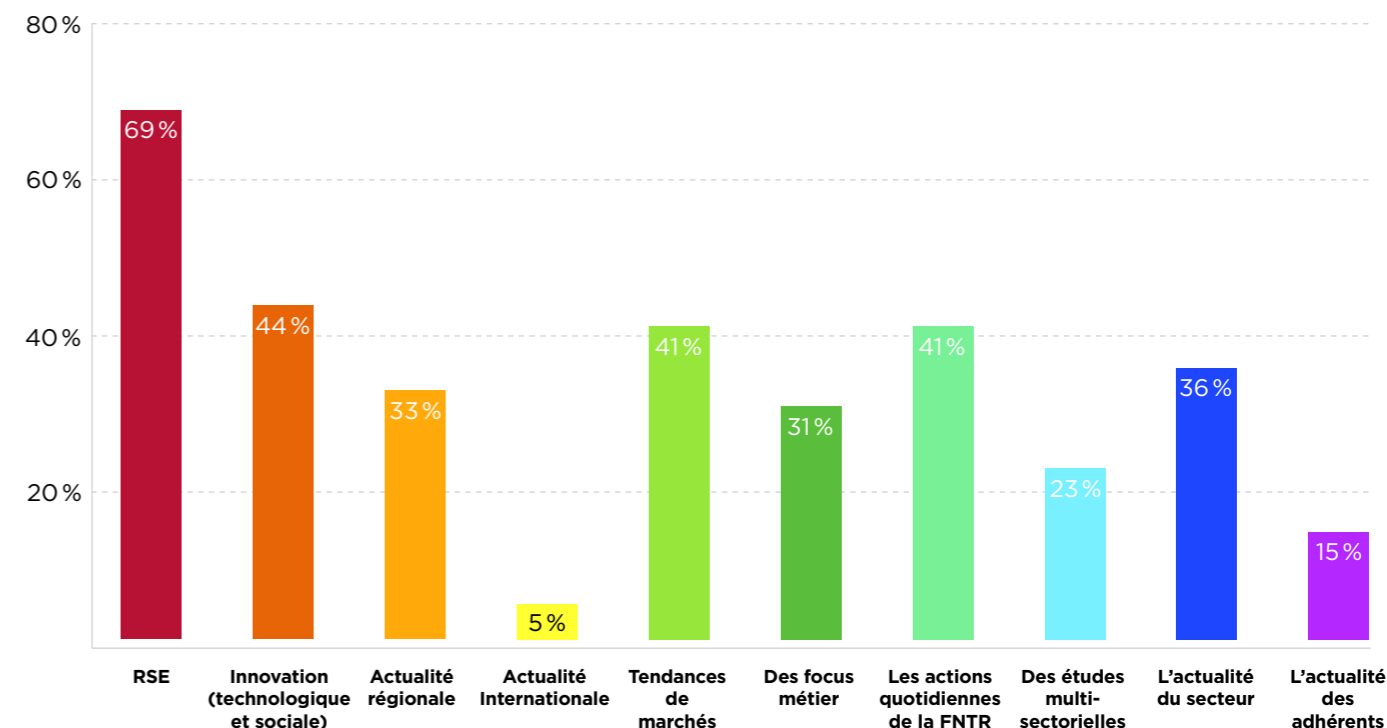
La différence est encore plus marquée pour les thématiques "Les actions de la FNTR" plébiscité par les gros lecteurs (41% vs 13%) et "Focus métier (31% vs 9%) qui intéresse nettement moins les petits lecteurs.

Les thématiques attendues

FOCUS SUR LES **GROS** LECTEURS

Contenu - Focus (39 répondants)

Quels sujets souhaiteriez-vous voir être abordés plus fréquemment dans Horizons ?



Ce qu'on en retient ?

Les résultats de ce focus mettent en exergue que **la RSE est, de loin, le thème que les lecteurs les plus assidus du magazine Horizons veulent voir être abordé plus régulièrement. Ils sont 69% à le souhaiter.**

Au-dessus de la barre des 40%, nous retrouvons l'Innovation (44%), les tendances de marchés (41%) et les actions quotidiennes de la FNTR (41%).

Cette population démontre un attrait pour l'actualité régionale avec 33% de plébiscite contrairement aux petits lecteurs qui ne sont que 17% à la réclamer davantage.

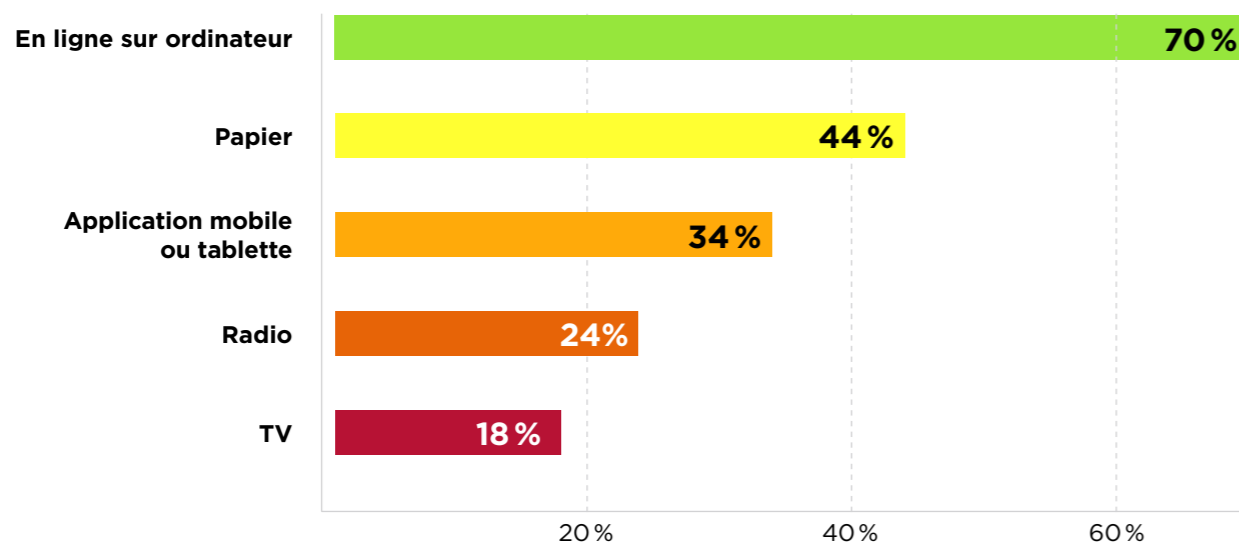
Les gros lecteurs montrent peu d'intérêt pour que l'actualité des adhérents soit davantage traitée (15%).

Les formats plébiscités



Formats utilisés

Quel(s) format(s) utilisez-vous pour vous informer en général ?



Ce qu'on en retient ?

De manière générale, les 3/4 du lectorat utilisent un ordinateur pour s'informer.

Cependant, ils sont 44% à recourir au support papier pour trouver des informations.

Il s'agit du second canal d'information le plus utilisé par les lecteurs du magazine.

Arrive ensuite, l'utilisation du smartphone ou d'une tablette (34%) puis de la radio pour 24% d'entre eux.

Seuls 18% ont recours à la télévision comme canal d'information.

Synthèse des résultats



- 01** Le lectorat répondant est composé à **59 % de dirigeants-es de société**.
- 02** 81% des répondants utilisent un **canal digital** pour consulter le magazine.
- 03** **74% des lecteurs lisent à minima la moitié du magazine** et la majorité indique en lire les $\frac{3}{4}$. Près de 44% des répondants sont des GROS lecteurs du magazine alors que 26% des répondants sont de PETITS lecteurs.
- 04** **“Être informé de l’actualité du secteur du transport routier” est le premier motif de consultation du magazine**. Chez les gros lecteurs, disposer d’une documentation professionnelle ou connaître les derniers travaux de la FNTR sont également importants.
- 05** Le magazine plaît puisqu’il **obtient la note de 7.8/10**. La note obtenue est bonne chez les gros comme chez les petits lecteurs.
- 06** Les **points forts** du magazine indiqués par les répondants sont la **rigueur des chiffres et analyses** (99%) et le **caractère intéressant des sujets abordés** (97%).

- 07** Pourtant, **l’esthétique du magazine et la variété des thématiques** ont été indiqués comme étant des points **perfectibles**. Cela est aussi et surtout valable chez les petits lecteurs.
- 08** **“Professionnel, informatif, intéressant, synthétique”** : tels sont les qualificatifs donnés par les répondants pour parler du magazine.
- 09** **“Décrypter”** est la rubrique qui suscite **le plus d’intérêt**. Au contraire de “S’engager” ou “Dessine-moi un camion”.
- 10** Les lecteurs répondants aimeraient voir **plus de sujets RSE** au sein du magazine, et parmi les petits lecteurs, les sujets relatifs à **l’innovation technologique** ou à **l’actualité internationale** ne sont pas assez abordés.
- 11** Les répondants indiquent utiliser **leur ordinateur ou des supports papier pour s’informer** en général.



Merci!

Infos contact :
en attente

Horizons

