

Presse

 SOMMAIRE

TITRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

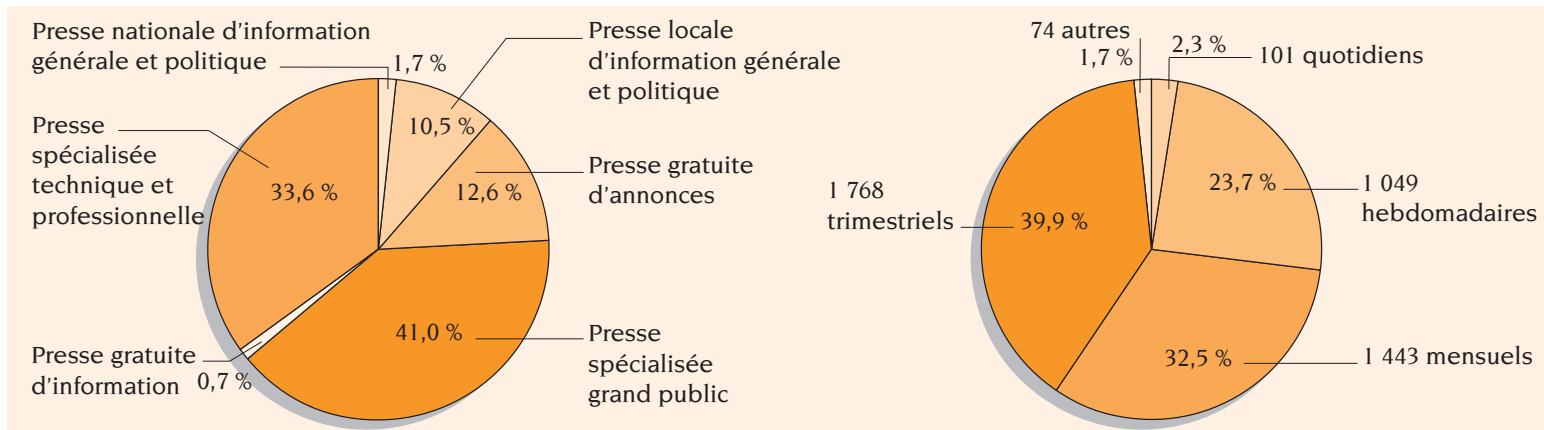
	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	2 913	3 170	3 258	3 432	3 626	3 850	3 936	4 069	4 067	4 218	4 435
Presse nationale d'info. générale et politique	66	75	73	72	71	75	74	77	70	75	77
Presse locale* d'info. générale et politique	399	422	427	455	452	468	459	445	438	445	455
Presse gratuite d'information	///	///	///	///	///	///	///	///	7	11	33
Presse spécialisée grand public	818	974	1 040	1 145	1 286	1 418	1 526	1 595	1 583	1 680	1 820
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 253	1 312	1 332	1 373	1 430	1 499	1 485	1 504	1 474	1 483	1 489
Presse gratuite d'annonces	377	387	386	387	387	390	392	448	495	524	561

Unités

* À partir de 2001, les quotidiens du 7^e jour sont considérés comme des éditions du quotidien.

Source : DDM/DEPS

RÉPARTITION DES TITRES EN 2004



Source : DDM/DEPS

TITRES, TIRAGE ET CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

2005

	Titres	Tirage total annuel	Tirage moyen au numéro	Diffusion				Chiffre d'affaires		
				Au	Par	Gratuits	Invendus	Total	Ventes	Publicité
				numéro	abonnement			Millions d'euros	%	%
	Unités	Milliers	Milliers	%	%	%	%			
Total	4 435	8 251 664	46	34,5	21,4	28,5	15,6	10 570	57,4	42,6
Presse nationale d'information générale et politique	77	901 593	113	42,7	29,8	2,5	25,0	1 486	60,9	39,1
Presse locale d'information générale et politique	455	2 413 151	22	52,5	32,9	3,0	11,6	3 052	56,2	43,8
Presse gratuite d'information	33	292 341	86	-	-	99,9	0,1	56	-	100,0
Presse spécialisée grand public	1 820	2 560 625	71	46,2	22,3	2,0	29,5	4 175	70,4	29,6
<i>dont</i>										
presse culturelle	91	28 224	31	18,0	46,5	3,1	32,4	84	86,6	13,4
presse des jeunes	185	201 124	73	23,0	40,8	10,6	25,6	305	90,4	9,6
loisirs	859	321 956	44	36,4	15,1	1,3	47,2	740	72,7	27,3
télévision-spectacle	27	690 373	557	52,7	29,3	0,6	17,4	692	68,2	31,8
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 489	226 808	8	5,1	59,1	25,5	10,3	1 039	48,6	51,4
Presse gratuite d'annonces	561	1 857 146	78	-	-	100,0	-	762	-	100,0

Source : DDM/DEPS

NOUVEAUX TITRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

	1999	2000	2001	2002	2003	2004					
						Total	Information générale et politique	Presse spécialisée grand public	Presse spécialisée tech. et pro.	Gratuits d'annonces	Gratuits d'infor- mations
Nombre de titres (<i>unités</i>)	422	394	335	312	478	547	32	341	98	56	20
Diffusion (<i>millions d'exemplaires</i>)	103	105	120	292	154	216	2	55	3	119	37
Chiffre d'affaires (<i>millions d'euros</i>)	214	144	183	112	197	239	4	151	17	55	12

Le solde net des entrées et sorties du champ de l'enquête est de 133 titres en 2001, de - 2 titres en 2002, de 151 titres en 2003 et de 217 titres en 2004.

Source : DDM/DEPS

ENTREPRISES DE PRESSE DE 20 SALARIÉS ET PLUS

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Unités, millions d'euros et %	
								Total	Entreprises de 20 à 249 personnes
Édition de journaux									
Nombre d'entreprises	96	99	102	105	110	110	108	75	33
Effectif employé	28 060	27 528	28 749	29 202	28 766	28 339	27 874	6 022	21 852
Chiffre d'affaires HT	4 256,9	4 780,9	4 856,5	4 797,2	4 717,9	4 683,0	4 815,7	1 062,1	3 753,6
Part du CA à l'exportation	3,6	3,2	3,6	3,4	3,1	3,2	3,1	1,6	3,6
Édition de revues et périodiques									
Nombre d'entreprises	319	308	274	289	291	293	278	260	18
Effectif employé	21 031	22 193	22 138	23 014	23 181	22 896	22 263	12 679	9 584
Chiffre d'affaires HT	5 441,5	5 706,3	6 041,3	6 156,4	5 995,1	6 332,6	6 220,2	3 408,3	2 811,9
Part du CA à l'exportation	6,9	6,5	7,3	7,0	7,0	7,0	6,9	6,7	7,2

Entreprises (entières) de 20 personnes et plus exerçant à titre principal l'activité désignée.

Source : SESSI/DEPS

DIFFUSION TOTALE DES PRINCIPAUX TITRES DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE

						<i>Milliers d'unités</i>					
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005	
Quotidiens nationaux											
L'Équipe (édition générale)	374	335	340	369	355	La Provence	176	169	166	165	162
Le Figaro	373	366	359	347	342	Le Républicain lorrain	173	162	159	156	152
Le Monde	415	417	399	381	367	Sud-Ouest	345	329	326	326	322
Le Parisien + Aujourd'hui en France	501	516	513	508	506	Le Télégramme	195	194	198	201	204
						La Voix du Nord	330	318	315	307	301
Quotidiens régionaux						Presse hebdomadaire d'information générale					
Centre France (groupe)	339	332	327	321	315	Courrier international	149	167	190	194	203
dont La Montagne	221	215	213	210	206	L'Express	560	555	552	550	547
Le Dauphiné Libéré	268	261	259	256	253	Figaro Magazine	515	488	487	485	468
La Dépêche du Midi	214	207	206	202	200	Le Journal du dimanche	301	295	290	276	268
Les Dernières nouvelles d'Alsace	207	203	200	196	192	Le Nouvel Observateur	543	544	544	543	543
L'Est Républicain (groupe)	217	213	211	207	202	Paris-Match	746	708	731	713	721
Le Midi Libre	168	165	161	159	156	Pèlerin	306	302	304	303	300
La Nouvelle République						Le Point	351	359	372	392	397
du Centre-Ouest	249	245	241	235	231	La Vie	213	204	182	177	176
Ouest-France	796	785	783	783	781	VSD	239	231	221	219	218
Le Progrès (groupe)	405	389	382	370	358						

Ne sont cités que les titres ayant une diffusion supérieure à 150 000 exemplaires en 2005.

Source : Diffusion contrôle-OJD/DEPS

La diffusion totale comprend les ventes au numéro et abonnements, payants et gratuits, en France et à l'étranger.

POINTS DE VENTE DE PRESSE

	Unités et %				
	2002	2003	2004	2005	Répartition du CA
	Nombre de points de vente	Nombre de points de vente	Nombre de points de vente	Nombre de points de vente	
Total	30 668	30 202	29 706	29 274	100,0
Magasins spécialisés	7 966	7 743	7 485	7 299	24,9
Kiosques	721	708	662	573	2,0
Presse tabac (hors bars)	8 701	8 708	8 618	8 516	29,0
Relay*	785	789	777	760	2,6
Rayons des GMS**	1 424	1 476	1 557	1 632	5,6
Capillarité :					
Bars (dont tabac)	7 035	6 934	6 830	6 720	23,0
Autres	4 036	3 844	3 777	3 774	12,9

Points de vente actifs et supplétifs au 31 décembre.

Source : NMPP/DEPS

* Enseignes de vente de presse en zones de transport.

** GMS : grandes et moyennes surfaces (hyper et supermarchés, grandes surfaces spécialisées).

POINTS DE VENTE DE PRESSE PAR RÉGION

2005								Unités
Total	28 256	Centre	1 413	Limousin	481	Pays de la Loire	1 872	
Alsace	674	Champagne-Ardenne	640	Lorraine	981	Picardie	958	
Aquitaine	1 590	Corse	186	Midi-Pyrénées	1 323	Poitou-Charentes	1 020	
Auvergne	993	Franche-Comté	582	Nord – Pas-de-Calais	1 707	Provence-Alpes-		
Bourgogne	925	Île-de-France	3 640	Basse-Normandie	870	Côte d'Azur	1 908	
Bretagne	1 544	Languedoc-Roussillon	1 250	Haute-Normandie	826	Rhône-Alpes	2 873	

Points de vente actifs, hors supplétifs (1 018 points).

Source : NMPP/DEPS

LECTURE DE LA PRESSE QUOTIDIENNE

2005

Sur 100 personnes de 15 ans et plus, ont lu au cours des 12 derniers mois :

	Tous les jours ou presque	Une ou plusieurs fois par semaine (y. c. le week-end)	Seulement pendant certaines périodes ou les vacances	Occasionnellement ou rarement	Jamais
Un quotidien national					
Total	7	9	4	9	71
Agriculteurs exploitants	1	10	2	8	79
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	11	11	5	7	67
Cadres et professions intellectuelles sup.	17	16	10	18	39
Professions intermédiaires	8	15	7	15	55
Employés	6	7	4	9	73
Ouvriers (y compris agricoles)	4	5	3	5	84
Retraités	6	7	2	6	80
Autres inactifs	5	9	4	9	73
Un quotidien régional					
Total	27	20	5	11	36
Agriculteurs exploitants	39	27	3	10	21
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	28	24	7	13	27
Cadres et professions intellectuelles sup.	17	19	9	15	41
Professions intermédiaires	21	24	7	16	31
Employés	24	24	4	14	33
Ouvriers (y compris agricoles)	24	21	6	11	38
Retraités	44	17	2	6	31
Autres inactifs	14	18	6	13	50

France métropolitaine.

Source : NMPP/DEPS

LECTURE D'UN MAGAZINE OU D'UNE REVUE D'INFORMATION GÉNÉRALE

2005

Sur 100 personnes de 15 ans et plus, ont lu au cours des 12 derniers mois un magazine ou une revue d'information générale :

	Tous les jours ou presque	Une ou plusieurs fois par semaine (y. c. le week-end)	Seulement pendant certaines périodes ou les vacances	Occasionnellement ou rarement	Jamais
Total	19	14	2	11	54
Agriculteurs exploitants	22	12	2	10	54
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	17	16	2	15	50
Cadres et professions intellectuelles sup.	35	18	4	18	25
Professions intermédiaires	21	17	3	16	43
Employés	14	16	1	13	56
Ouvriers (y compris agricoles)	9	11	1	7	72
Retraités	25	9	1	9	55
Autres inactifs	16	14	2	10	58

France métropolitaine.

Source : INSEE/DEPS

Même sans avoir acheté le magazine ou la revue, hors hebdo télé ou magazine spécialisé.

JOURNALISTES

CARTES ATTRIBUÉES PAR LA COMMISSION DE LA CARTE D'IDENTITÉ DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Unités 2005
Total	29 153	30 003	30 510	31 685	33 738	34 227	35 270	35 539	36 148	36 503
Hommes	18 209	18 616	18 766	19 336	20 747	20 372	20 785	20 817	20 984	21 028
Femmes	10 944	11 387	11 744	12 349	12 991	13 855	14 485	14 722	15 164	15 475

Source : CCIJP/DEPS

CARTES ATTRIBUÉES AU 31 DÉCEMBRE 2005

	Unités		Unités	
	Total	dont premières demandes	Hommes	Femmes
Total	36 503	1 979	21 028	15 475
Titulaires	32 976	301	19 454	13 522
Journalistes mensualisés	25 276	153	15 305	9 971
Journalistes rémunérés à la pige	5 639	148	2 888	2 751
Demandeurs d'emploi	1 582	///	855	727
Directeurs (anciens journalistes)	479	///	406	73
Stagiaires	3 527	1 678	1 574	1 953
Journalistes mensualisés	2 277	952	1 045	1 232
Journalistes rémunérés à la pige	1 250	726	529	721

Source : CCIJP/DEPS

AIDES DIRECTES À LA PRESSE

	<i>Millions d'euros</i>		
	2004	2005	2006
Total	71,0	172,5	174,1
Aide à la diffusion	21,7	87,7	93,0
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale	///	66,0	71,5
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	8,1	8,1	8,1
Aide à l'impression décentralisée des quotidiens	0,6	0,6	0,4
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	3,3	3,3	3,3
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1,4	1,4	1,4
Aide au portage de la presse	8,3	8,3	8,3
Aides au pluralisme	8,1	8,1	8,6
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale et à faibles ressources publicitaires	6,7	6,7	7,2
Aides aux quotidiens nationaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1,4	1,4	1,4
Aides à la modernisation	41,2	76,7	72,5
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	///	38,0	31,0
Aide à la modernisation et à la distribution de la presse quotidienne nationale	12,2	12,4	8,0
Aide à la modernisation de la diffusion	///	3,5	3,7
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	///	///	0,8
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	29,0	22,8	29,0

D'après les lois de finances initiales.

Non compris les abonnements de l'État à l'AFP : 105,7 millions d'euros en 2005.

Source : DDM/DEPS

La presse écrite bénéficie, outre des aides directes ci-dessus, d'aides indirectes résultant de l'octroi de tarifs postaux préférentiels et d'un régime fiscal particulier (taux réduit de TVA de 2,1 %).

SOURCES ET DÉFINITIONS

Les **titres de la presse éditeur** sont enquêtés chaque année par le Département des statistiques, des études et de la documentation sur les médias de la Direction du développement des médias par l'intermédiaire des sociétés qui les éditent. L'appartenance d'un titre à la presse éditeur est déterminée à partir de plusieurs critères : appartenance syndicale, périodicité de la publication, mode de diffusion, commercialisation...

La presse de groupement, administrative, d'entreprise (environ 40 000 titres) n'est pas enquêtée. Les titres sont classés par périodicité et catégorie.

Le **chiffre d'affaires** comprend les recettes de ventes au numéro et par abonnement, y

compris les commissions à la distribution et aux agents de la vente et les recettes de publicité et d'annonces incluant les commissions et rémunérations d'intermédiaires. Il est exprimé hors TVA.

La **diffusion totale des journaux et revues** comprend les ventes au numéro et par abonnements, payantes et gratuites, en France et à l'étranger. Elle est certifiée par « Diffusion contrôle », organisme de contrôle de la diffusion de la presse, qui procède par déclaration sur l'honneur, réalisation d'un contrôle et établissement d'un procès-verbal.

L'analyse des **entreprises de presse** de 20 salariés et plus provient de l'enquête annuelle d'entreprise (EAE) réalisée par le SESSI auprès des entreprises dont l'activité principale exercée est l'édition de journaux (poste 22.IC de la NAF – nomenclature d'activités française) et l'édition de revues et périodiques (poste 22.IE de la NAF). Les variables portent sur l'ensemble de l'acti-

vité de l'entreprise et non uniquement sur son activité de presse.

Les **points de vente de presse** sont ceux des Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) et des coopératives associées. Ils ne concernent pas les ventes de presse locale et régionale.

Les données sur la **lecture de la presse** proviennent du dispositif d'enquêtes permanentes sur les conditions de vie des ménages (EPCV) de l'INSEE. Elles concernent les personnes de 15 ans et plus.

La carte d'identité des **journalistes** professionnels leur donne un statut de professionnel. Elle leur est délivrée par la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels si leurs ressources proviennent à plus de 50 % de l'activité journalistique et si leur employeur est une entreprise de presse (écrite ou audiovisuelle) ou une agence de presse agréée.

Les **aides directes à la presse** sont votées chaque année dans la loi de finances initiale, ce sont des crédits ouverts au budget des services du Premier ministre (mission Médias, programme Presse).

Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) – www.ccijp.net
Diffusion contrôle – OJD – www.ojd.com
Direction du développement des médias (DDM) – www.ddm.gouv.fr
Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) – www.insee.fr
Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, Service des études et des statistiques industrielles (SESSI) – www.industrie.gouv.fr/sessi
Nouvelles messageries de la presse parisienne – www.nmpp.fr

RÉFÉRENCES

- *Tableaux statistiques de la presse, édition 2006*, Direction du développement des médias, La Documentation française, 2006.
- *Tendances de la vente au numéro, marché et réseau 2005*, NMPP, 2006.