

## CHIFFRES CLÉS 2010

STATISTIQUES DE LA CULTURE



**Ministère de la Culture et de la Communication**

**Secrétariat général**



**Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation**

**Département des études, de la prospective et des statistiques**

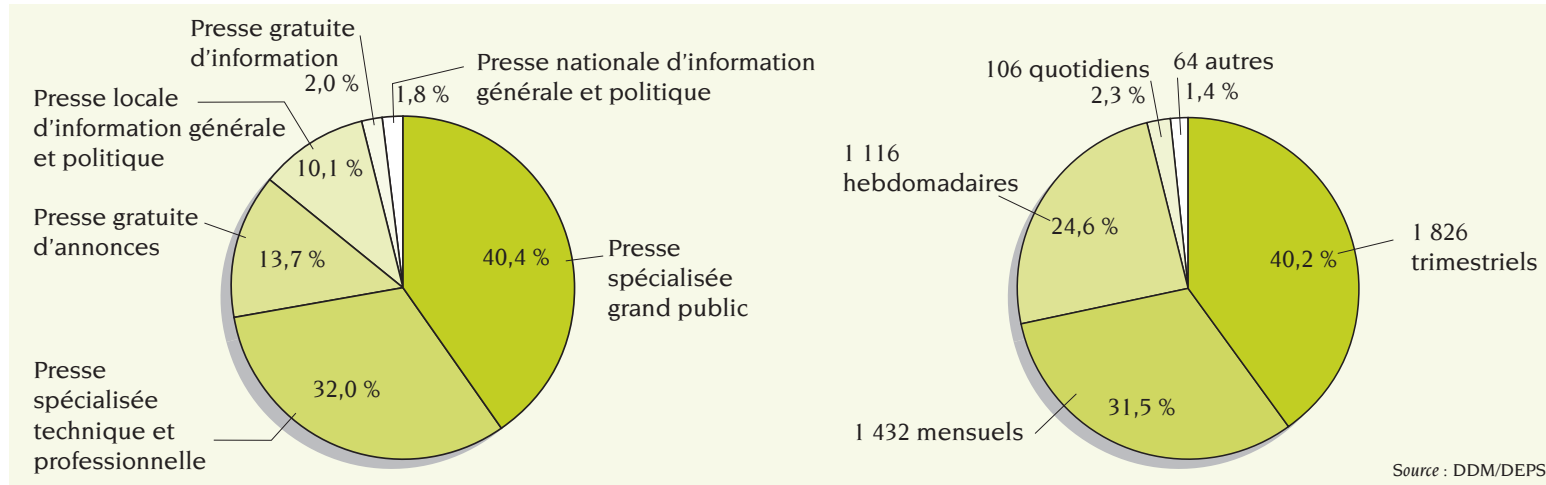
## TITRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Unités
<b>Total</b>	<b>2 913</b>	<b>3 170</b>	<b>3 936</b>	<b>4 069</b>	<b>4 067</b>	<b>4 218</b>	<b>4 435</b>	<b>4 550</b>	<b>4 754</b>	<b>4 544</b>	
Presse nationale d'information générale et politique	66	75	74	77	70	75	77	76	80	80	
Presse locale* d'information générale et politique	399	422	459	445	438	445	455	463	468	461	
Presse gratuite d'information	///	///	///	///	7	11	33	46	74	90	
Presse spécialisée grand public	818	974	1 526	1 595	1 583	1 680	1 820	1 898	2 013	1 834	
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 253	1 312	1 485	1 504	1 474	1 483	1 489	1 475	1 499	1 456	
Presse gratuite d'annonces	377	387	392	448	495	524	561	592	620	623	

\* À partir de 2001, les quotidiens du 7<sup>e</sup> jour sont considérés comme des éditions du quotidien.

Source : DDM/DEPS

## RÉPARTITION DES TITRES EN 2007



Source : DDM/DEPS

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

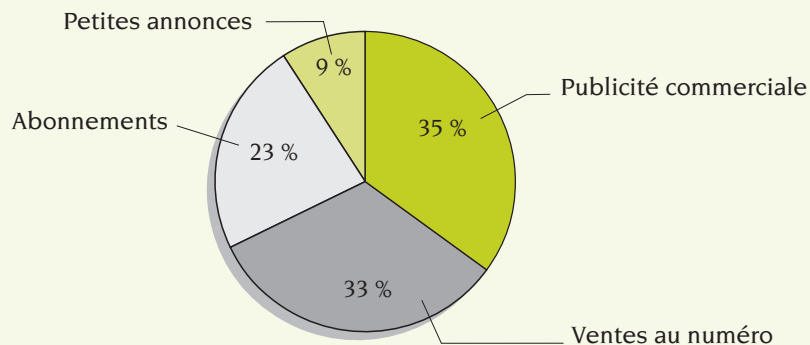
2007

	Titres	Tirage total annuel	Tirage moyen au numéro	Diffusion				Chiffre d'affaires		
				Au numéro	Par abonnement	Gratuits	Invendus	Total	Ventes	Publicité
				%	%	%	%	Millions d'euros	%	%
Unités	Milliers	Milliers								
<b>Total</b>	<b>4 544</b>	<b>8 304 975</b>	<b>44</b>	<b>29,2</b>	<b>23,9</b>	<b>32,6</b>	<b>14,3</b>	<b>10 862</b>	<b>55,5</b>	<b>44,5</b>
Presse nationale d'information générale et politique	80	877 846	108	43,2	31,2	2,0	23,5	1 526	62,0	38,0
Presse locale d'information générale et politique	461	2 329 683	21	41,8	43,6	2,9	11,8	3 114	55,3	44,7
Presse gratuite d'information	90	631 396	106	-	-	99,8	0,2	284	-	100,0
Presse spécialisée grand public	1 834	2 356 869	64	45,2	24,5	1,5	28,8	3 996	70,4	29,6
<i>dont</i>										
presse culturelle	111	26 972	26	17,7	44,7	3,6	34,1	89	82,2	17,8
presse des jeunes	181	147 105	59	21,4	49,6	4,3	24,6	266	92,7	7,3
loisirs	832	303 335	40	34,4	15,6	1,1	48,9	691	73,6	26,4
télévision-spectacle	25	601 754	519	50,4	34,1	0,7	14,7	615	69,5	30,5
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 456	198 462	7	4,4	59,3	25,6	10,7	1 086	50,7	49,3
Presse gratuite d'annonces	623	1 910 719	70	-	-	99,6	0,4	856	-	100,0

Source : DDM/DEPS

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

2007



Source : DDM/DEPS

## ENTREPRISES DE PRESSE DE 20 SALARIÉS ET PLUS

Unités, millions d'euros et %

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Édition de journaux</b>								
Nombre d'entreprises (unités)	102	105	110	110	108	100	108	107
Effectif salarié au 31 décembre (unités)	28 453	28 678	28 512	28 275	27 602	27 046	26 560	26 548
Chiffre d'affaires HT (millions d'euros)	4 856,5	4 797,2	4 717,9	4 683,0	4 815,7	4 920,8	5 016,3	4 909,7
Part du CA à l'exportation (%)	3,6	3,4	3,1	3,2	3,1	2,9	3,2	3,4
<b>Édition de revues et périodiques</b>								
Nombre d'entreprises (unités)	274	289	291	293	278	269	255	236
Effectif salarié au 31 décembre (unités)	21 869	22 666	22 726	22 570	21 877	21 577	21 365	21 471
Chiffre d'affaires HT (millions d'euros)	6 041,3	6 156,4	5 995,1	6 332,6	6 220,2	6 228,7	6 276,4	6 623,0
Part du CA à l'exportation (%)	7,3	7,0	7,0	7,0	6,9	7,0	7,5	6,8

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

						Milliers d'unités					
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008	
<b>Quotidiens nationaux</b>											
L'Équipe (édition générale)	369	355	365	337	324	La Provence	165	162	159	153	151
Le Figaro	347	342	338	344	337	Sud-Ouest	326	322	319	319	315
Le Monde	381	367	355	359	340	Le Télégramme	201	204	206	208	209
Le Parisien + Aujourd'hui en France	508	506	518	534	525	La Voix du Nord	307	301	296	292	289
<b>Quotidiens régionaux</b>						<b>Presse hebdomadaire d'information générale</b>					
Centre France (groupe)	321	315	309	304	342	Courrier international	194	203	209	212	222
dont La Montagne	210	206	201	199	200	L'Express	550	547	547	568	568
Le Dauphiné Libéré	256	253	249	250	247	Figaro Magazine	485	468	464	467	458
La Dépêche du Midi (semaine)	202	200	197	198	197	Le Journal du dimanche	276	268	265	269	267
Les Dernières nouvelles d'Alsace	196	192	187	183	180	Le Nouvel Observateur	543	543	543	542	543
L'Est Républicain	207	202	198	195	193	Paris-Match	713	721	684	736	716
La Nouvelle République du Centre-Ouest	235	231	225	217	213	Pèlerin	303	300	287	276	262
Ouest-France	783	781	782	794	796	Le Point	392	397	409	444	444
Le Progrès (groupe)	370	358	348	342	332	La Vie	177	176	173	168	159
						VSD	219	218	211	232	206

Ne sont cités que les titres diffusés à plus de 150 000 exemplaires en 2008.

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

Source : Diffusion contrôle-OJD/DEPS

## POINTS DE VENTE DE PRESSE

	2007	2008	
	Unités	Unités	% du CA
<b>Total</b>	<b>29 651</b>	<b>29 749</b>	<b>98,8</b>
<b>Enseignes presse</b>	<b>3 059</b>	<b>3 120</b>	<b>27,2</b>
Magasins Seddif*	1 724	1 778	13,8
Kiosques	593	603	4,5
Relay**	742	739	8,9
<b>Enseignes non presse</b>	<b>2 565</b>	<b>2 726</b>	<b>13,4</b>
Rayons intégrés des GMS***	1 934	2 092	12,2
Enseignes culturelles	57	59	0,5
Distribution spécialisés PVT****	30	50	-
Supérettes sous enseignes	419	420	0,5
Pétroliers	125	105	0,2
<b>Réseau traditionnel</b>	<b>21 074</b>	<b>20 153</b>	<b>56,4</b>
Librairies-papeteries	3 452	3 131	17,5
Tabac-presse (hors bars)	8 340	8 184	24,1
Presse et connexes	1 583	1 476	6,9
Bars (dont tabacs)	6 431	6 180	7,1
Alimentation (hors supérettes)	1 268	1 182	0,8
<b>Autres</b>	<b>2 953</b>	<b>3 750</b>	<b>3,0</b>

Source : Presstalis/DEPS

Points de vente actifs et supplétifs au 31 décembre appartenant au réseau Presstalis (ex-Nouvelles messageries de la presse parisienne) et des Messageries Lyonnaises de presse.

\* Mag Presse et Maison de la presse.

\*\* Enseignes de vente de presse en zones de transport.

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

\*\*\*\* Points de vente thématiques

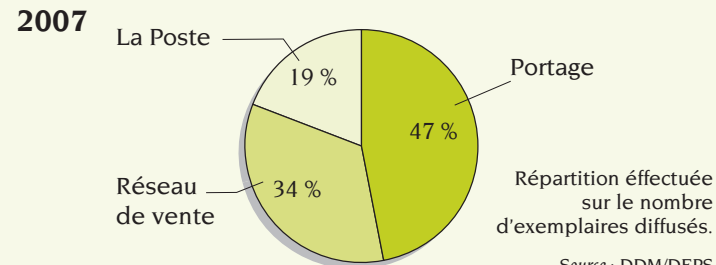
## POINTS DE VENTE DE PRESSE PAR RÉGION

2008	Unités
<b>Total</b>	<b>29 749</b>
Alsace	772
Aquitaine	1 644
Auvergne	997
Bourgogne	907
Bretagne	1 647
Centre	1 489
Champagne-Ardenne	637
Corse	194
Franche-Comté	578
Île-de-France	4 177
Languedoc-Roussillon	1 283
Limousin	528
Lorraine	957
Midi-Pyrénées	1 384
Nord – Pas-de-Calais	1 746
Basse-Normandie	909
Haute-Normandie	877
Pays de la Loire	1 944
Picardie	1 063
Poitou-Charentes	1 073
Provence-Alpes- Côte d'Azur	1 953
Rhône-Alpes	2 990

Points de vente actifs et supplétifs.

Source : Presstalis/DEPS

## RÉPARTITION DE LA DIFFUSION DE LA PRESSE ÉDITEUR



## LECTURE D'UN QUOTIDIEN

2008

Sur 100 personnes de 15 ans et plus de chaque groupe lisent :

	un quotidien payant				un quotidien gratuit d'information générale			
	Tous les jours ou presque	Une ou plusieurs fois par semaine	Plus rarement	Jamais ou pratiquement jamais	Tous les jours ou presque	Une ou plusieurs fois par semaine	Plus rarement	Jamais ou pratiquement jamais
<b>Ensemble</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>68</b>
Hommes	32	27	12	28	7	13	14	66
Femmes	26	25	15	34	5	13	12	69
15 à 19 ans	6	27	17	49	9	13	12	65
20 à 24 ans	14	31	24	32	13	17	15	55
25 à 34 ans	16	29	21	34	9	16	16	60
35 à 44 ans	22	30	14	34	6	14	14	66
45 à 54 ans	32	25	13	30	6	15	12	67
55 à 64 ans	41	24	10	26	3	12	14	70
65 ans et plus	50	20	6	24	2	8	10	80
Aucun, CEP	37	23	9	32	3	12	11	74
CAP, BEP	30	27	14	29	5	14	11	70
BEPC	29	21	17	34	6	13	13	67
Bac	31	27	14	27	7	14	14	65
Bac + 2 ou + 3	19	31	18	32	6	13	17	64
Bac + 4 et plus	29	31	16	24	10	16	20	55
Élève, étudiant	9	30	20	41	12	15	15	58
Communes rurales	34	26	12	27	2	9	9	80
Moins de 20 000 hab.	32	26	14	28	2	11	9	77
20 000 à 100 000 hab.	29	26	15	29	3	10	10	77
Plus de 100 000 hab.	27	27	13	33	8	15	16	61
Paris <i>intra-muros</i>	28	33	14	25	20	23	20	36
Reste de l'agglomération parisienne	19	23	14	43	14	20	18	48

Source : MCC/DEPS

## LECTURE RÉGULIÈRE DE MAGAZINES

2008

Sur 100 personnes de 15 ans et plus de chaque groupe :

	Lisent régulièrement* un magazine	<i>dont</i>				
		Radio télévision	Féminins, mode et généralistes	Actualités	People	Loisirs, culture
<b>Ensemble</b>	<b>59</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>11</b>
Hommes	56	18	1	10	1	16
Femmes	62	21	8	9	7	6
15 à 19 ans	52	13	2	4	5	14
20 à 24 ans	52	10	4	8	6	12
25 à 34 ans	48	13	4	5	3	12
35 à 44 ans	57	18	5	9	5	13
45 à 54 ans	59	23	4	11	4	11
55 à 64 ans	66	24	7	12	4	11
65 ans et plus	68	27	6	12	4	7
Aucun diplôme, CEP	56	24	5	6	5	6
CAP, BEP	59	23	4	6	5	11
BEPC	57	19	5	9	4	12
Bac	63	19	5	13	3	13
Bac + 2 ou + 3	63	13	6	15	2	18
Bac + 4 et plus	66	7	6	25	1	14
Élève, étudiant	56	12	3	7	6	15
Communes rurales	60	23	5	9	3	11
Moins de 20 000 hab.	60	22	4	6	5	12
20 000 à 100 000 hab.	60	20	5	10	3	11
Plus de 100 000 hab.	58	19	6	8	6	10
Paris <i>intra-muros</i>	57	5	5	25	2	11
Reste de l'agglomération parisienne	56	17	4	11	5	10

\* Au moins un numéro sur deux.

Source : MCC/DEPS

## JOURNALISTES

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

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Unités 2008
<b>Total</b>	<b>30 510</b>	<b>31 685</b>	<b>33 738</b>	<b>34 227</b>	<b>35 270</b>	<b>35 539</b>	<b>36 148</b>	<b>36 503</b>	<b>37 009</b>	<b>37 301</b>	<b>37 307</b>
Hommes	18 766	19 336	20 747	20 372	20 785	20 817	20 984	21 028	21 105	21 131	20 945
Femmes	11 744	12 349	12 991	13 855	14 485	14 722	15 164	15 475	15 904	16 170	16 362

Source : CCIJP/DEPS

### CARTES ATTRIBUÉES AU 31 DÉCEMBRE 2008

			Unités	
	Total	dont premières demandes	Hommes	Femmes
<b>Total</b>	<b>37 307</b>	<b>2 004</b>	<b>20 945</b>	<b>16 362</b>
<b>Titulaires</b>	<b>33 588</b>	<b>271</b>	<b>19 236</b>	<b>14 352</b>
Journalistes mensualisés	26 142	150	15 358	10 784
Journalistes rémunérés à la pige	5 559	121	2 734	2 825
Demandeurs d'emploi	1 342	///	688	654
Directeurs (anciens journalistes)	545	///	456	89
<b>Stagiaires</b>	<b>3 719</b>	<b>1 733</b>	<b>1 709</b>	<b>2 010</b>
Journalistes mensualisés	2 500	1 064	1 134	1 366
Journalistes rémunérés à la pige	1 219	669	575	644

Source : CCIJP/DEPS

## AIDES DIRECTES À LA PRESSE

	<i>Millions d'euros</i>				
	2005	2006	2007	2008	2009*
<b>Total</b>	<b>171,9</b>	<b>170,9</b>	<b>162,9</b>	<b>175,2</b>	<b>289,4</b>
<b>Aides à la distribution</b>	<b>86,3</b>	<b>90,7</b>	<b>94,6</b>	<b>99,0</b>	<b>185,8</b>
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale	66,0	71,5	76,0	83,0	108,4
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	8,1	7,3	7,3	5,8	5,5
Aide à l'impression décentralisée des quotidiens	0,6	0,3	0,2	-	-
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	3,3	3,3	2,8	1,9	1,9
Aide au portage de la presse	8,3	8,3	8,3	8,3	70
Aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse	///	///	///	///	27,6
<b>Aides au pluralisme</b>	<b>9,5</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>	<b>9,7</b>
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale et à faibles ressources publicitaires	6,7	7,2	7,2	7,2	7,1
Aide aux quotidiens nationaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3
<b>Aides à la modernisation</b>	<b>76,1</b>	<b>70,2</b>	<b>58,3</b>	<b>66,2</b>	<b>93,9</b>
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	38,0	31,0	20,8	26,7	24,7
Aide à la modernisation et à la distribution de la presse quotidienne nationale	6,2	8,0	8,0	12,0	11,0
Aide à la modernisation de la diffusion	3,5	3,7	2,0	2,0	13,0
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	///	0,8	0,5	0,5	20,2
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	28,4	26,7	27,0	25,0	25,0

D'après les lois de finances initiales.

\*En 2009 : lois de finances initiale et rectificative.

Non compris les abonnements de l'État à l'AFP : 107,8 millions d'euros en 2006, 109,4 millions d'euros en 2007 et 2008, 111,4 millions d'euros en 2009.

La presse écrite bénéficie, outre des aides directes ci-dessus, d'aides indirectes résultant, en particulier, de l'octroi de tarifs postaux préférentiels et d'un régime fiscal particulier (taux réduit de TVA de 2,1 %). En 2009, ces aides sont évaluées à 371 millions d'euros.

Source : MBCPPPRE/DEPS

## SOURCES ET DÉFINITIONS

Les **titres de la presse éditeur** sont enquêtés chaque année par la Direction du développement des médias (DDM) 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'activité de l'entreprise et non uniquement sur son activité de presse.

Les **points de vente de presse** sont ceux de la société Presstalis (ex-Nouvelles messageries de la presse parisienne, NMPP) ; une partie de ces commerces sont exclusivement consacrés à la vente de presse. Ils ne concernent pas les points de vente

spécifiques de la presse quotidienne régionale et départementale (50 000 à 55 000 points de vente).

Les données sur la **lecture de presse** proviennent de l'enquête sur les Pratiques culturelles des Français réalisée par le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication. Réalisée auprès de 5 004 individus et représentative des personnes âgées de 15 ans et plus résidant en France, elle s'est déroulée du 29 novembre 2007 au 10 février 2008.

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 (CCIJP) 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](http://www.ccijp.net)*

*Diffusion contrôle – OJD – [www.ojd.com](http://www.ojd.com)*

*Direction du développement des médias (DDM) – [www.ddm.gouv.fr](http://www.ddm.gouv.fr)*

*Ministère du Budget, des Comptes publics, de la Fonction publique et de la Réforme de l'État (MBCFPRE) – [www.budget.gouv.fr](http://www.budget.gouv.fr)*

*Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques – [www.culture.gouv.fr/deps](http://www.culture.gouv.fr/deps)*

*Presstalis – [www.presstalis.fr](http://www.presstalis.fr)*

## RÉFÉRENCES

- *Budget 2010*, ministère de la Culture et de la Communication, Conférence de presse de Frédéric Mitterrand, 1<sup>er</sup> octobre 2009.
- *Marché et réseau 2008*, NMPP, 2009.
- Olivier DONNAT, *les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, enquête 2008*, Paris, La Découverte/ministère de la Culture et de la Communication, 2009, [www.pratiques.culturelles.culture.gouv.fr](http://www.pratiques.culturelles.culture.gouv.fr)
- *Tableaux statistiques de la presse 2007*, Direction du développement des médias, 2009.