

CHIFFRES CLÉS 2011

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

© La documentation Française

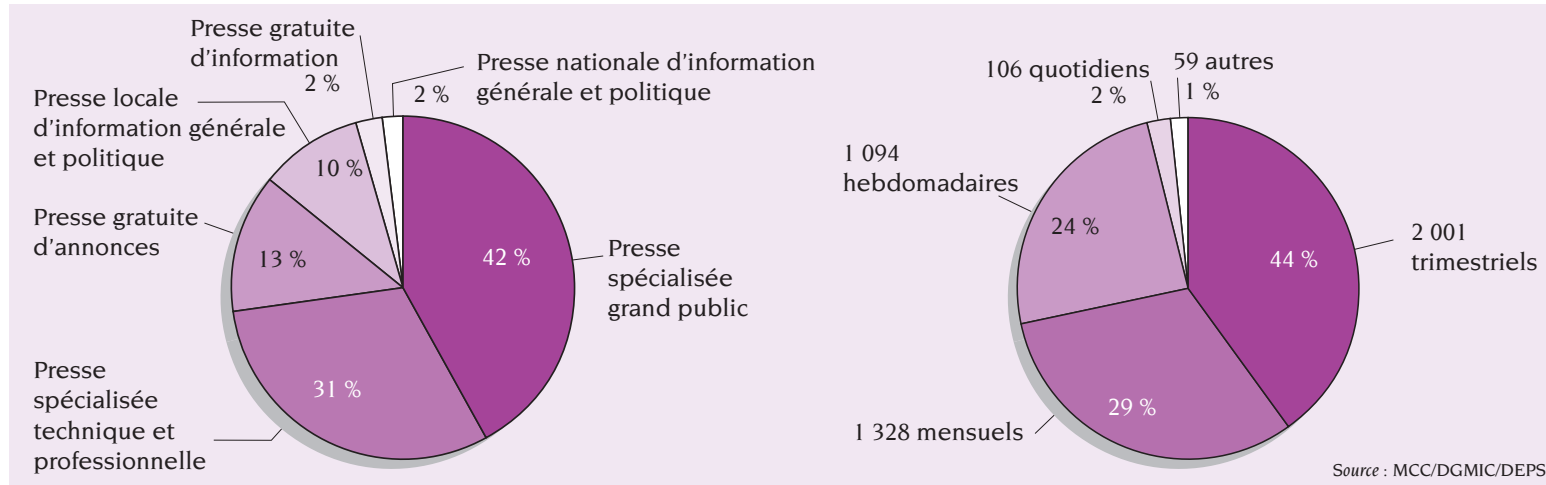
TITRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Unités
Total	3 170	3 936	4 069	4 067	4 218	4 435	4 550	4 754	4 544	4 588	
Presse nationale d'information générale et politique	75	74	77	70	75	77	76	80	80	83	
Presse locale* d'information générale et politique	422	459	445	438	445	455	463	468	461	455	
Presse gratuite d'information	///	///	///	7	11	33	46	74	90	108	
Presse spécialisée grand public	974	1 526	1 595	1 583	1 680	1 820	1 898	2 013	1 834	1 938	
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 312	1 485	1 504	1 474	1 483	1 489	1 475	1 499	1 456	1 413	
Presse gratuite d'annonces	387	392	448	495	524	561	592	620	623	591	

* À partir de 2001, les éditions du 7^e jour des quotidiens ne sont plus considérées comme des titres distincts des titres principaux.

Source : MCC/DGMIC/DEPS

RÉPARTITION DES TITRES EN 2008



Source : MCC/DGMIC/DEPS

PRESSE ÉDITEUR PAR TYPE DE PRESSE ET PÉRIODICITÉ

	Titres				Diffusion totale annuelle (Milliers d'exemplaires)	Chiffre d'affaires (Milliers d'euros)
	Total (Unités)	quotidiens (Unités)	hebdo- madares (Unités)	mensuels (Unités)		
2008						
Total	4 588	106	1 094	1 328	6 940 035	10 450 567
Presse nationale d'information générale et politique	83	10	28	21	670 160	1 450 890
Information générale et politique	30	10	5	5	458 681	882 306
Presse d'opinion	40	-	14	14	44 701	77 788
Magazine	13	-	9	2	166 778	490 796
Presse locale d'information générale et politique	455	67	329	30	2 033 784	3 097 872
Information générale et politique	344	66	265	10	2 010 127	3 001 191
Magazine	50	-	4	20	3 031	17 828
Annonces judiciaires et légales	61	1	60	-	20 626	78 854
Presse gratuite d'information	108	10	12	51	681 033	330 137
Presse spécialisée grand public	1 938	15	87	566	1 644 165	3 928 897
Journaux d'annonces	42	-	6	20	4 764	102 878
Presse culturelle	121	-	-	36	16 537	84 645
Maison et décoration	101	-	1	12	46 536	209 525
Économie	27	-	9	8	48 315	144 747
Presse féminine	139	-	6	41	202 911	607 622
Presse des jeunes	189	3	4	76	122 336	257 950
Loisirs	886	-	10	220	149 088	645 619
Presse masculine	22	-	-	8	5 947	45 470
Sport	210	11	24	86	249 385	445 299
Science et technique	27	-	-	10	13 648	57 636
Télévision-spectacle	24	-	17	3	493 804	638 529
Sensation-évasion	69	1	8	16	194 785	372 312
Famille-société	81	-	2	30	96 109	316 667

PRESSE ÉDITEUR PAR TYPE DE PRESSE ET PÉRIODICITÉ (SUITE)

	Titres				Diffusion totale annuelle (Milliers d'exemplaires)	Chiffre d'affaires (Milliers d'euros)
	Total (Unités)	quotidiens (Unités)	hebdo- madaires (Unités)	mensuels (Unités)		
2008						
Presse spécialisée technique et professionnelle	1 413	4	143	567	171 062	956 300
Presse agricole	145	-	72	51	37 470	120 532
Bâtiment-travaux publics	64	-	4	28	8 565	101 879
Commerce	68	-	2	41	6 469	44 542
Presse médicale	375	1	11	114	35 819	158 047
Biens d'équipements	35	-	4	14	3 188	24 023
Finances-activité boursière	18	-	3	4	1 935	17 985
Agroalimentaire	30	1	2	14	2 896	15 725
Biens intermédiaires	26	-	-	9	374	7 612
Locations-crédit-bail-immobilier	17	-	1	13	1 478	9 554
Services marchands	369	1	32	181	57 744	330 421
Services non marchands	180	-	4	61	7 540	65 712
Production-distribution d'énergie	9	-	-	1	140	1 360
Assurance	12	-	1	5	1 145	9 501
Transport et télécommunications	28	1	4	17	3 240	25 124
Biens de consommation	37	-	3	14	3 058	24 282
Presse gratuite d'annonces	591	-	495	93	1 739 831	686 471

Source : MCC/DGMIC/DEPS

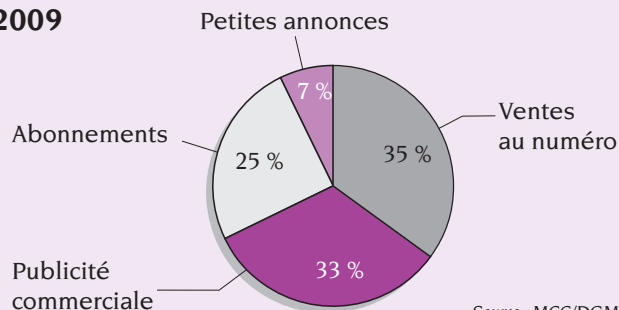
RÉPARTITION DE LA DIFFUSION DE LA PRESSE ÉDITEUR

2008	Diffusion totale annuelle (Millions d'exemplaires)	Vente au numéro %	Vente par abonnements %	Services gratuits %	Diffusion totale %	Invendus %
Total de la presse	6 940	28,2	25,4	31,9	85,5	14,5
<i>dont</i> quotidienne	3 141	35,1	33,6	17,9	86,7	13,3
Nationale d'information générale et politique	670	41,8	32,9	2,0	76,7	23,3
<i>dont</i> quotidienne	429	45,0	28,4	2,5	75,9	24,1
Locale d'information générale et politique	2 034	39,7	45,6	2,8	88,2	11,8
<i>dont</i> quotidienne	1 902	39,6	46,5	2,6	88,6	11,4
Gratuite d'information	681	-	-	99,0	99,0	1,0
<i>dont</i> quotidienne	556	-	-	99,9	99,9	0,1
Spécialisée grand public	1 644	43,1	25,9	1,8	70,9	29,1
<i>dont</i> quotidienne	233	50,4	14,3	4,8	69,5	30,5
Spécialisée, technique et professionnelle	171	4,1	62,2	23,9	90,2	9,8
<i>dont</i> quotidienne	21	0,2	63,4	34,2	97,7	2,3
Gratuite d'annonces	1 740	-	-	99,0	99,0	1,0
<i>dont</i> quotidienne	-	-	-	-	-	-

Source : MCC/DGMIC/DEPS

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE ÉDITEUR

p2009



Source : MCC/DGMIC/DEPS

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE ÉDITEUR PAR GRANDE CATÉGORIE DE PRESSE

	Milliards d'euros			
	2006	2007	2008	p2009
Total de la presse	10,66	10,86	10,45	9,65
Nationale d'information générale et politique	1,45	1,48	1,45	1,34
Locale d'information générale et politique	3,06	3,07	3,10	2,97
Gratuite d'information	0,14	0,28	0,33	0,32
Spécialisée grand public	4,14	4,00	3,93	3,69
Spécialisée, technique et professionnelle	1,05	1,06	0,96	0,86
Gratuite d'annonces	0,82	0,90	0,69	0,48

Source : MCC/DGMIC/DEPS

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

						Milliers d'unités					
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009	
Quotidiens nationaux											
<i>Le Parisien + Aujourd'hui en France</i>	506	518	534	525	499	<i>L'Est Républicain</i>	202	198	195	193	193
<i>Le Figaro</i>	342	338	344	337	331	<i>La Dépêche du Midi (semaine)</i>	200	197	198	197	191
<i>Le Monde</i>	367	355	359	340	323	<i>Les Dernières nouvelles d'Alsace</i>	192	187	183	180	179
<i>L'Équipe (édition générale)</i>	355	365	337	324	315						
Quotidiens régionaux											
<i>Ouest-France</i>	781	782	794	794	796	<i>Paris-Match</i>	721	684	736	716	688
<i>Sud-Ouest</i>	322	319	319	315	315	<i>L'Express</i>	547	547	568	568	546
<i>La Voix du Nord</i>	301	296	292	289	282	<i>Le Nouvel Observateur</i>	543	543	542	543	531
<i>Le Dauphiné Libéré</i>	253	249	250	247	242	<i>Figaro Magazine</i>	468	464	467	458	444
<i>Le Progrès</i>	239	232	228	224	218	<i>Le Point</i>	397	409	444	444	435
<i>Le Télégramme</i>	204	206	208	209	209	<i>Le Journal du dimanche</i>	268	265	269	267	268
<i>La Nouvelle République du Centre-Ouest</i>	231	225	217	213	205	<i>Pèlerin</i>	300	287	276	262	247
<i>La Montagne</i>	206	201	199	200	198	<i>Courrier international</i>	203	209	212	222	218
						<i>VSD</i>	218	211	232	206	162

Ne sont cités que les titres diffusés à plus de 150 000 exemplaires en 2009.

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
Total	29 651	29 749	98,8
Enseignes presse	3 059	3 120	27,2
Magasins Seddif*	1 724	1 778	13,8
Kiosques	593	603	4,5
Relay**	742	739	8,9
Enseignes non presse	2 565	2 726	13,4
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
Réseau traditionnel	21 074	20 153	56,4
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
Autres	2 953	3 750	3,0

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.

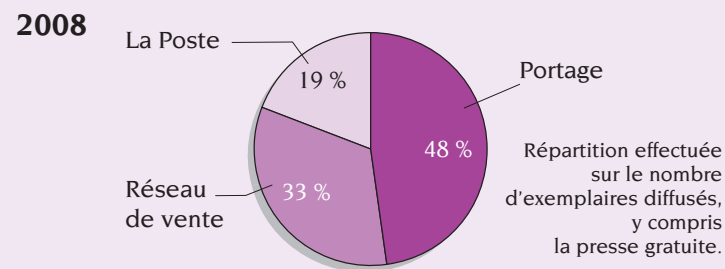
POINTS DE VENTE DE PRESSE PAR RÉGION

2008		Unités
Total	29 749	
Alsace	772	Limousin 528
Aquitaine	1 644	Lorraine 957
Auvergne	997	Midi-Pyrénées 1 384
Bourgogne	907	Nord – Pas-de-Calais 1 746
Bretagne	1 647	Basse-Normandie 909
Centre	1 489	Haute-Normandie 877
Champagne-Ardenne	637	Pays de la Loire 1 944
Corse	194	Picardie 1 063
Franche-Comté	578	Poitou-Charentes 1 073
Île-de-France	4 177	Provence-Alpes- Côte d'Azur 1 953
Languedoc-Roussillon	1 283	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
Ensemble	29	26	14	31	6	13	13	68
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

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
Ensemble	59	20	5	9	4	11
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

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Unités 2009
Total	31 685	33 738	34 227	35 270	35 539	36 148	36 503	37 009	37 301	37 307	37 390
Hommes	19 336	20 747	20 372	20 785	20 817	20 984	21 028	21 105	21 131	20 945	20 773
Femmes	12 349	12 991	13 855	14 485	14 722	15 164	15 475	15 904	16 170	16 362	16 617

Source : CCIJP/DEPS

CARTES ATTRIBUÉES AU 31 DÉCEMBRE 2009

	Total		Unités	
	Total	dont premières demandes	Hommes	Femmes
Total	37 390	2 024	20 773	16 617
Titulaires	33 672	209	19 113	14 559
Journalistes mensualisés	25 958	125	15 114	10 844
Journalistes rémunérés à la pige	5 745	84	2 814	2 931
Demandeurs d'emploi	1 416	///	726	690
Directeurs (anciens journalistes)	553	///	459	94
Stagiaires	3 718	1 815	1 660	2 058
Journalistes mensualisés	2 196	901	988	1 208
Journalistes rémunérés à la pige	1 522	914	672	850

Source : CCIJP/DEPS

AIDES DIRECTES À LA PRESSE

	<i>Millions d'euros</i>			
	r2008	r2009	2010	2011
Total	170,1	167,7	304,4	305,1
Aides à la diffusion				
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale	83,0	83,0	111,0	109,5
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	5,8	5,5	5,8	5,5
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	1,9	1,9	1,9	1,9
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1,4	1,4	///	///
Aide au portage de la presse	8,2	8,3	70,0	67,9
Exonération de charges patronales pour les vendeurs colporteurs et porteurs de presse	///	///	12,0	14,0
Aides au pluralisme				
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale et à faibles ressources publicitaires	7,2	7,1	9,2	9,2
Aide aux quotidiens nationaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1,4	1,3	1,4	1,4
Aide à la presse hebdomadaire régionale	///	1,3	1,4	1,4
Aides à la modernisation				
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	26,7	24,7	22,7	27,6
Aide à la modernisation et à la distribution de la presse quotidienne nationale	12,0	11,0	12,0	18,0
Aide à la modernisation de la diffusion	2,0	1,7	11,8	10,7
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	0,5	0,5	20,2	18,0
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	20,0	20,0	25,0	20,0

D'après les lois de finances initiales (LFI, crédits de paiement) et projet de loi de finances (PLF) pour 2011.

Non compris les abonnements de l'État à l'Agence France Presse (AFP) : 113,4 millions d'euros en 2010 et 115,4 millions d'euros en 2011.

Source : MBCFPRE/DEPS

POUR
EN
SAVOIR
PLUS

SOURCES ET DÉFINITIONS

Les **titres de la presse éditeur** sont enquêtés chaque année par la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), sous-direction de la presse écrite et des métiers de l'information du ministère de la Culture et de la Communication 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 abonnement, 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.

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 caractéristiques socio-démographiques 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. Menée 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 du programme Médias : Presse, livre et industries culturelles.

*Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) – www.ccijp.net
Diffusion contrôle – OJD – www.ojd.com
Ministère du Budget, des Comptes publics, de la Fonction publique et de la Réforme de l'État (MBCPPRE) – www.budget.gouv.fr
Ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) – www.ddm.gouv.fr
Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques – www.culture.gouv.fr/deps
Presstalis – www.presstalis.fr*

RÉFÉRENCES

- *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.culture.gouv.fr
- *Tableaux statistiques de la presse (TSP) chiffres* 2008, ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale des médias et des industries culturelles, 2010.