

# LA PRESSE VA TOUJOURS BIEN!

LE 6 AVRIL 2011 ERWANN GAUCHER

La presse quotidienne française va mal ? Mais non, au contraire elle va très bien, regardez les derniers résultats d'audience, les chiffres sont bons ! Mais ils sont aussi à prendre avec des pincettes.

C'est toujours une grande tentation pour tous les malades : trafiquer le thermomètre pour (avoir l'impression de) se porter mieux. Et la presse écrite made in France n'est pas la dernière à succomber à cette tentation. Pour s'en convaincre, il suffit de regarder **les chiffres 2010 de l'étude EPIC** qui, chaque année, mesure l'audience des quotidiens de l'hexagone.

Comme tout le monde, je l'ai parcouru rapidement, mais c'est une phrase en particulier qui m'a interpellé : " Près d'un Français sur deux lit chaque jour un quotidien. L'audience de la presse quotidienne se maintient à un haut niveau ". C'est à n'y rien comprendre... La presse quotidienne va bien ? Un Français sur deux lit chaque jour un quotidien ? Celles et ceux qui expliquent que la presse quotidienne va mal se seraient donc gravement trompés ? Diantre, regardons cela de plus près ce fameux thermomètre.

Et attention, là, on n'est pas dans le thermomètre de grand-maman, qui se baserait seulement sur le nombre d'exemplaires vendus de chaque journaux pour en connaître la véritable diffusion. On est dans le méthodique, le pointu, puisque ce ne sont pas moins de 25 779 interviews qui ont été réalisées par téléphone pour mesurer précisément, presque scientifiquement, l'audience des quotidiens nationaux et régionaux, des quotidiens urbains et gratuits, de la presse hebdo régionale, des quotidiens hippiques et des quotidiens du 7è jour. Le tout est ensuite compilé, exploité, pondéré pour un résultat chaque année semblable ou presque : la presse écrite se porte beaucoup mieux qu'on ne le dit. Et les résultats de l'étude 2010 ne dérogent pas à la règle, la preuve :

	Nombre de lecteurs (000)	Evolution Court terme vs 09/10	Evolution Moyen terme vs 2009
<b>Total Presse Quotidienne</b>	<b>23.421</b>	<b>-0.1% *</b>	<b>-0.3% *</b>
Quotidiens Régionaux	17.184	+0.3%	+0.0%
Quotidiens Nationaux	8.282	-0.4%	+0.6%
Quotidiens Urbains Gratuits*	4.281	-1,1% *	=
Hebdomadaires Régionaux	6.639	+2.9%	+5.1%

Source EPIQ 2010, nombre de lecteurs au moins un titre / famille  
\*à univers constant suite au changement de périmètre de la PQUG

La presse quotidienne en général va donc beaucoup mieux qu'on ne le dit ici ou là puisqu'elle affiche une santé globale très stable : -0,1% et que ses différentes familles se portent bien. Elle reste même un rendez-vous incontournable pour presque la moitié de la population puisque " plus de 23 millions de personne, soit 46,3% des Français de 15 ans et plus lisent au moins un titre de presse quotidienne" nous explique-t-on. Les Cassandre de tout poil qui annoncent un peu partout la mort du papier, ou tout au moins sa très mauvaise santé, sont donc priés de se taire. " Tout va très bien, madame la marquise ", aurait-on sans doute chanté en d'autres temps pour présenter cette étude...



**Tout va très bien, madame la marquise, tout va très bien pour les quotidiens français**



Il faut dire que pour en arriver à de tels résultats, les éditeurs et les sondeurs en charge de l'enquête ne ménagent pas leur peine. Chaque année, ce sont des dizaines de réunions, des centaines de mails qui sont échangés entre les représentants de chaque famille de presse pour négocier pied à pied la sensibilité des différents curseurs. Avec un objectif commun : présenter un bilan de santé le plus flatteur possible aux annonceurs. Car ces derniers, on le sait, n'investissent leur publicité que dans les médias qui vont bien, qui se développent, qui voient le nombre de leurs lecteurs augmenter. Quitte pour cela, à réussir de véritables exploits en termes d'acrobaties statistiques. Car pour les non-initiés pourraient s'étonner des chiffres. Cette fameuse presse quotidienne par exemple, qui affiche une stabilité rassurante (pour les annonceurs) avec une audience qui ne recule que de 0,1% en 2010. Chiffre pour le moins étonnant lorsque l'on regarde les diffusions officielles (**OJD**) des mêmes journaux.

Si l'on cumule les ventes totales des quotidiens nationaux, quel résultat trouve-t-on ?

	2009	2010
<b>Aujourd'hui en France</b>	187 786	173 576
<b>La croix</b>	103 738	106 151
<b>Les Echos</b>	127 361	120 444
<b>Le Figaro</b>	331 022	330 237
<b>L'humanité</b>	52 456	51 010
<b>Libération</b>	117 547	118 785
<b>Le Monde</b>	323 039	319 022
<b>La Tribune</b>	74 198	79 164
<b>Diffusion totale</b>	1 317 1471	298 389

Soit 18 758 exemplaires vendus en moins en 2010 par rapport à 2009, un recul de 1,5%... C'est nettement plus que les -0,1% affichés par l'étude ça... Normal me direz-vous, vous oubliez des titres comme **L'Equipe** ! Oui, mais la diffusion du quotidien sportif affiche elle aussi un recul de -0,3% en 2010. Alors, quel est le vrai secret de cette bonne santé ? Les gratuits notamment, qui pour la bonne cause d'une diffusion de la famille sont intégrés dans la grande famille des quotidiens nationaux depuis 2005 : **20 Minutes**, **Direct Matin** (édition nationale), **Métro**. Le **Journal du Dimanche**, ce quotidien qui sort une fois par semaine (oui, c'est un nouveau rythme de quotidien) fait lui aussi partie de la grande famille, option "quotidien du 7è jour", même si lui ne paraît pas les six autres jours de la semaine.

On pourrait s'étonner de voir les éditeurs de presse payante, qui n'ont de cesse d'expliquer que sur le web l'info gratuite est un suicide, accueillir les gratuits à bras ouverts dans les études d'audience. L'info gratuite, c'est sale uniquement quand c'est sur le web, c'est ça ?



***L'info gratuite c'est l'ennemi absolu sur le web, mais on intègre les journaux gratuits dans les études d'audience sans problème...***



C'est que voyez-vous, les quotidiens ne peuvent plus se montrer trop regardant sur celles et ceux qu'ils invitent à leur table. Car si la corrélation entre la diffusion payée et l'audience n'est pas automatique, la chute régulière et répétée des ventes finit malgré tout par se faire sentir dans les études. Du coup, il faut ratisser large pour faire malgré tout bonne figure et même les journaux hippiques tels que **Bilto**, **Tiercé Magazine** ou **Paris Turf** peuvent être de la fête ! Et il fallait bien cela pour diffuser des résultats présentables car du côté des quotidiens nationaux traditionnels, *ceux-qui-paraissent-tous-les-jours-sont-généralistes-et-payants*, on affiche une audience en berne de -2,7%

## **L'audience des journaux, c'est digne des meilleurs tours de Garcimore !**

Mais il faut d'abord rappeler un distinguo important. Ici, monsieur, on ne parle pas simplement d'exemplaires vendus, on n'est pas de vulgaires boutiquiers. Non, ici, on parle d'audience, concept plus flou et qui a surtout l'avantage de laisser une marge de manœuvre beaucoup plus importante. L'audience, qu'est-ce donc ? Le nombre de personnes qui lisent chaque exemplaire vendu ? Plus seulement, soyons généreux et larges en inventant "

l'audience de moins de 8 jours" pour les quotidiens, soit le " Nombre de personnes en contact chaque semaine avec la marque au travers du quotidien, de son site Internet ou d'un supplément ". Prière de ne pas rire et même de savourer à sa juste valeur cette définition jésuitique au possible : "en contact avec la marque" ... Avec un tel filet, ce serait un comble de ne pas pêcher un maximum de poissons en effet.

#### Méthodologie

L'étude EPIQ permet de mesurer la puissance des marques de presse quotidienne. L'indicateur "Brand" recense tous les individus ayant eu, au cours de la semaine, au moins un contact avec la marque, que ce soit par la lecture du quotidien, de son édition du 7<sup>ème</sup> jour, de ses suppléments magazines hebdomadaires ou de la consultation de son site Internet éditorial (à l'exclusion des autres sites).

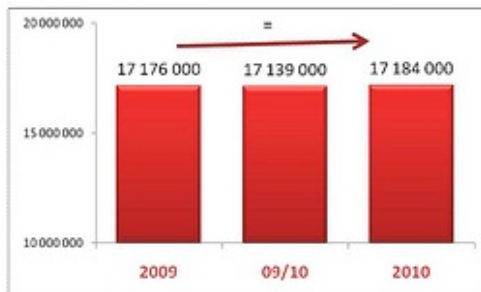
Cette audience permet décidément de faire des choses fantastiques ! On se croirait presque dans un numéro du regretté Garcimore. Ainsi les quotidiens régionaux affichent-ils une santé insolente en 2010 : +0,3% Un chiffre d'autant plus méritoire que dans le même temps, le nombre d'exemplaires vendus est, lui, en recul. En 2009, selon l'OJD, les quotidiens régionaux ont vendu chaque jour 5 221 377 exemplaires. En 2010? 5 112 247 exemplaires. Soit -2% en somme. Un résultat qui n'a rien de honteux, mais qui grâce à l'habileté scientifique de l'étude d'audience se change en +0,3% Elle n'est pas belle la vie ?



**Moins de journaux vendus qu'en 2009, mais une audience en hausse...  
Elle est pas belle la vie avec les études d'audience ?**



### Grande stabilité de la Presse Quotidienne Régionale



Source : EPIQ Lecteurs LNM d'au moins 1 quotidien régional en milliers

Avec une progression de +0.3% par rapport à la vague d'enquête précédente, la Presse Quotidienne Régionale<sup>1</sup> maintient son niveau d'il y a un an. En 2010, 17.2 millions de personnes en France lisent un quotidien régional en moyenne chaque jour soit plus du tiers (34%) des Français.

Les éditions du 7<sup>ème</sup> jour des quotidiens régionaux sont lues chaque semaine par 13,7 millions de personnes soit plus du quart (27.2%) de la population, chiffre totalement stable.

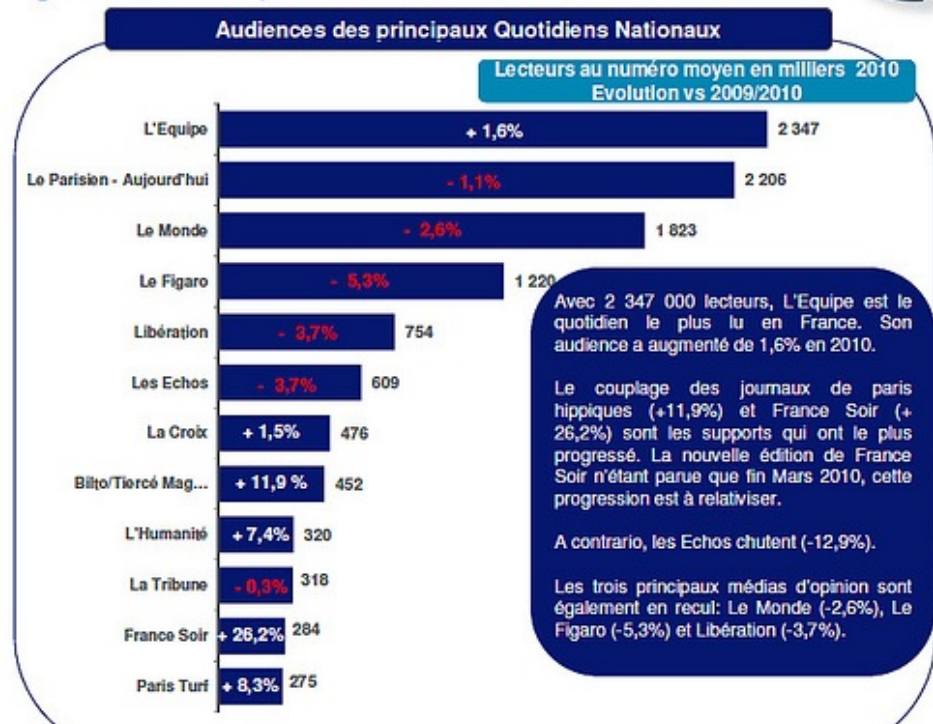
Quant à savoir exactement comment se calcule le ratio entre exemplaires vendus et audience officielle, chut, on ne demande pas ses "trucs" à un magicien. Du coup, celui qui essaye de comprendre par lui-même n'y retrouvera pas ses petits. Exemple avec les quotidiens nationaux :

	2010	Lecteurs 2010 selon étude EPIC	Ratio
<b>Aujourd'hui en France</b>	173 576		
<b>La croix</b>	106 151 476 000		4,4
<b>Les Echos</b>	120 444 609 000		5
<b>Le Figaro</b>	330 237 122 000		3,7
<b>L'humanité</b>	51 010 320 000		6,2
<b>Libération</b>	118 785 754 000		6,3
<b>Le Monde</b>	319 022 182 000		5,7
<b>La Tribune</b>	79 164 318 000		4

Pourquoi cette différence ? Les journaux n'ont pas le même lectorat c'est bien connu ! Rien d'étonnant à considérer que le lecteur de **L'Huma** est intrinsèquement plus partageur, tradition communiste oblige : plus de 6 lecteurs par journal vendu. Le lecteur du **Figaro**, suppôt du capitalisme libéral, est forcément pingre et individualiste. La preuve, il ne prête son exemplaire qu'à 3,7 personnes en moyenne.

Et que dire de L'Equipe qui réussit l'exploit d'avoir plus de lecteurs en 2010 (+1,6% selon l'étude) avec moins de journaux vendus (-0,3% selon l'OJD) ?

# 20 Minutes reste le plus lu avec près de 2,8 millions de lecteurs



	Audience marque moins de 8 jours		Evol. Vs 2009	Apport d'audience suppléments + web
	Milliers	Pén %*		
Ensemble Presse Quotidienne	38089	753	+0.2%	10.2%
Presse Quotidienne Régionale **	31238	618	=	12.2%
Presse Quotidienne Nationale	20005	396	+5.3%	27.7%
La Croix	971	19	+13.2%	13.8%
Les Echos	2087	41	-11.3%	41.2%
L'Equipe	8351	165	+6.1%	40.2%
Le Figaro	5600	111	+3.3%	73.8%
France Soir	1135	22	+17.0%	42.1%
L'Humanité	1135	22	+2.9%	42.1%
Libération	3189	63	+3.9%	50.1%
Le Monde	7325	145	+7.7%	53.9%
Le Parisien Aujourd'hui	5289	105	+3.7%	27.8%
La Tribune	1331	26	-10.0%	48.4%
Paris Turf	758	15	+3.4%	19.0%
Bitto/Paris Courses/Week-end/Tiercé Magazine	1113	22	+3.0%	12.1%
Le Journal du Dimanche	1552	31	-4.3%	30.6%
Presse Quotidienne Urbaine Gratuite **	7284	144	+0.3%	10.0%
Metro	4735	94	+0.1%	2.3%
Direct Matin national	3471	69	+7.0%	2.2%
20 Minutes	5621	111	+5.2%	13.8%

La conclusion ? On vous l'a déjà dit : ça va mieux que si ça allait plus mal. La presse quotidienne " se porte comme un charme " nous assure même l'agence **Mymédias** dans sa synthèse de l'audience EPIC. Tout cela n'est finalement qu'une question de dosage, comme l'anesthésie. Quand on en injecte trop, on ne se réveille pas toujours à temps.

>> Article publié initialement sur **Cross Media Consulting**

>> Photo Flickr CC **Hamed Saber**

**FABIEN**

le 6 avril 2011 - 11:07 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Bien que je sois d'accord sur le principe, qu'ils veulent gonfler leurs chiffres et que le secteur se porte mal, n'est-il pas légitime de chercher à prendre en compte les nouvelles formes de presse, numérique notamment ? Ce sont tout de même des lecteurs !*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MARC**

le 6 avril 2011 - 13:10 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Ce sont des lecteurs, certes, mais les supports d'annonce ne sont pas les mêmes...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

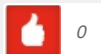
**WILNOCK**

le 9 avril 2011 - 18:00 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*J'attends l'année prochaine: 100% des journaux distribue, ont été imprimés*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**ZYZY**

le 11 mai 2011 - 9:57 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Ce qui me réjouit, c'est la progression de France Soir, le seul quotidien généraliste qui ne soit pas de gauche en dehors du Figaro (bien timoré de nos jours hors chronique de Rioufol et courrier des lecteurs).*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE