

Paris, le 26 juillet 2011

## L'Argus de la Presse analyse le marché de la presse

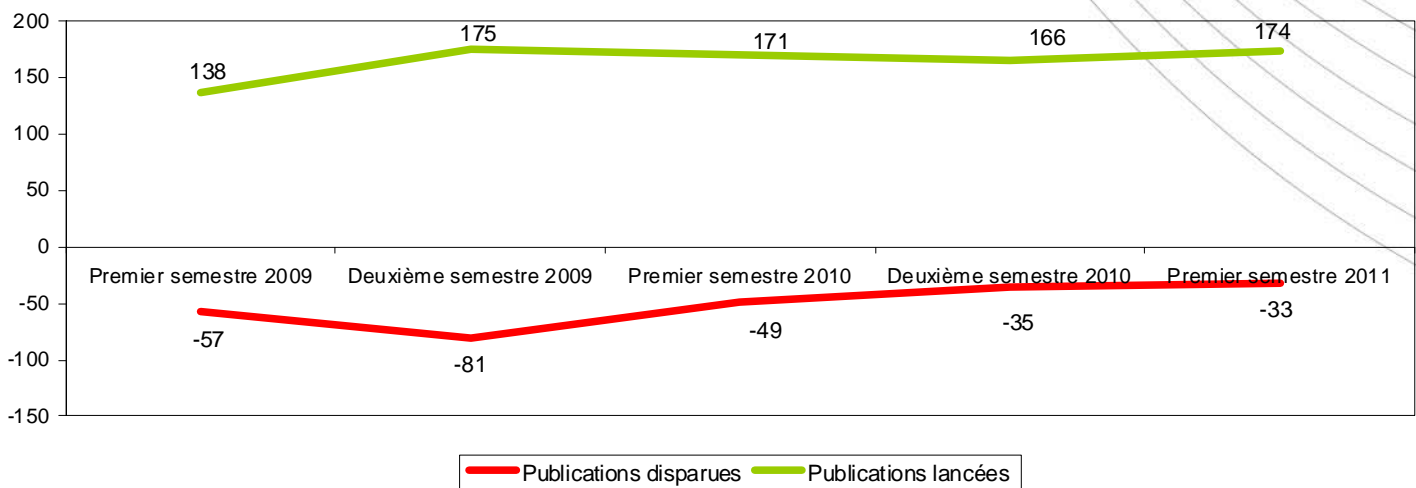
L'Argus de la presse, partenaire des professionnels de la communication et du marketing, analyse le dynamisme de la presse en France, au regard des lancements de publications et des fins de parutions constatés depuis janvier 2009.

« La quasi stabilité du nombre de publications lancées depuis janvier 2009 porte à croire que le marché de la presse a trouvé son rythme de croisière. En effet, depuis 2009, le nombre de publications lancées se maintient au-dessus des 160 titres par semestre et le nombre de publications cessées reste dans une tendance baissière, ne dépassant pas les 50 titres.

Peut-on en conclure que les difficultés rencontrées fin 2008 sont clairement surmontées ?

La persistance des éditeurs à vouloir investir dans le média magazine illustre combien ils croient en l'avenir du marché de la presse. Toutefois, si le solde entre les lancements de titres et les disparitions reste positif, le dynamisme du marché de la presse est aujourd'hui en retrait par rapport à la période avant-crise. En effet, au premier semestre 2008, près 383 publications avaient été lancées, soit le double du volume aujourd'hui constaté.

Le marché de la presse a effectivement surmonté ses difficultés mais a dû, pour ce faire, reconsidérer ses ambitions et revoir à la baisse ses parts de marché. C'est aujourd'hui un marché qui a appris à composer avec l'offre proposée par les autres médias mais également avec la diversité des modes de consommation de l'information », souligne Leïla LEVEQUE, Responsable de l'Expertise Média à l'Argus de la presse.



**55 000**  
JOURNALISTES

BLOGUEURS **3 500**

**6 000**  
SITES WEB

**42 000**  
PANORAMAS DE PRESSE

**11 000**  
PUBLICATIONS

**5 800 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS

RADIO-TV **200**

**420 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS  
ANALYSÉES

**100%**  
CULTURE RP

**280 000**  
CONNECTIONS / AN

**37 000 000**  
D'INTERNAUTES EN FRANCE

• **Début 2011, le marché de la presse trouve son rythme de croisière**

Ce premier semestre 2011 est marqué par la quasi stabilité du nombre deancements (+174) et du nombre de titres cessés (-33), par rapport au second semestre 2010. De manière comparable aux semestres précédents, le ratio de publications créées et disparues reste largement positif (+141 titres), avec un niveau de publications cessées toujours maintenu à la baisse.

Déjà dynamique le semestre précédent, la presse jeunesse arrive en tête desancements de ce début 2011, avec 18 nouveaux magazines, dont Popobe Star (Editions de Tournon), Hello Kitty mon amie (Turbulences presse) et Antoine le pilote (Editions Hommell). Les magazines culturels se placent en seconde position, avec 15ancements, parmi lesquels Bretagne Histoire et Culture (Euro services Internet), Cinéma Teaser (36 15 éditions) et Paris Tonkar (SCTT) ... La saturation du marché des magazines féminins ne s'est toujours pas produite et la catégorie figure ce semestre en 3<sup>e</sup> position du nombre de titres lancés. Dans cette catégorie, la tendance est actuellement à la simplicité (Eclectique - BPM), à l'ethnique (Divas - BDAA) ou enfin au loisir (Point de croix tradition, Quilt Country, etc.) Délaissés les semestres précédents, les magazines de gastronomie reviennent en grande pompe, soutenus par les émissions culinaires très en vogue à la télévision. 4<sup>e</sup> du classement, cette catégorie comptabilise 13ancements ce semestre, parmi lesquels Cuisiner avec les stars (SARL W13 Publications), Yam (éditions Laymon) et Grand seigneur (SAS Ideoclean), le trimestriel cuisine et vin du magazine Technikart ...

Coté disparition, même si le volume reste faible, l'éventail des catégories de presse touchées reste large (actualité générale, arts, loisirs, sport, etc). Ce semestre est marqué par les disparitions de magazines pourtant bien installés dans le paysage français mais qui semble-t-il n'ont pas réussi à surmonter leurs difficultés financières. Tribune Juive (éditions Tribune Juive), mensuel lancé il y a plus de 40 ans, a tiré sa révérence, tout comme Vivre en Val d'Oise (Editions du Valhermeil), magazine dédié au patrimoine culturel du département, qui fût lancé en 1990.

**Méthodologie**

Ont été considérées dans cette étude les publications disponibles en format « papier », destinées au grand public et vendues en kiosque. De ce fait ont été exclues les publications uniquement diffusées sur Internet, les Hors-séries, les numéros spéciaux, les suppléments, les guides, etc. proposés par des titres déjà existants. De même, les publications éditées par les municipalités ou autres institutions publiques qui ne bénéficient pas d'un numéro de commission paritaire et de ce fait ne s'inscrivent pas dans le sens de la loi de 1881, ont été ignorées.

Pour assurer la cohérence de ces indicateurs, les lettres professionnelles ont également été écartées en raison de leur modèle économique qui ne peut être comparé à celui de la presse grand public (absence éventuelle de publicité, bénéfices calculés sur la vente par abonnement et autres services). Pour ces mêmes raisons, les publications distribuées gratuitement ont été retirées.

**55 000**  
JOURNALISTES

**42 000**  
PANORAMAS DE PRESSE

**280 000**  
CONNECTIONS / AN

BLOGUEURS **3 500**

**11 000**  
PUBLICATIONS

RADIO-TV **200**

**100%**  
CULTURE RP

**6 000**  
SITES WEB

**5 800 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS

**420 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS  
ANALYSÉES

**37 000 000**  
D'INTERNAUTES EN FRANCE



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**55 000**  
JOURNALISTES

BLOGUEURS **3 500**

**6 000**  
SITES WEB

**42 000**  
PANORAMAS DE PRESSE

**11 000**  
PUBLICATIONS

**5 800 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS

RADIO-TV **200**

**420 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS  
ANALYSÉES

**280 000**  
CONNECTIONS / AN

**100%**  
CULTURE RP

**37 000 000**  
D'INTERNAUTES EN FRANCE





## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### A PROPOS DE L'ARGUS DE LA PRESSE

[www.argus-presse.fr](http://www.argus-presse.fr)

L'Argus de la presse, partenaire privilégié de 10 000 Agences de communication et Entreprises de tous secteurs d'activité, est devenu l'un des tous premiers acteurs des relations presse.

Dirigé par Alexis DONOT depuis 2008, la société affiche un chiffre d'affaires de 38 millions d'euros en 2010 et compte 450 collaborateurs.

L'Argus de la presse accompagne les entreprises dans leur volonté de s'informer sur leur présence et leur image dans les médias, de comprendre leur environnement médiatique et de piloter leurs campagnes de communication.

**De l'identification des relais d'influence à la maîtrise de leur empreinte médiatique, l'Argus de la presse propose une gamme complète de services accessible depuis le portail Argus Médias :**

#### VEILLE

Pour maîtriser les enjeux de votre médiatisation et les informations stratégiques de votre marché

#### OBSERVATOIRE RP

Pour valoriser la dimension stratégique des RP



#### ÉTUDES MÉDIAS

Pour mesurer votre visibilité dans les médias et identifier vos problématiques d'image

#### E-RÉPUTATION

Pour contrôler votre image et votre notoriété sur les nouveaux médias : blogs, forums, médias sociaux



#### PANORAMA PRESSE

Pour repérer rapidement le contexte de votre médiatisation

#### CONTACTS MÉDIAS

Pour développer votre réseau de journalistes et augmenter votre visibilité

### CONTACTS PRESSE

Alexia MOROT - Chargée de communication  
01 49 25 72 66 - alexia.morot@argus-presse.fr

Nicolas JAUNET - Responsable Marketing & Communication  
01 49 25 70 14 - nicolas.jaunet@argus-presse.fr

**55 000**  
JOURNALISTES

**42 000**  
PANORAMAS DE PRESSE

**280 000**  
CONNECTIONS / AN

BLOGUEURS **3 500**

**11 000**  
PUBLICATIONS

RADIO-TV **200**

**100%**  
CULTURE RP

**6 000**  
SITES WEB

**5 800 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS

**420 000**  
RETOMBÉES MÉDIAS  
ANALYSÉES

**37 000 000**  
D'INTERNUTES EN FRANCE