

Veille

Distribution

Les ventes au numéro de la presse en baisse de 4,4% en 2014

« Il me semble que notre profession commence à sortir de la crise ». Daniel Panetto, président de l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP), a fait preuve, le 11 février, à l'occasion du 42^{ème} congrès du syndicat, d'une certaine forme d'optimisme. Certes, le volume d'affaires de la presse vendue dans le réseau de distribution a encore baissé de 4,4% en 2014, « mais le recul était de 8% en 2013, rappelle-t-il. Peut-être s'approche-t-on des seuils de résistance du marché ».

Toutes les familles de presse ne sont pas logées à la même enseigne

L'analyse des chiffres communiqués par l'UNDP montre des évolutions assez différentes selon les familles de la presse, y compris au sein de certaines d'entre elles. Un exemple : si la presse quotidienne nationale affiche un recul de 3,3% de son volume d'affaires, les quotidiens d'information politique et générale s'en sortent un peu mieux (-2,7%). « Le segment est pénalisé par les difficultés de la presse hippique », souligne Daniel Panetto. De son côté, la presse magazine recule de 4,4%. Quant aux encyclopédies, ils perdent encore 6% de leur volume d'affaires, mais la baisse atteignait encore 25% en 2013.

950 points de vente de moins

Plus inquiétant, la baisse du nombre de points de vente de presse s'est accentuée en 2014. Selon Presstalis, le réseau comptait 25 866 points de vente actifs le 31 décembre, soit 950 de moins qu'en 2013. L'ensemble des segments recule, mais certains s'en sortent mieux : les enseignes non presse (enseignes culturelles, rayons, supérettes et les pétroliers) sont quasiment stables, avec notamment le segment des rayons intégrés d'hypermarchés en légère progression (+11). De leur côté, les enseignes presse (Relay, Maison de la presse, Mag presse et les kiosques) reculent de 2,5%. « C'est préoccupant, reconnaît Daniel Panetto, mais les spécialistes semblent mieux résister ». Certainement l'effet du plan de rémunération accordé par l'ensemble des acteurs du marché. « Désormais, la France se situe dans la fourchette haute au niveau européen ».

Un peu moins de nouveautés selon Presstalis

En 2014, le renouvellement de l'offre s'est tassé avec moins de nouveautés. Presstalis a recensé 112 lancements, 91 nouvelles formules et 1 650 déclinaisons, contre 129 lancements, 179 nouvelles formules et 1 726 déclinaisons un an plus tôt. Quatre familles, parmi les 16 de la messagerie, tirent leur épingle du jeu en 2014 et sont soit en positif, soit au-dessus de la tendance moyenne de [-3,6% en valeur] : l'actualité [-1,3%], portée par le lancement du 1 et la bonne performance des news, notamment en décembre ; les titres enfants (+0,5%) ; les ludiques (-2,2%) et les masculins (+9,6%).

Autre constat, plutôt positif, la hausse du prix acheté est supérieure d'un point à celle du prix facial. « Le prix n'a pas donc été un frein à l'achat : les consommateurs ont suivi et continuent d'acheter des titres globalement plus chers », note Presstalis. **Didier Falcand**

la pige de la presse



Flow
Parution 12 février
Famille Presse
féminine
Périodicité
Bimestriel
Prix 6,95 €
Editeur
Prisma média,
13 rue Henri-Barbusse,

92624 Gennevilliers Cedex

Contact pub 01 73 05 64 61

Concept Magazine positif pour les amoureux du papier.

Directeur de la publication
Rolf Heinz



Starkult
Parution 5 février
Famille Presse
pour les adolescents
Périodicité Trimestriel
Prix 5,90 €
Editeur Mon journal
publication,
ZA de la Choisille,

37390, La Membrolle-sur-Choisille

Contact 02 47 87 07 87

Concept Magazine sur les stars préférées des adolescents, avec photos, cartes postales et posters à détacher.

Directeur de la publication
José Ferreira da Silva

Les échos du marché pub

Une nouvelle organisation pour M6 publicité

M6 publicité a annoncé une nouvelle organisation suite à l'acquisition de la société Oxygem et au départ de Michèle Benzeno, directrice de M6 publicité digital. Désormais, les offres sur mesure seront commercialisées sous l'appellation M6 unlimited, et les opérations spéciales TV et digital regroupées au sein de la direction des stratégies globales, dirigée par Ronan Dubois. De son côté, Cyril Zunz, directeur général d'Oxygem média, est nommé directeur commercial en charge des opérations spéciales digitales et du brand publishing. Enfin Hortense Thomine-Desmazures est promue directrice déléguée de M6 digital.

Veille

Lancement du prix Maison & travaux de la rénovation

Maison & travaux (Reworld média) s'associe à GRDF pour lancer le premier prix Maison & travaux de la rénovation. Accessible à toutes les personnes qui rénovent leur habitat, il sera relayé sur l'ensemble des supports de la marque (site, newsletter, magazine, salon, réseaux sociaux...). Trois lauréats seront désignés le 3 juillet.

L'Opinion remet les 2^{èmes} Gaspard de la politique

L'Opinion et le think-tank Génération libre ont organisé la deuxième édition des Gaspard de la politique, le 11 février, primant les phrases « Les plus étatiques » prononcées par des personnalités politiques. Laurent Wauquiez (Gaspard de l'interventionnisme), Gérard Filoche (Gaspard de l'autoritarisme), François Hollande (Gaspard du jacobinisme), Anne Hidalgo (Gaspard du paternalisme) et Arnaud Montebourg (Gaspard du dirigisme) ont été couronnés. Et le Gaspard d'or, élu par les internautes, a été remis à Benoît Hamon.