

+ la Lettre **1** _les clés de_ **La presse**

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

La diffusion de la presse résiste encore grâce au numérique, selon l'ACPM

+ Selon l'ACPM, la diffusion de la presse continue de s'éroder sur la période 2019-2020, avec un recul de 2,5 % sur la période, malgré une croissance de 25,6 % des versions numériques. La presse quotidienne nationale demeure la seule famille à afficher une croissance de sa diffusion (+3,1 %), quand toutes les autres sont à la baisse, mais dans des proportions un peu moindres que sur l'ensemble de l'année 2019.

4 mois neutralisés pour cause de Covid

Généralement, la communication, en septembre, des évolutions de diffusion par l'ACPM porte sur la période allant du 1^{er} juillet de l'année précédente au 30 juin de l'année en cours, tant pour les déclarations sur l'honneur que pour la fréquentation des sites et des applis. Pour les chiffres publiés cette année, la période est un peu tronquée, pour cause de Covid, pour les déclarations sur l'honneur, l'ACPM ayant choisi de neutraliser les mois de mars à juin 2020. En revanche, la fréquentation des sites et des applis porte bien sur 12 mois.

Une diffusion en recul de 2,5%, mais une fréquentation numérique en hausse de 18,9%
Sur les huit mois étudiés (de juillet 2019 à février 2020), la diffusion de la presse grand public (qui représente 93 % de la diffusion de la presse) recule de 2,5 %, après une baisse de 3,6 % sur l'ensemble de l'année 2019 (et de 4,2 % en 2018). Cette relative amélioration de la situation s'explique par le boom des versions numériques, en croissance de 25,6 % sur la période. Parallèlement, la fréquentation des sites et des applis de presse continue de croître de 18,9 % par rapport à l'année 2019 (la hausse était de 10,85 % en 2019 par rapport à 2018).

Les quotidiens nationaux toujours à la fête

Dans cet univers baissier, les quotidiens nationaux continuent de tirer leur épingle du jeu, avec une croissance de leur diffusion de 3,1 %, boostée par le succès des versions numériques (+27 %). Sur les sites et les applis, les progressions sont moins impressionnantes que par le passé, mais la hausse de 7,8 % doit s'analyser sur des volumes déjà très élevés. Derrière, tous les autres grands segments de presse enregistrent des évolutions négatives, mais là encore dans des proportions moindres que sur l'année 2019. Exemples, la diffusion de la presse magazine baisse de 3,2 % (contre 4,95 % en 2019), celle de la presse quotidienne régionale de 3,2 % (-3,95 % en 2019), celle des hebdomadaires régionaux de 1,8 % (-3,03 % en 2019), et celle de la presse professionnelle de 1,4 % (-4,79 % en 2019). En revanche, la presse gratuite d'information a souffert sérieusement sur la période, avec un recul de 10,3 % (contre seulement de 2,38 % en 2019).

Didier Falcand

Une stratégie passée au crible

La rentrée d'Unify placée sous le signe de l'innovation

+ Unify, l'entité rassemblant les activités digitales du groupe TF1, annonce une rentrée pleine de nouveautés. Un nouveau comité médical à *Doc-tissimo*, la mise en panier sur *Marmiton*, des formations par *My Little Paris*... ces innovations visent à proposer aux annonceurs des solutions de communication pilotées au sein d'une régie unique, explique Olivier Abecassis, Pdg d'Unify.

A nos lecteurs

Une résidence de journaliste proposée sur le campus de Nantes

La Drac Pays de la Loire et l'université de Nantes proposent une résidence de journaliste inédite entre février et avril 2021. Le ou la journaliste retenu(e) passera neuf semaines sur le campus Lombarde avec une démarche centrée sur l'éducation aux médias, à l'information et à la liberté d'expression. Cette résidence a pour but de permettre une compréhension de la fabrique de l'information, de faire découvrir la profession de journaliste et ses problématiques actuelles, de sensibiliser à la liberté d'expression et de favoriser la participation des citoyens au débat démocratique, mais aussi de susciter les interactions entre le monde de la recherche et les enjeux contemporains liés aux médias. Deux thématiques, pouvant se croiser et se répondre, ont été retenues pour cette résidence de journaliste : le rapport de la communauté universitaire aux médias et à la fabrique et l'usage de l'information, et la place des sciences dans la société de l'information.

Talents

Eric Garandeau, ancien conseiller de Nicolas Sarkozy, puis Pdg de CNC, est nommé directeur des affaires publiques et des relations avec le gouvernement de TikTok pour la France.

Paul Delonca, ex-FF Paris, est nommé chef de projet digital de Bonjour Paris.

Jean-François Martins, ancien adjoint à la mairie de Paris, en charge du sport, du tourisme et des Jeux