

## La diffusion des journaux

Un journal existe grâce aux lecteurs, vit grâce aux acheteurs (et aux annonceurs). Connaître la diffusion et son évolution est donc essentiel à l'approche de la presse. Le chiffre de la diffusion d'un journal s'obtient en additionnant les ventes au numéro, celles par abonnement et le nombre d'exemplaires distribués gratuitement. Les chiffres sont publiés chaque année par l'OJD, association pour le contrôle de la diffusion.



### Plus de cinq millions d'exemplaires par jour

La diffusion moyenne de la Presse Quotidienne Régionale est de plus de cinq millions d'exemplaires/jour, ce qui fait d'elle le premier média en France, avec une audience de près de 17 millions de lecteurs/jour en 2010 (taux de pénétration 34,21 %). Ce chiffre, stable par rapport à 2009 (et même en légère progression au second semestre 2010) est intéressant pour un annonceur qui voudrait investir dans un espace commun à toute la PQR et comparer le coût/avantage à une publicité télévisée.

Pour connaître le nombre d'exemplaires diffusé d'un journal, cherchez « l'ours ». Ce nom désigne la « fiche d'identité » d'une publication, l'endroit où doivent figurer (au minimum) le nom du journal, son adresse, le nom du directeur de la publication, du rédacteur en chef et de l'imprimeur.



### Une diffusion en baisse

Depuis 2000, la diffusion de la Presse Quotidienne Régionale a subi une baisse de 14 %. (évolution 2009-2010, moins 2 %). Derrière ce chiffre se cachent des écarts importants: par exemple, une progression de 17,08 % pour *Le Berry Républicain*, une chute de 10,17 % pour *Centre presse Poitiers*. Quant au *Télégramme*, il reste constant dans le succès (+3050 ex. sur la période 2006-2010) avec une progression de 1,18 % entre 2009 et 2010.

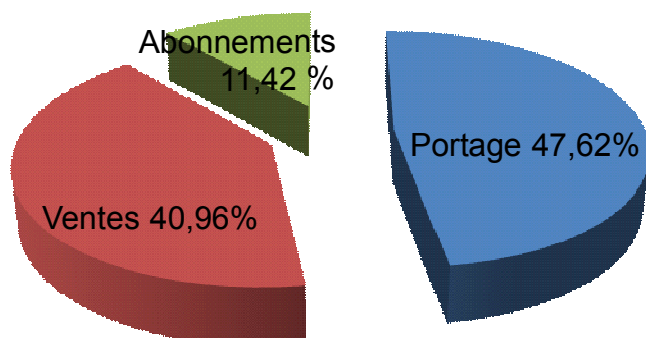
La taille des journaux est elle-même très variée: de quelques milliers d'exemplaires pour un quotidien départemental à 757 115 exemplaires vendus pour *Ouest-France*, de loin le premier quotidien français devant *Sud Ouest* (293072 ex.), *Le Parisien* (290785 ex.), *La Voix du Nord* (265173 ex.), *Le Dauphiné Libéré* (231324 ex.).



### Les modes de diffusion de la Presse Quotidienne Régionale

La diffusion passe par deux formules: la vente au numéro et l'**abonnement**, qui fidélise les lecteurs. Ces lecteurs peuvent être servis par La Poste ou par **portage**. Ce dernier concerne désormais près de la moitié des ventes, les abonnements Poste et les ventes au numéro diminuent.

Structure  
de la diffusion  
de la PQR en 2010  
Source : OJD



## La diffusion des journaux

### - La vente au numéro

Le journal au numéro est disponible dans les points de vente traditionnels et certains points de vente spécifiques (kiosques, points de vente des gares, du métro, des aéroports, des autoroutes, des grandes surfaces...). leur nombre a chuté de 40000 en 1952 à un peu moins de 28000 en 2006, mais depuis 2007 il est reparti à la hausse et approche désormais les 30 000. Les quotidiens régionaux disposent en plus de leur propre réseau de distribution (boulangeries, commerces) et disposent ainsi de 48000 points de vente. Ainsi le lecteur évite un déplacement pour trouver ce « produit ». Le défi des gratuits a encouragé cette évolution.

### - L'abonnement Poste

Les avantages de l'abonnement sont, pour le lecteur, un prix attractif et pour l'éditeur, une **vente** directe, donc moins coûteuse (moins d'invendus), un apport de **trésorerie** et une fidélisation du lectorat. Les entreprises de presse et la Poste négocient durement les tarifs, déterminants dans le coût de revient. Ces tarifs « presse » sont aidés par l'État.

### - Le portage

La presse quotidienne régionale et départementale dispose de son propre système de distribution: le portage. Les sociétés de portage (soit 16000 porteurs) acheminent le journal jusqu'au domicile du client, soit depuis l'imprimerie, soit depuis un échelon quelconque de la chaîne de distribution (messenger, dépositaire, diffuseur). En augmentation, le portage représente 47,62 % de la diffusion. La PQR s'appuie sur le plus grand réseau de distribution presse en France. Les 3/4 des abonnés sont des abonnés « portés ».



### Le tirage au fil de la semaine

Chaque jour le service des ventes, en collaboration avec la rédaction, établit le nombre d'exemplaires à tirer. Certains jours sont propices à une impression plus importante notamment le lundi avec les résultats sportifs, le samedi avec les petites annonces et les informations pour le week-end. Le tirage dépend aussi de l'actualité et un événement (fait divers, résultat d'élection, match...) peut faire bondir les ventes. Il faut savoir anticiper pour ne pas se trouver à cours de journaux.

## *Pour en savoir plus*

### Sites Internet

[www.ojd.com](http://www.ojd.com)

<http://www.quotidiens-associes.fr>

[www.pqr.org](http://www.pqr.org)

[www.presseregionale.fr](http://www.presseregionale.fr)

[www.sndp.fr/bdi/presse/BICH.htm](http://www.sndp.fr/bdi/presse/BICH.htm)