

audience

Embellie pour les quotidiens

Les quotidiens nationaux payants recommencent à progresser, tandis que la presse magazine juggle ses baisses d'audience.

Encourageants. » C'est ainsi qu'Audipresse qualifie les résultats de la dernière vague d'études d'audience, publiée le 13 septembre, qui concerne le cumul de juillet 2009 à juillet 2010. Pour la première fois depuis trois ans, l'audience des magazines cesse de se dégrader par rapport à la dernière vague, même si la tendance reste négative (-3% par rapport à 2009).

Les hebdomadaires reculent moins (-1,5%) que les mensuels (-4,1%) et les bimestriels (-5,3%). Trois familles sont en hausse : la presse informatique (+4,9%), cuisine (+4,5%) et people (+2,9%). La presse TV reste le poids lourd incontesté, puisqu'elle réunit chaque semaine pas moins de 34,3 millions de lecteurs, soit 67,8% des 15 ans et plus. C'est la presse la plus fédératrice, lue par toutes les cibles : les jeunes (62% des 15-24 ans) mais aussi les cadres (53% des CSP+), les hommes (66%) et les ménagères de moins de 50 ans (62%).

Six titres enregistrent une progression statistiquement significative : *Oups* (+19,4%), *Le Monde magazine* (+15,2%), *Vie pratique gourmand* (+9,7%), *Cuisine actuelle* (+8,5%), *Dossier familial* (+7%) et *Femme actuelle jeux* (+6,8%).

Les gratuits piétinent

De son côté, la presse quotidienne voit son audience se stabiliser (-0,2%). Les quotidiens nationaux payants progressent (+1%), grâce notamment à *France-Soir* (+34,7%) et *La Croix* (+16,1%), *L'Équipe* demeurant numéro un. Une tendance confirmée par l'OJD puisque la diffusion des quotidiens nationaux a progressé de 2% au premier semestre, la presse magazine limitant sa baisse en exemplaires à 1,2% (contre -4,4% en 2009).

LES DIX QUOTIDIENS NATIONAUX LES PLUS LUS		
Titre	Cumul 2009/2010 (en milliers)	Évolution (vs 2009)
20 Minutes	2 733	+2,2%
Metro	2 444	-0,7%
L'Équipe	2 310	+2,1%
Le Parisien-Aujourd'hui en France	2 231	+1,6%
Le Monde	1 872	+1,7%
Direct ville plus	1 752	+4,8%
Le Figaro	1 288	+1,6%
Direct soir	1 043	-5,4%
Libération	783	+6,0%
Les Échos	699	-0,6%

Source : Epiq 2009/2010.

LES DIX HEBDOMADAIRES ET BIMENSUELS LES PLUS LUS		
Titre	Audience (en milliers)	Évolution (vs cumul 2009)
TV magazine	17 323	-0,5%
Version femina	9 236	-3,0%
Télé Z	5 955	-1,8%
Télé 7 jours	5 679	-1,5%
Femme actuelle	5 387	-5,3%
Télé star	4 783	+2,4%
Télé 2 semaines	4 708	-3,6%
Télé loisirs	4 625	-3,2%
Paris match	4 357	-1,0%
Closer	4 069	+3,5%

Source : AEPM - Cumul de juillet 2009 à juin 2010.

LES DIX MENSUELS ET BIMESTRIELS LES PLUS LUS		
Titre	Audience (en milliers)	Évolution (vs cumul 2009)
Vies de famille	10 404	+0,3%
Canalsat magazine	7 028	-8,8%
Plus	6 759	-11,7%
Géo	4 513	-3,2%
Art & Décoration	4 101	-9,3%
Cuisine actuelle	3 878	+8,5%
Science & Vie	3 674	+1,4%
Maison & Travaux	3 583	-3,6%
Notre temps	3 349	-3,4%
Du côté de chez vous	3 242	-4,8%

Source : étude AEPM - Cumul de juillet 2009 à juin 2010.

L'audience des quotidiens gratuits d'information semble atteindre un palier (+0,4%). Un véritable changement pour ce moteur de l'audience des quotidiens depuis son apparition au début des années 2000. *20 Minutes* demeure en tête, suivi par *Metro*. *Direct ville plus* voit son audience progresser de manière importante grâce à plusieurs lancements récents (dont Nice, Cannes, Antibes). L'autre titre

du groupe Bolloré, *Direct soir*, voit quant à lui son lectorat diminuer fortement.

La presse quotidienne régionale est en légère baisse, non significative (-0,2%). Enfin, la presse hebdomadaire régionale progresse de 2,1%.

Cécile Barbière
et Delphine Le Goff

En savoir +
> www.audipresse.fr