

Encaissements 2025 : une année difficile

lun 19/01/2026 - 16:01



Chères consœurs, chers confrères,

Après une année 2024 exceptionnelle à tous points de vue, et des ventes moyennes de presse en hausse de 1,3% pour les spécialistes indépendants, l'année 2025 fait figure de correctif. Deux mois seulement en progression sur douze – juillet et septembre – et une fin d'année compliquée expliquent un retrait de 4% de nos ventes de presse. C'est évidemment une mauvaise nouvelle pour nous, même s'il faut tenir compte de 2024 et qu'au final, sur deux ans, nous n'avons ainsi perdu que 2,7% de volume d'affaires prix fort (VAF). C'est bien sûr aussi une mauvaise nouvelle pour les autres acteurs de la filière qui ajoutent à cette contre-performance, celle des réseaux non-spécialistes et de la grande distribution alimentaire, et une attrition du nombre de points de vente qui devrait s'établir autour de 3%.

Dans le détail, on peut noter que les magazines ont réussi à résister à la tourmente. Pour cette famille de presse, la baisse de VAF est de 2,4% en cumul annuel. Compte tenu du contexte, cela reste plutôt contenu. Quatre familles merchandising sur treize sont en progression cette année, par rapport à 2024. Les ludiques (+1,5%) et la presse enfants (+2,1%) – 2 familles parmi

les plus vendues chez les indépendants spécialistes. La surprise vient des titres people qui retrouvent des couleurs après plusieurs années de baisse. L'actualité générale baisse peu (-1,1%), signe d'un intérêt de nos compatriotes, et les programmes télé (famille toujours leader dans nos ventes) résistent assez bien (-2,2%). En revanche, les féminins souffrent très nettement, avec des ventes en baisse de plus de 12% en un an.

Une année difficile aussi, du côté des quotidiens nationaux, qui enregistrent une VAF moyenne en baisse de 5,1%. Après un début d'année très correct, l'été a été franchement difficile, alors que les Français voulaient peut-être se changer les idées, dans un monde bouleversé et, disons-le, souvent anxiogène, sans actualité sportive riche. La fin d'année a été compliquée, notamment pour les quotidiens d'information politique et générale, avec un net décrochage dû probablement à une actualité nationale concentrée sur des questions budgétaires largement incompréhensibles pour le commun des mortels. L'encyclopédie continue de baisser fortement puisqu'elle ne représente plus que 5 % de nos ventes.

Nous ne pouvons qu'espérer de meilleures performances pour 2026, en comptant sur une redynamisation du réseau par des actions commerciales, mais aussi par la revalorisation de notre rémunération et nos aides à la modernisation.

Restons plus que jamais unis et mobilisés !

Jean-Michel Detchart
Président national de Culture Presse