union PRESSE

Encaissements du mois d’octobre : restons résilients

lun 16/11/2026 - 15:37



Chères consœurs, chers confrères,

À l’approche de l’heure des bilans, nous sommes plus que jamais attentifs aux chiffres de notre Observatoire des encaissements du marchand de presse spécialiste indépendant. Grâce aux données issues des scannings de vente de quelque 3 000 marchands en activité pour le mois d’octobre, nous constatons d’abord une relative stabilité au cumul de nos encaissements presse depuis le début de l’année avec une baisse de -0,3 %. Autant parler, donc, de stabilité. C’est plutôt rassurant pour les spécialistes, qui réussissent ainsi à bien résister dans un marché difficile.

Il n’en demeure pas moins que le mois d’octobre, pris isolément, est moins convaincant. Les évènements qui ont marqué notre pays ces derniers temps n’ont pas joué en notre faveur. Notre encaissement presse est en retrait d’un peu plus de 4 % (4,2 %) comparé à octobre 2025. L’encyclopédie poursuit une remontée inattendue – et l’amplifie même (+9,7 %). Les quotidiens nationaux résistent bien, en limitant la baisse en-deçà de 1 % (-0,9 %) avec l’actualité générale qui reste en retrait (-2,3 %) et le sport qui sauve les ventes, grâce à une belle performance de +4,4 %.

C’est donc du côté des magazines qu’il faut chercher les raisons de cette baisse de l’encaissement moyen, après plusieurs mois favorables. Avec quasiment 6 % d’évolution négative, et seulement trois univers merchandising à la hausse, c’est indéniablement un mauvais mois pour les publications, après six mois de hausse. Au rang des surprises, on relèvera la performance de la presse informatique, qui aura réalisé une belle année, et vient de connaître cinq mois de progression ininterrompue – peut-être sous l’effet d’un regain d’intérêt pour le sujet, au travers de l’IA. Comme toujours, il faut regarder l’évolution des premières familles merchandising : la télévision enregistre une baisse de -2,6 % tout comme l’actualité générale et les féminins avec -5,8 %. Pour les ludiques en revanche, deuxième famille vendue chez le spécialiste indépendant, on constate une progression de 2 %, qui confirme une activité globalement positive. La presse enfants affiche également une progression de +0,6 %, sur un mois qui aura compté des vacances scolaires.

Au total, nos encaissements tous produits confondus sont à -0,6 % avec une fréquentation des magasins qui connaît une baisse de -2,1 %. Une baisse, tout de même, deux fois moins importante que la moyenne des derniers mois, ce qui est encourageant.

Malgré un climat de tension dans le monde politique mais également dans la filière, restons résilients. Au lendemain du Losangexpo où notre Village Presse a connu une très belle affluence, je ne peux que rester positif sur l’avenir de la presse papier. J’en profite pour remercier les messageries de presse, le syndicat des dépositaires, tous les éditeurs et partenaires qui ont répondu présents, ainsi que tous les buralistes et marchands de presse qui sont venus nous rendre visite contribuant ainsi à la réussite de ce Village Presse.

Jean-Michel Detchart
Président national de Culture Presse
