



Association
des Bibliothécaires
de France

Chartres, 16 avril 2018

Collections entre prescription et co-construction:

La presse people en bibliothèques municipales

Mathilde Peyrou



m.peyrou@mairie-bordeaux.fr

La presse: quelques repères

- o En 2017, la presse (tous supports de lecture) regroupe 51,2 millions de lecteurs chaque mois soit 97,6% de la population
- o Les Français lisent en moyenne 5,6 titres différents dont 4,3 de magazines. Leur panier de lecture est constitué à 77% de magazines et 23% de quotidiens

La presse: quelques repères

Evolutions:

- o Les lectures de la presse en numérique (24% téléphone mobile, 19% ordinateur et 10% tablettes) sont de 53% vs. 47% sur le papier

- o L'ère du multi-reading:

45% exclusif papier, 22% duplicants*, 16% exclusif mobile, 12% exclusif ordinateur, 5% exclusif tablettes

Les sites et applis de presse ont totalisé plus de 16,8 milliards de visites, soit une progression de 7,7% en un an.

* Lecteurs utilisant au moins 2 supports

La presse : audience

Les femmes, avec 6,1 titres papier lus en moyenne, se démarquent de l'ensemble. Les urbains avec 5,7 titres et les possesseurs de tablette lisent autant de titres que la moyenne (5,6 titres).



Femmes

6,1
titres



Urbains

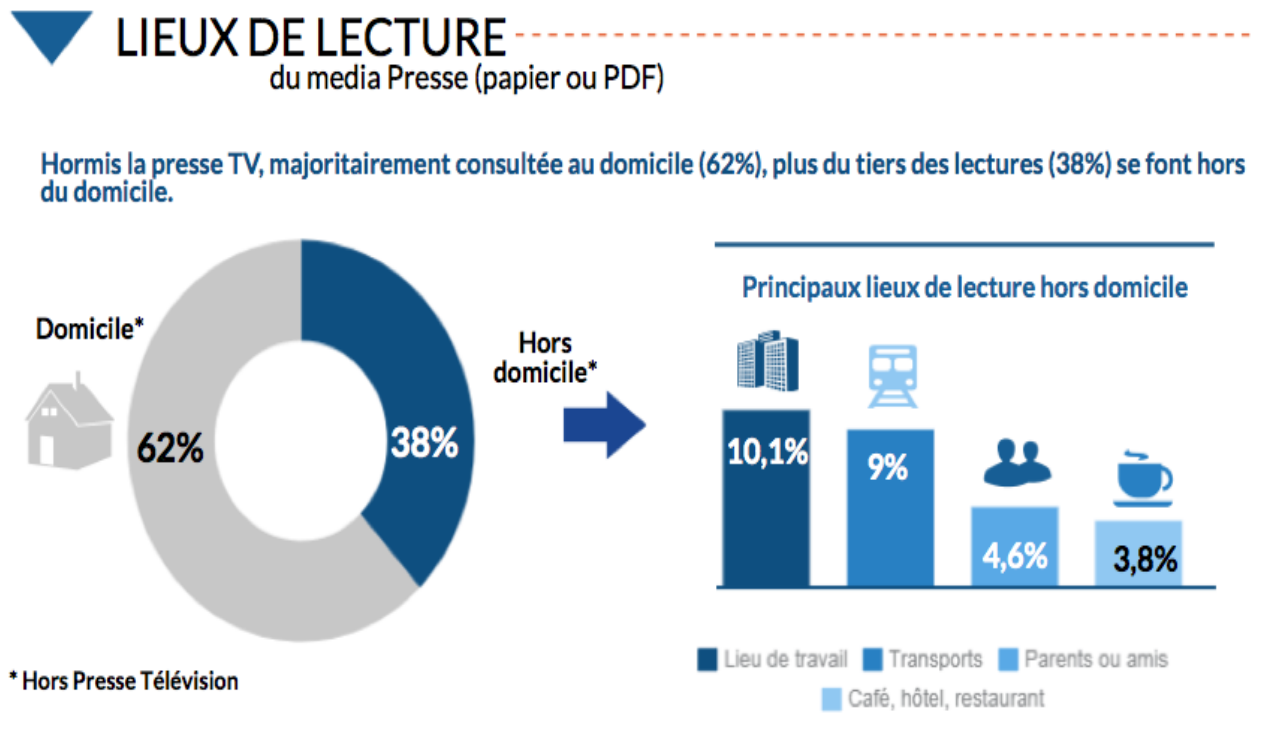
5,7
titres



Possesseurs de
Tablette

5,6
titres

La presse: usages



La presse people

o Définition:

« des publications dont le concept est centré sur la vie des célébrités (stars du spectacle, ou du petit écran, tops models, têtes couronnées, ainsi que quelques personnalités politiques ou du monde des affaires) »

Jean-Marie Charon, *La presse magazine*, Paris: La Découverte, 2008.

La presse people en chiffres

- o Prix moyen au numéro: 1,59 euros
- o Un quart des ventes est réalisé pendant les deux mois d'été
- o Forte présence multi-supports de lecture digitale:
 - o sites internet (voici.fr : 29 millions de visites/mois)
 - o applications (parmi les 50 les plus consultées en février 2018, 5 relèvent de la famille people: Public, Closer, Voici, Gala, Paris-Match: 19,6 millions visites par mois)

Diffusion et audience de la presse people

En 2017:

- o 2,2 millions d'exemplaires vendus
- o 14,2 millions de lecteurs chaque semaine
(total de titres *Closer*, *France-Dimanche*, *Ici Paris*, *Gala*, *Public*, *Paris-Match*, *Point de Vue*, *Voici*)

Diffusion de la presse people en France chiffres 2017

Revue	Ensemble
Paris-Match	540 313
Ici Paris	269 513
France Dimanche	251 281
Closer	243 809
Voici	234 937
Gala	203 808
Public	159 663
Point de Vue	152 010
Oops	146 606
TOTAL	2 201 940

Audience des magazines people 2017

Revues	Ensemble
Paris-Match	3 551 000
Closer	2 352 000
Voici	2 341 000
Gala	1 787 000
Public	1 742 000
Ici Paris	887 000
France Dimanche	834 000
Point de Vue	699 000 (chiffres 2014)
Oops	2 016 000 (chiffres 2013)
TOTAL	16 209 000

Audience des magazines people papier+digital 2017

Revue	Ensemble
Paris Match	14 068 000
Voici	12 920 000
Gala	11 924 000
Closer	9 177 000
Public	7 668 000
TOTAL	55 757 000

Top Marques de presse

TOPS 20 DES MARQUES DE PRESSE

Marques de
presse*



* Indicateur Brand 30J

TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR 66	40 583
2	Le Figaro	23 662
3	Le Monde	22 708
4	20 Minutes	21 661
5	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 560
6	Femme Actuelle	19 484
7	Télé Loisirs	18 659
8	L'Equipe	18 125
9	Marmiton	16 607
10	L'Express	16 290
11	Ouest-France	14 740
12	Paris Match	14 068
13	PHR	13 588
14	L'Obs	13 233
15	Télé 7 Jours	13 078
16	Voici	12 920
17	Gala	11 924
18	Le Point	11 584
19	Elle	11 313
20	Les Echos	9 758

Typologie des revues people

- o Les revues people historiques: *France-Dimanche, Ici Paris*
- o Les revues people « haut de gamme»: *Point de Vue, Paris-Match, Gala, Vanity Fair*
- o Les revues people « nouvelle génération »: *Voici, Closer, Public, Oops!*

Les « historiques »: *Ici Paris*



- Créée en 1945
- Editeur: Lagardère Active
- 251 281 exemplaires vendus en moyenne chaque semaine (source ACPM ODJ 2017)

« Chaque semaine pose un regard amusé sur la planète people et en décrypte les grands bonheurs comme les petits malheurs, les passions naissantes comme les ruptures, les clans, les trahisons »

Les historiques: *France-Dimanche*



© France Dimanche n° 3508 22/11/2013

- Créé en 1946 en complément de *France-Soir*
- Editeur: Lagardère Active
- 269 573 ex en moyenne vendus chaque Semaine (source ACPM ODJ 2017)
- Vise les 50 et plus
- Un lectorat fidèle: 67% de lecteurs réguliers
80% de taux de réabonnement
- « *Toutes les émotions de la vie des stars* ».

Les « haut de gamme »: Point de Vue Images du monde



- Un des premiers nés de cette famille: publié pour la première fois en mars 1945
- Editeur: Groupe l'Express

Les « haut de gamme »:

Paris-Match



- Créé en 1949 sur le modèle des « picture magazine » américains *Life* ou *Look*
- Groupe presse Lagardère Active
- Ventes en moyenne chaque semaine:
540 313 exemplaires (source ACPM ODJ 2017)

Les « haut de gamme »:

Gala



© Gala 31/01/2018

- Apparaît en 1993, pendant plus Conventionnel de *Voici*, autre titre du Groupe Prisma Média

- 203 808 ex vendus en moyenne/semaine

- Déclinaisons digitales:

- Gala.fr: 6,2 visiteurs uniques/mois

- Multi-readers (tous supports): 11,9 millions/mois

(source: One global, ACPM, 2017)

Les « haut de gamme »: *Vanity Fair*



© Vanity Fair n°1, 26 juin 2013

Les « nouvelle génération »: *Voici*



- Lancé en 1987 par le groupe Prisma Press
- Dans les années 1990, plus de 800 000 ex vendus chaque semaine
- En 2017: 234 937 ex vendus chaque semaine et forte présence multimédia: 12,9 millions multi-readers mensuels 558 000 abonnés réseaux sociaux (source ACPM 2017)

« *Le féminin people culte* »

Les « nouvelle génération »: *Closer*



- Leader du secteur avec 243 809 ex vendus chaque semaine.
- Adaptation de la revue britannique lancée en 2005
- Editeur: Arnoldo Mondadori Editore
- *Closer Teen*: nouvelle parution en 2013 ciblant les 11-15 ans

Closer Teen



© Closer Teen, n°20, mars 2016



© Closer Teen, n°31, décembre 2017

Les « nouvelle génération »: *Public*



- Lancé en 2003, cible un public plus jeune les moins de 35 ans. Editeur: Lagardère Active

Forte présence multimédia:

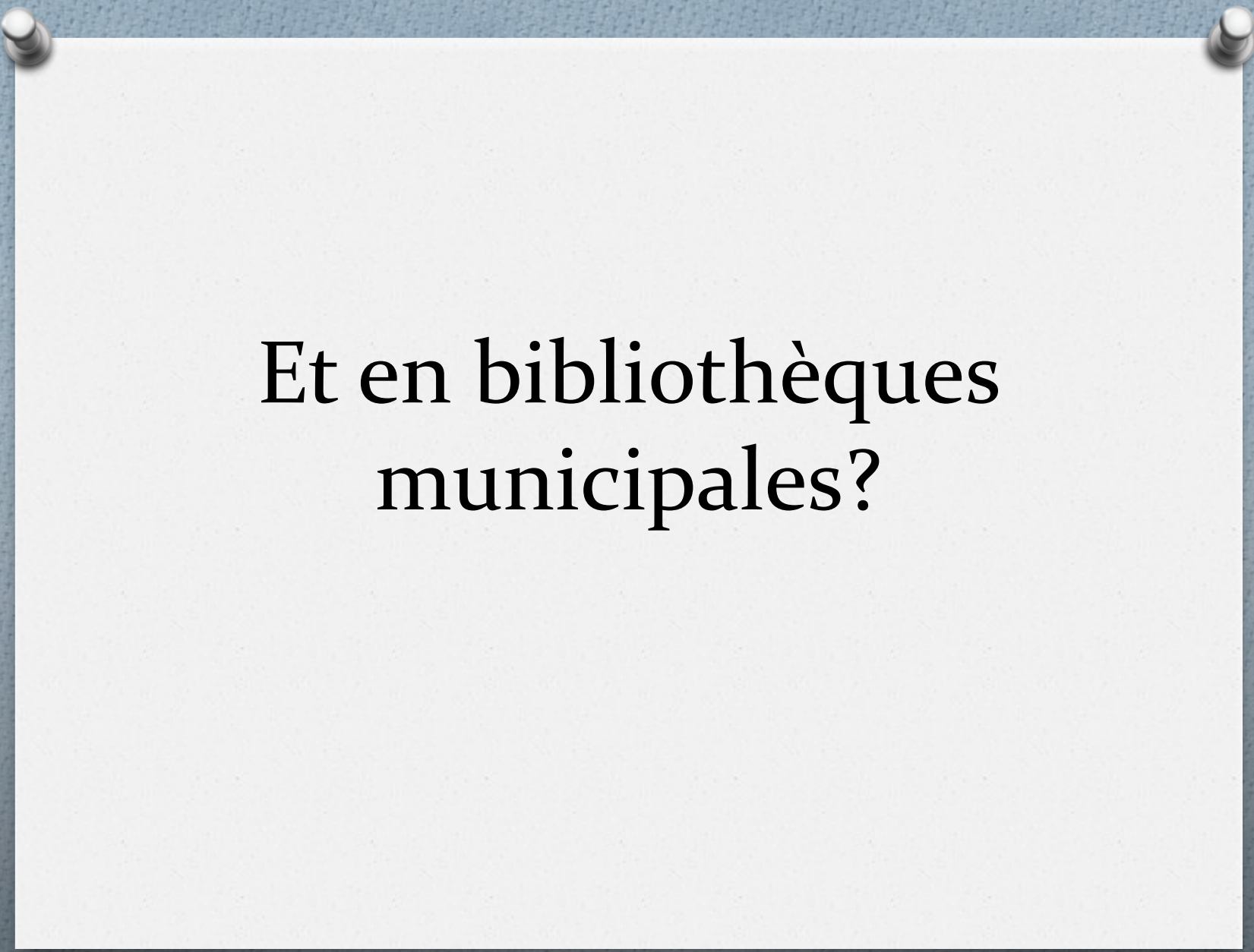
- Public.fr: 14 124 826 visites (février 2018, source OJD)

- Application sur mobile: 14^e position du palmarès OJD février 2018

Les « nouvelle génération »: *Oops!*



- Bi-mensuel créé en 2008
- Editeur: Société Oops
- Cible: les 15-30 ans



Et en bibliothèques
municipales?

La presse en bibliothèques

Description des fonds totaux 2013 selon le type de documents et selon le type d'établissement

	Collections, livres imprimés	Collections publications en série imprimées	Collections documents sonores	Collections documents vidéo	Total documents	Nombre moyen par établissement	Ratio pour 100 habitants
Bibliothèques 100 000 habitants et plus	77 %	7 %	12 %	4 %	100 %	656 300	258
Bibliothèques 40 000 à 99 999 habitants	77 %	9 %	10 %	4 %	100 %	190 200	325
Bibliothèques 20 000 à 39 999 habitants	77 %	9 %	11 %	3 %	100 %	87 200	313
Bibliothèques 5 000 à 19 999 habitants	71 %	20 %	7 %	2 %	100 %	36 300	380
Bibliothèques moins de 5 000 habitants	88 %	8 %	3 %	1 %	100 %	6 900	371
Ensemble des bibliothèques	78 %	11 %	8 %	3 %	100 %	22 200	332
Points d'accès au livre	94 %	4 %	1 %	0 %	100 %	3 500	248

source: *Bibliothèques municipales, données d'activité, synthèse nationale, 2013*

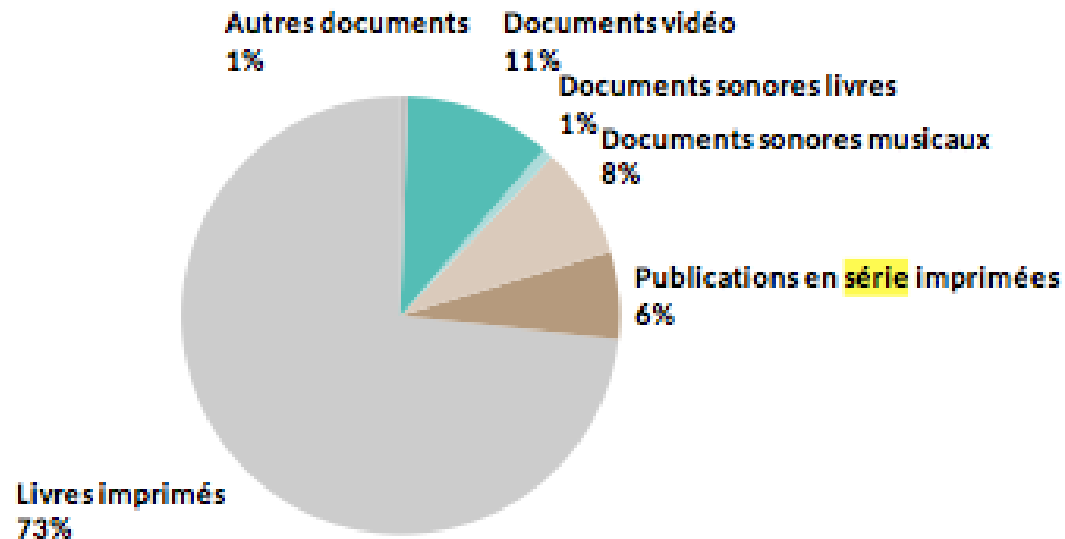
La presse en bibliothèques

Structures des budgets d'acquisition de documents 2013 par type de documents

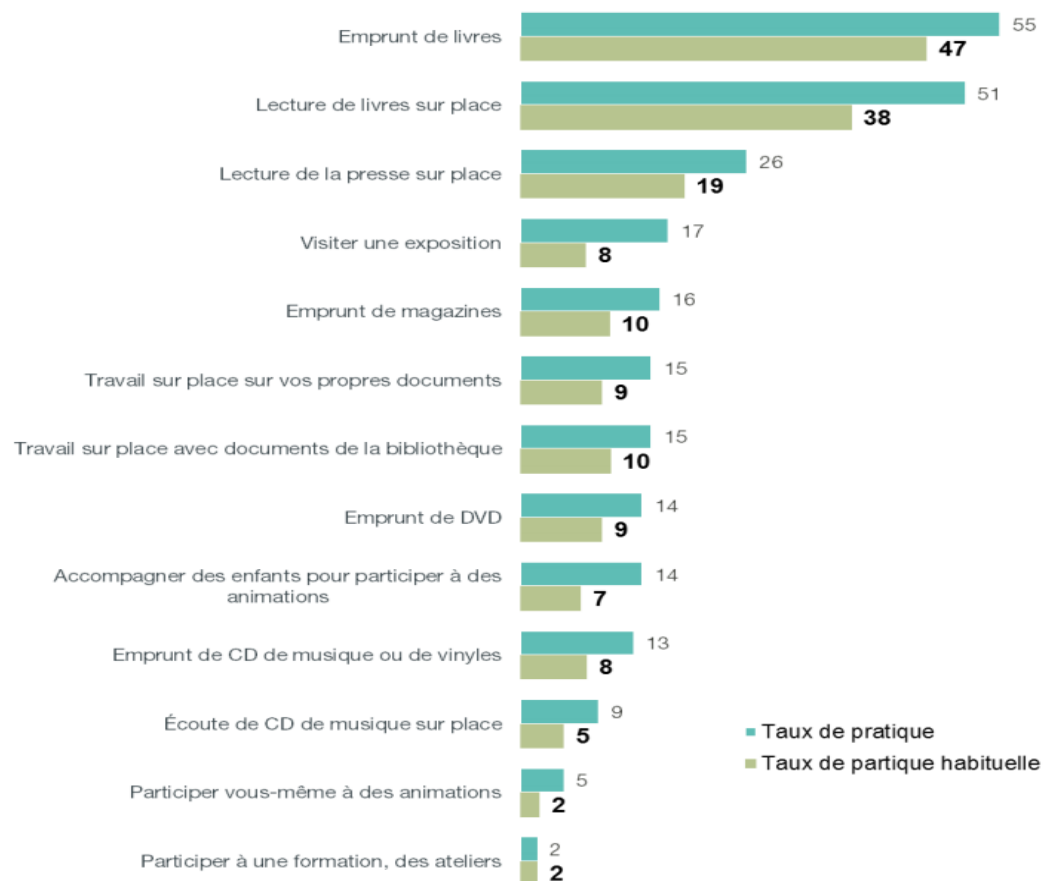
	Livres imprimés	Publications en série imprimées	Documents sonores sur support	Documents vidéo sur support	Ressources numériques	Total
Bibliothèques 100 000 habitants et plus	58 %	9 %	9 %	18 %	6 %	100 %
Bibliothèques 40 000 à 99 999 habitants	59 %	10 %	10 %	17 %	4 %	100 %
Bibliothèques 20 000 à 39 999 habitants	60 %	11 %	9 %	15 %	5 %	100 %
Bibliothèques 5 000 à 19 999 habitants	64 %	10 %	8 %	14 %	4 %	100 %
Bibliothèques moins de 5 000 habitants	76 %	7 %	4 %	9 %	3 %	100 %
Ensemble des bibliothèques	64 %	9 %	8 %	15 %	4 %	100 %

La presse en bibliothèques

*Détail des types de documents prêtés en 2013
champ des seules bibliothèques*



Activités pratiquées par les usagers lors de leurs visites des 12 derniers mois



En pourcentage

Base : usagers des bibliothèques municipales lors des derniers mois, enquête 2016.

Lecture : Parmi les usagers des bibliothèques municipales lors des 12 derniers mois, 55% ont emprunté au moins un livre, 47% l'ont fait à chacune de leur visite ou l'ont fait souvent.

Ressources électroniques

Proportion de bibliothèques effectuant des acquisitions de ressources numériques, par type de contenus et offres commerciales

Population couverte	Bouquets de livres	Bouquets de dictionnaires, encyclopédies	Bouquets de documents musicaux	Bouquets de vidéos	Bouquets de titres de presse	Bouquets de ressources d'apprentissage en ligne	Bouquets de ressources ludo-éducatives	Livres numériques à l'unité	Titres de presse acquis à l'unité
100 000 habitants et plus	35%	24%	35%	34%	62%	64%	34%	31%	18%
40 000 à 99 999 habitants	25%	20%	25%	17%	42%	46%	28%	24%	12%
Bibliothèques 20 000 à 39 999 habitants	9%	8%	9%	12%	16%	27%	12%	17%	2%
5 000 à 19 999 habitants	4%	2%	4%	5%	6%	10%	5%	8%	2%
2 000 à 4 999 habitants	4%	1%	4%	5%	5%	6%	2%	3%	2%

source: Bibliothèques municipales, données d'activité, synthèse nationale, 2014

- **LEKIOSK.FR** (mode feuilletage sur tablette) :
licence pour 7 tablettes. plus de 500 titres
français.

TOP des consultations :

- 1- LUI
- 2- CHASSEUR D'IMAGES
- 3- ELLE
- 4- STATO TURF
- 5- PARIS MATCH
- 6- LE POINT
- 7- MAXI
- 8- LES INROCKS
- 9- PUBLIC
- 10- PSYCHOLOGIE MAG

Témoignage de bibliothécaire

« La place de la presse people n'a pas fait l'objet d'une discussion dans l'équipe, sans doute l'équipe ne souhaite-t-elle pas voir ce média dans nos collections. Paradoxalement, la demande des usagers est bien réelle et connue de tous. Alors la réponse serait que ce type d'abonnement ne rentre pas dans la politique documentaire. »

Enjeux

- o Elargir/ conquérir des publics
- o Rendre familier l'univers de la bibliothèque
- o Modifier l'image et la perception de la bibliothèque
- o La bibliothèque, un levier parmi d'autres d'inclusion sociale
- o La bibliothèque est un lieu de culture, d'apprentissage mais également de divertissement et de socialisation

Quelques exemples

Médiathèques réseau de Plaine-Commune:

<http://www.mediatheques-plainecommune.fr/sites/default/files/2016-12/PRETES%20RENDUS.pdf>

Bibliothèque de Dunkerque:

[Les Balises](#)

Témoignages de bibliothécaires

« Personnellement, cela ne me choque pas qu'une bibliothèque propose ce type de revues, au contraire, cela pourrait ramener un certain type de public qui considère les bibliothèques comme des lieux "savants" où il n'y a que des livres. Cette perception de la bibliothèque est très tenace. »

« Cela permet au public qui apprécie ces revues de reconnaître la bibliothèque comme un lieu pour eux (effet miroir) »

Les revues: une lecture non-discriminante

o Lecture de magazines:

- o 65% cadres et professions intellectuelles sup.
- o 60% agriculteurs
- o 56% employés
- o 54% ouvriers

Donnat, Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique: enquête 2008*, Paris: La Découverte-Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

Bibliothèque et people

o Pharell Williams:

<https://americanlibrariesmagazine.org/2015/10/30/newsmaker-pharrell-williams/>

o Keith Richards:

“When you are growing up there are two institutional places that affect you most powerfully: the church, which belongs to God, and the public library, which belongs to you. The public library is a great equaliser.”