

# LA PRESSE FRANCAISE ET SES LECTEURS

par Danielle BAHU-LEYSER, Professeur à l'Université Nancy-2,  
et Hugues CHAVENON, Directeur des études  
au Centre des études de supports de publicité (CESP)

Chaque jour, en France, une personne sur deux lit un quotidien et trois sur quatre lisent un magazine. Plus précisément, 24 millions de personnes résidant en France et âgées de 15 ans et plus lisent régulièrement un quotidien, soit 52% de la population. Dans le même temps, 33 millions de personnes, soit 73% de la population âgée de 15 ans et plus, lisent au moins un magazine chaque jour<sup>1</sup>. C'est dire l'impact que peut avoir, sur le public, la presse française, qu'elle soit nationale ou régionale, quotidienne ou périodique.

Il paraît donc utile, en préambule au colloque d'ADMITECH sur **La communication scientifique et technologique dans les médias écrits**, de tracer succinctement un panorama des lectorats de ces différents types de presse, afin de mieux appréhender l'importance que peut revêtir, sur l'opinion publique, les choix éditoriaux des rédactions de presse.

## LA PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE

Avec ses 7,8 millions de lecteurs, soit 17% de la population française de

.../..

---

<sup>1</sup> Les documents ayant servi de base à cette présentation sont :

- pour la **presse quotidienne nationale et régionale**, les résultats de l'enquête SPOR-EuroPQN-IPSOS, menée sur 22 373 personnes âgées de 15 ans et plus, en deux vagues (du 15 février au 2 mai 1993 et du 13 septembre au 12 décembre 1993) ; ils ont été publiés en février 1994. Pour les compléments éventuels relatifs à la presse quotidienne nationale, cf. les résultats de l'enquête CESP "Presse-Cinéma", menée sur 14 924 personnes âgées de 15 ans et plus, en cinq vagues (de janvier à décembre 1992) ; pour ceux relatifs à la presse quotidienne régionale, cf. les résultats des enquêtes CESP "Multimédia" et "Budget-temps multimédia", menées sur un échantillon total de 33 810 personnes âgées de 15 ans et plus, en 22 vagues (réparties de mars 1989 à février 1990 pour la première et d'avril 1992 pour la seconde).

- pour la **presse périodique**, les résultats de l'enquête AEPM, menée sur 12 492 personnes âgées de 15 ans et plus, en deux vagues (du 1er avril au 30 juin 1993 et du 1er septembre au 31 décembre 1993) ; ils ont été publiés en mars 1994. Pour les compléments éventuels relatifs à la presse périodique, cf. les résultats de l'enquête CESP "Presse-Cinéma" 1992, ci-dessus référencée.

- pour les définitions des indicateurs d'audience, l'ouvrage de Danielle BAHU-LEYSER, Hugues CHAVENON et Jacques DURAND, *Audiences des médias - Guide France-Europe*, Paris, Eyrolles, 1990.

15 ans et plus, la presse quotidienne nationale rassemble onze titres très diversifiés<sup>2</sup>. Cinq d'entre eux sont des quotidiens d'informations générales, *Le Figaro*, *France-Soir*, *Libération*, *Le Monde* et *Le Parisien* ; deux sont des quotidiens d'opinion, *L'Humanité* et *La Croix*; deux autres sont des quotidiens économiques, *Les Echos* et *La Tribune Desfossés* ; un seul est un quotidien sportif, *L'Equipe*. Enfin, un titre, *Le Journal du Dimanche*, bien qu'hebdomadaire, occupe une place à part dans ce paysage de la presse quotidienne nationale, puisqu'il est considéré comme "quotidien du 7ème jour".

Sur l'ensemble de ces titres, cinq ont une audience supérieure au million de lecteurs, sur la base de l'indicateur de "lecture dernière période"<sup>3</sup>. Ce sont *Le Journal du Dimanche* (1 527 000) , *L'Equipe* (1 386 000), *Le Parisien* (1 344 000), *Le Monde* (1 295 000) et *Le Figaro* (1 132 000). L'audience des six autres titres s'échelonne entre 685 000 pour *Libération* et 196 000 pour *La Croix*, avec 598 000 lecteurs pour *France-Soir*, 497 000 pour *Les Echos*, 249 000 pour *La Tribune Desfossés* et 248 000 pour *L'Humanité*.

La presse quotidienne nationale se caractérise par un lectorat plutôt francilien, avec 47% de lecteurs pour la seule région Ile-de-France, contre 53% pour l'ensemble des autres régions, et résidant, pour près des deux tiers (64%), soit dans des villes de plus de 100 000 habitants, soit dans l'agglomération parisienne. Par ailleurs, 60% des lecteurs de la presse quotidienne nationale sont des hommes, 45% appartiennent aux catégories socio-professionnelles supérieures (regroupant, pour l'IPSOS, les ingénieurs et cadres, les professions libérales, les chefs d'entreprise et les exploitants agricoles), en activité ou à la retraite, et 38% ont suivi des études supérieures. En outre, quatre lecteurs de quotidiens nationaux sur cinq sont âgés de moins de 60 ans (43% ont entre 35 et 59 ans ; 37% entre 15 et 34 ans).

Il s'agit d'un lectorat motivé - une large majorité (63%) achetant chaque titre au numéro - et fidèle, les deux tiers (67%) lisant un quotidien national au moins trois fois par semaine et près de la moitié (48%) le lisant tous les jours. Enfin, près d'un lecteur de presse quotidienne nationale sur deux (47%) consacre une demi-heure ou plus par jour à son journal et celui-ci est lu de préférence à domicile (69% des lecteurs) et après 18 heures (47%).

En somme, le lecteur de presse quotidienne nationale apparaît comme plutôt

.../..

---

<sup>2</sup> Il existe, en fait, 13 titres de presse quotidienne nationale. Mais deux n'ont pas été pris en compte dans l'étude SPOR-EuroPON-IPSOS - *Le Quotidien*, dont l'audience n'a pas paru suffisamment significative pour qu'il soit retenu, et *InfoMatin*, né le 10 janvier 1994, donc postérieurement à la réalisation de l'étude. Toutefois, pour *InfoMatin*, les résultats d'une étude Diapason/ISL, publiée en avril 1994, indiquent une diffusion journalière de 105 000 exemplaires et un nombre de lecteurs "dernière période" de 345 000.

<sup>3</sup> La **lecture dernière période** fournit le nombre de personnes déclarant avoir lu ou feuilleté au moins un support de presse au cours d'une période de parution du support, soit la veille pour un quotidien, une semaine pour un hebdomadaire, un mois pour un mensuel...

masculin, francilien ou urbain, de catégorie socioprofessionnelle supérieure, relativement jeune, motivé et fidèle. Le tableau 1 fournit une présentation succincte du profil de chacun des onze titres ayant fait l'objet de l'enquête SPQR-EuroPQN-IPSOS. Il met en évidence quelques traits dominants des lectorats de chacun de ces quotidiens nationaux.

Tableau 1  
La presse quotidienne nationale :  
ses principaux indicateurs

TITRE	Diffusion (en milliers)	LDP (en milliers)	Taux de circulation (LDP/Diff)	Pénétration (%) (LDP / Pop 15 ans et +)	H (%)	F (%)	15-34 ans (%)	35-59 ans (%)	C.S.P. Sup. (%)
LA CROIX	99	196	2,0	0,4	49	51	9,5	36	61
LES ECHOS	115	497	4,3	1,1	56	44	36	56,5	66
L'EQUIPE	310	1396	4,5	3,0	85	15	49	41	37
LE FIGARO	389	1132	2,9	2,5	53	47	29	38	55
FRANCE-SOIR	210	598	2,8	1,3	56	44	32	42,5	34
L'HUMANITE	66	248	3,7	0,5	65	35	29	46	33
LIBERATION	163,5	685	4,2	1,5	60	40	40	51,5	57
LE MONDE	323	1296	4,0	2,8	54	46	40	44	55
LE PARISIEN	399	1344	3,4	2,9	56	44	35	46	27
LA TRIBUNE DESFOSSÉS	72	249	3,5	0,5	71	29	28,5	62	68
LE JOURNAL DU DIMANCHE	189	1527	8,1	3,3	54	46	34	43	37

D'après chiffres OJD 1992 pour la diffusion et EuroPQN-IPSOS (fév. 1994) pour les autres valeurs

Ainsi, *La Croix* est-il le seul quotidien lu par davantage de femmes (51%) que d'hommes (49%). A l'inverse, *L'Equipe* et *La Tribune Desfossés* ont un lectorat essentiellement masculin (85% des lecteurs pour le premier ; 71% pour le second). *L'Equipe* apparaît également comme le quotidien de référence des 15-34 ans qui représentent près de la moitié de son lectorat (49%) - il est suivi par *Libération* et *Le Monde*, forts de 40% de lecteurs de cette tranche d'âge. A l'opposé, *La Tribune Desfossés* et *Les Echos* sont lus, en majorité, par des personnes d'âge mûr (respectivement 62% et 56,5% de lecteurs âgés de 35 à 59 ans) et appartenant aux catégories socio-professionnelles supérieures (68% et 66% de leurs lectorats respectifs). Enfin, seuls deux quotidiens nationaux, *L'Equipe* et *Le Journal du Dimanche*, ont une pénétration<sup>4</sup> égale ou supérieure à 3%.

## LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE

Forte de 77 titres et d'environ 6,5 millions d'exemplaires vendus chaque jour, la presse quotidienne régionale touche 17,3 millions de lecteurs "dernière période"

.../..

<sup>4</sup> La pénétration représente le pourcentage de lecteurs d'un support de presse par rapport à la population de référence.

hors Ile-de-France, soit 46,5% des résidents des régions métropolitaines concernées.

Malgré son morcellement, la presse quotidienne régionale est dominée par quelques groupes importants, au premier rang desquels se situe le groupe Hersant et les quelque 17 quotidiens de la métropole dans lesquels ce groupe détient des participations majoritaires. Sept autres groupes se partagent quasiment le reste du marché de la presse quotidienne régionale. Ce sont Centre-France, La Dépêche du Midi, L'Est Républicain, Le Midi Libre, Ouest-France, Sud-Ouest, et La Voix du Nord. Enfin, quelques quotidiens régionaux s'efforcent de maintenir leur indépendance, notamment *L'Alsace*, *La Marseillaise*, *Le Républicain Lorrain* ou *Le Télégramme de Brest*.

Sur les 77 titres qui constituent la presse quotidienne régionale, seuls trois dépassent le million de lecteurs "dernière période" : *Ouest-France* (2 242 000), *La Voix du Nord* (1 206 000) et *Sud-Ouest* (1 113 000).

Les lecteurs de la presse quotidienne régionale sont, à l'instar de ceux des quotidiens nationaux, en grande majorité, âgés de moins de 60 ans (69%), avec une dominante de 35-59 ans (41%). Autre point de similitude entre les deux types de presse quotidienne, la proportion importante de lecteurs issus des catégories socioprofessionnelles supérieures, en activité ou à la retraite (47% pour la presse régionale, contre 45% pour la presse nationale). De même, le lecteur de presse quotidienne régionale, tout comme celui de la presse quotidienne nationale, lit son journal de préférence à son domicile (79%).

Malgré les similitudes de comportement, les deux lectorats national et régional présentent, chacun, leurs propres spécificités.

De fait, à l'inverse du lectorat de la presse quotidienne nationale, à dominante masculine, celui de la presse quotidienne régionale comporte pratiquement autant d'hommes que de femmes (50,3% contre 49,7%). En ce qui concerne le type d'habitat, à la différence des lecteurs de la presse quotidienne nationale essentiellement urbains, ceux de province se répartissent à peu près équitablement entre les ruraux (32%), les habitants des villes moyennes (35%) et ceux des villes de plus de 100 000 habitants (33%). Enfin, contrairement au lecteur de quotidiens nationaux, celui de la presse régionale préfère lire son journal le matin et un lecteur de presse quotidienne régionale sur deux ne lui consacre que 10 à 30 minutes et seulement un sur trois plus de 30 minutes.

Une analyse de la pénétration de la presse quotidienne régionale hors Ile-de-France permet de relativiser l'implication des Français vis-à-vis de leur quotidien. On relève, en effet, que dans quatre régions plus de six résidents sur dix lisent régulièrement un quotidien, la Bretagne et la Corse (69% chacune), l'Alsace (67%) et

.../..

la Lorraine (64%). A l'opposé, dans trois régions, moins de 45% des habitants lisent régulièrement un quotidien, la Haute-Normandie (37%), la Picardie (41%) et la région Rhône-Alpes (42%), ce qui paraît, dans ce dernier cas, paradoxal, pour une région considérée comme la seconde région économique de France.

Une présentation exhaustive des lectorats des 77 titres de la presse quotidienne régionale ne se prêterait pas au contexte de ce dossier de presse. Aussi n'avons-nous retenu, comme exemples, que les titres de presse régionale participant au colloque ADMITECH : *L'Est Républicain*, *La Nouvelle République du Centre-Ouest*, *Ouest-France*, le groupe Le Progrès (qui, outre *Le Progrès*, réunit *La Tribune-L'Espoir*, *Lyon Matin*, *Loire Matin*, *Les Dépêches*, *L'Indépendant du Louhanais*, *Le Courrier de Saône-et-Loire* et *Lyon Figaro*) et *Le Provençal* (cf. tableau 2).

Tableau 2  
**Profil des lecteurs des quotidiens régionaux participant au colloque ADMITECH**

TITRE	Diffusion (en milliers)	LPD (en milliers)	Taux de circulation	Pénétration (en %)	H (en %)	F (en %)	15-34 ans (en %)	35-49 ans (en %)	50-64 ans (en %)	CSP sup.
L'EST REPUBLICAIN	342	734	3,0	39,5	51	49	25	25	27	68
LA NOUVELLE REPUBLIQUE DU C.-O.	267	759	2,8	33	50,5	49,5	28	25	21	32
OUEST-FRANCE	792	2242	2,8	39	51,5	48,5	28	26,5	24	38
Groupe LE PROGRES	460	1237	2,7	30	54	46	27	25	25	26
LE PROVENCAL	158	861	5,5	31	55	45	32	26	21	31
SUD-OUEST	368	1113	3,0	35	49,5	50,5	21	28	23,5	41

D'après chiffres OJD 1992 pour la diffusion et CESP, enquête 1992, pour les autres indicateurs

Malgré le poids dominant du journal *Ouest-France*, en termes de diffusion et d'audience, les cinq quotidiens régionaux présentent des taux de circulation<sup>5</sup> homogènes - autour de 3, ce qui correspond au taux de circulation moyen d'un quotidien. *Le Provençal* fait exception, avec un taux de circulation plus élevé, puisque chaque exemplaire diffusé est lu par plus de cinq personnes. D'autre part, les taux de pénétration confirment les tendances globales observées au niveau de l'ensemble de la presse quotidienne régionale, à savoir une lecture plus dense dans l'Est et l'Ouest de la France que dans le Sud-Est et le Midi. Cela se traduit par une pénétration plus forte pour *L'Est Républicain* et pour *Ouest-France* que pour *Le Progrès* et pour *Le Provençal*.

Par ailleurs, l'appartenance d'un lecteur sur trois aux catégories socio-professionnelles supérieures rejoint la moyenne nationale des lecteurs de presse quotidienne (34%). On peut toutefois noter que *Ouest-France* attire un lectorat de ce type plus important que la moyenne nationale (38%), alors que *Le Progrès* se situe,

.../..

<sup>5</sup> Le taux de circulation d'un support de presse représente le rapport du nombre de lecteurs du support à sa diffusion.

avec 26%, en-deçà de cette moyenne, pourtant, les agglomérations de Lyon et de Grenoble se situent sur sa zone de diffusion.

## LA PRESSE PERIODIQUE

La France compte environ 2 500 titres de presse périodique distribués par les NMPP<sup>6</sup>. Ces titres se répartissent en trois catégories : les magazines d'information générale (qui réunissent une dizaine de titres au total), les périodiques spécialisés "grand public" (près de 1 250 titres) et les périodiques techniques et professionnels (près de 1 200).

Sur l'ensemble de ces titres, deux cents, appartenant essentiellement aux deux premières catégories, réalisent 80% de l'audience. La presse professionnelle ayant un tirage dix fois inférieur à celui de la presse périodique spécialisée "grand public", c'est donc cette catégorie de presse qui cumule les plus grands tirages et les plus fortes audiences.

Les périodiques spécialisés "grand public" sont regroupés en une quinzaine de centres d'intérêt. Trois de ces centres d'intérêt détiennent à eux seuls le quart du marché de la presse spécialisée "grand public", en termes de diffusion. La presse de télévision et de spectacle vient largement en tête, avec 12,5% de la diffusion totale annuelle<sup>7</sup>. Elle enregistre les plus fortes audiences, avec 11 millions de lecteurs "dernière période" pour *Télé 7jours* ou 10,9 millions pour *TV Magazine*. Vient ensuite, la presse féminine, forte de 7% de diffusion totale annuelle et d'audiences élevées, par exemple *Femme Actuelle* et ses 8,4 millions de lectrices ou *Prima* et ses 5,4 millions de lectrices. La presse sportive détient la troisième position, avec 6% de diffusion totale et des titres comme *Sport Auto* et son 1,4 million de lecteurs ou *Tennis Magazine* et son 1,1 million de lecteurs.

La presse de vulgarisation scientifique et technique (même en y incluant la presse informatique), n'occupe que la douzième place parmi ces centres d'intérêt, juste avant la presse d'annonces et la presse masculine. Elle réalise seulement 0,5% de la diffusion totale annuelle de la presse spécialisée "grand public", soit 23,3 millions d'exemplaires. Toutefois, ses titres recueillent des scores d'audience comparables à ceux de centres d'intérêt plus présents sur le marché de la presse spécialisée grand public. Ainsi, les 3,8 millions de lecteurs de *Science et Vie* sont-ils comparables, en audience, à un magazine féminin comme *Voici*. De même, le 1,8 million de lecteurs de *Science et Avenir* dépasse l'audience d'un périodique comme *Télé Magazine*.

.../..

---

<sup>6</sup> Nouvelles messageries de la presse parisienne, messageries contrôlées par le groupe Hachette et des coopératives de journaux.

<sup>7</sup> Selon l'enquête annuelle de 1991 du SJTI (Service juridique et technique de l'information), dernière enquête parue, la diffusion totale annuelle de la presse spécialisée "grand public" s'élève à 4,85 milliards d'exemplaires.

Pour ce qui concerne enfin les magazines d'information générale, ils totalisent environ 200 millions d'exemplaires de diffusion annuelle avec des audiences variant de 4,5 millions de lecteurs "dernière période" pour *Paris-Match* à 1,6 million pour *Le Point*. Les tableaux 3 et 4 donnent un aperçu du lectorat de quelques magazines d'information générale - *L'Express*, *L'Événement du Jeudi*, *Le Nouvel Observateur* et *Le Point* - et de quelques périodiques de vulgarisation scientifique - *Ça m'intéresse*, *La Recherche*, *Science et Avenir*, *Science et Vie* et *Science et Vie Micro*. Ils font apparaître quelques caractéristiques de ces types de presse.

Tableau 3  
Le lectorat de quelques magazines d'information générale

TITRE	Diffusion (en milliers)	LPD (en milliers)	Taux de circulation	Pénétration (en %)	H (en %)	F (en %)	15-34 ans (en %)	35-49 ans (en %)	50-64 ans (en %)	CSP sup. en activité (en %)
L'EXPRESS	571	2691	4,7	6	52	48	38	31	19	56,5
L'ÉVÉNEMENT DU JEUDI	216	1732	8,0	4	54	46	36	37	15	58
LE NOUVEL OBSERVATEUR	417	2751	6,6	6	51	49	36	35	18	58
LE POINT	303	1585	5,2	3,5	54	46	32	33,5	20	56

D'après chiffres AEPM, enquête 1994 précitée

Tableau 4  
Le lectorat de quelques périodiques de  
vulgarisation scientifique et technique

TITRES	Diffusion en milliers	L.D.P. en milliers	Taux de circulation	Pénétration %	H %	F %	15-34 ans %	35-49 ans %	50-64 ans %	NIVEAU D'INSTRUCTION			HABITAT			CSP Sup (%) en activité
										secondaire	technique	supérieur	rural	app. 0 100 000 hab	app. parisienne	
Ça m'intéresse	330	3966	12,0	9	49	51	52	32	12	32	26	31	22,5	36	15	51
La Recherche	85	781	9,2	2	58	42	52	28	14,5	20	12	59,5	13	32	31	66
Sciences et Avenir	190	1838	9,7	4	58	42	52	31	11	28	19,5	47	19	33	24	61
Science et Vie	328	3768	11,5	8	59	41	52	30	13	33	23	36	20	35	18,5	56
Science et Vie Micro	102	893	8,8	2	81	19	55	36	8	24	19	54	15	30	33	76

D'après chiffres OJD 1992 pour la diffusion ;  
CESP 1992 pour *La Recherche* et AEPM 1994 pour les autres titres

Ainsi, le lectorat de la presse périodique d'information générale apparaît-il plus masculin que féminin, également réparti entre les jeunes, les individus d'âge moyen et d'âge mûr et composé en majorité de catégories socio-professionnelles supérieures.

Comme le public de la presse périodique d'information générale, celui de la presse périodique de vulgarisation scientifique et technique est, à l'exception de *Ça*

.../..

*m'intéresse*, plus masculin que féminin. Ce phénomène s'accroît pour les revues informatiques comme *Science et Vie Micro*, lu par huit lecteurs masculins sur dix. Par ailleurs, ce type de presse, essentiellement mensuelle, présente un taux de circulation important, de l'ordre de 12 pour *Ca m'intéresse* et de 11,5 pour *Science et Vie*<sup>8</sup>. En outre, si l'appartenance dominante du lectorat de la presse de vulgarisation scientifique et technique aux catégories socioprofessionnelles supérieures (60% en moyenne) et au niveau d'instruction supérieur (46%) confirme une idée généralement admise, d'autres caractéristiques de ce lectorat balayent, au contraire, les idées reçues.

En particulier, plus de la moitié des lecteurs de la presse de vulgarisation scientifique et technique sont âgés de moins de 35 ans, notamment pour *Science et Vie Micro* (55%). De plus, ce type de presse attire davantage de lecteurs de niveau d'instruction secondaire que de niveau d'instruction technique, ces derniers se sentant probablement plus attirés par la presse spécialisée professionnelle, par exemple *L'Usine Nouvelle*. Enfin, si la presse de vulgarisation scientifique et technique intéresse principalement les habitants des grandes agglomérations (qui constituent un tiers de son lectorat) et ceux des communes rurales, elle ne semble pas particulièrement intéresser les franciliens.

## CONCLUSION

Avant de conclure ce rapide tour d'horizon du lectorat de la presse française, il nous paraît intéressant de situer cette presse par rapport à celle des autres pays d'Europe occidentale.

Force est de constater la faiblesse de la presse quotidienne française en nombre de titres (94 titres en 1991), ce qui place la France en 6ème position, derrière l'Allemagne (416 titres), l'Espagne (131), la Suisse (127), la Suède (107) et la Grande-Bretagne (103). En diffusion journalière, avec 8,8 millions d'exemplaires, la France arrive en 3ème position, après l'Allemagne (24,2 millions et la Grande-Bretagne 20,9 millions)<sup>9</sup>.

Mais les Français compensent cette faiblesse en lecture de quotidiens par une forte consommation de magazines. Dans ce domaine, la France occupe la première place en Europe, en nombre d'exemplaires diffusés pour 1 000 habitants : 1 314 en 1991, contre 1 078 en Allemagne et loin devant la Grande-Bretagne, dernier pays européen consommateur de magazines, avec seulement 656 exemplaires diffusés pour 1 000 habitants. En particulier, pour ce qui est de la presse hebdomadaire, la

.../..

---

<sup>8</sup> Il convient de préciser, à titre de comparaison, que le taux de circulation varie entre 5 et 8 pour les hebdomadaires d'information générale présentés dans le tableau 3.

<sup>9</sup> Cf. FIEJ (Fédération Internationale des éditeurs de journaux), *World Press Trends*, Paris, Frank Salomon éditeur, 1993.



France se place en 2ème position derrière la Grande-Bretagne, aussi bien en nombre de titres (850 pour la Grande-Bretagne, contre 287 pour la France) qu'en diffusion (respectivement 6,7 et 3,1 millions d'exemplaires)<sup>10</sup>.

Quoi qu'il en soit, la physionomie du lectorat de la presse française met en lumière plusieurs traits marquants.

En premier lieu, le temps important passé, en France, à la lecture de la presse (45 minutes par jour, en moyenne, toutes catégories de lecteurs confondues), l'achat en kiosque du journal quotidien et la préférence donnée au domicile comme lieu de lecture montrent l'implication des Français envers leur presse. D'autre part, le lectorat de la presse quotidienne et des périodiques d'information générale et de vulgarisation scientifique et technique apparaît constitué majoritairement d'hommes, de personnes appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures et de résidents de communes urbaines. Sur ce dernier point, la provenance des deux tiers du lectorat de la presse quotidienne régionale de villes moyennes et de plus de 100 000 habitants - et non plus de communes rurales - montre que ce lectorat a suivi, au cours des vingt dernières années, une évolution similaire à celle de l'ensemble de la population française, marquée notamment par la désertification des campagnes.

Enfin, l'intérêt des jeunes de moins de 35 ans pour la presse de vulgarisation scientifique et technique confirme leur engouement pour les nouvelles technologies (informatique, consoles vidéo, disques compacts interactifs ... ). En revanche, l'intérêt que portent les ruraux à ce type de presse - un intérêt de même amplitude que celui des habitants de l'agglomération parisienne - bouleverse bien des idées reçues sur la consommation des genres d'information en fonction du niveau d'urbanisation. Concrètement, on peut estimer les lecteurs de moins de 35 ans et les ruraux directement concernés par l'information scientifique et technique à respectivement 10 millions et 3,6 millions de personnes<sup>11</sup>. Or, ce sont précisément les jeunes et les ruraux qui se situent en-deçà de la moyenne nationale en tant que consommateurs de presse.

Finalement, à une époque où la presse se trouve confrontée à un marché publicitaire en récession, mais où il lui reste à explorer de vastes marchés potentiels de lecteurs, elle peut, en s'ouvrant à de nouveaux centres d'intérêt, espérer drainer vers elle ces lectorats supplémentaires. L'information scientifique et technique, par l'attrait qu'elle exerce, en particulier auprès des jeunes et des ruraux, semble tout naturellement constituer l'une des clefs de cet apport.

Danielle BAHU-LEYSER  
Hugues CHAVENON

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Les périodiques d'information scientifique et technique étant pratiquement des mensuels, on peut estimer leur diffusion à près de deux millions par mois. Comme le taux de circulation moyen de ces périodiques est de 10 (cf. tableau 4), la lecture "dernière période" peut être évaluée à 2 000 000 x 10 = 20 000 000 lecteurs.