Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Encaissements de mai : enfin une bonne nouvelle !

mer 17/06/2026 - 09:41



Chères consœurs, chers confrères,

Si l'on compare les chiffres de l'année 2025 par rapport à 2026, on ne peut pas dire que l'année avait bien commencé. Chaque mois, une nouvelle comparaison négative venait s'ajouter à une situation défavorable pour la consommation des biens culturels, et de la presse en particulier. Avril 2026 avait constitué une rupture bienvenue. La vente de presse du spécialiste indépendant moyen restait négative, mais à un niveau bien plus raisonnable, qui nous laissait de l'espoir pour la suite.

Le mois de mai nous apporte enfin l'infléchissement espéré, avec une progression de l'encaissement presse de près de 4 % (+3,7 %). Une météo particulièrement favorable et une succession de ponts ou de week-ends prolongés a boosté nos ventes. Le moral revenu, nos concitoyens ont visiblement acheté de la presse. C'est une excellente nouvelle, dont il faut se féliciter, à l'aube d'une saison estivale qui devrait se révéler exceptionnellement riche sur le plan sportif.

Dans le détail, nous relevons un bond significatif des publications, qui progressent de près de 8% par rapport à mai 2025 (+7,8 %). Une performance assez généralisée, qui profite à sept univers merchandising sur treize. Si la palme revient à l'univers « ados et musique » avec 31 % de progression, on relativisera en rappelant que cet univers pèse pour moins de 2 % de nos ventes en moyenne. Plus sérieusement, si l'on se penche sur notre top 5 – qui représente 70 % de nos ventes de publications – on relèvera une progression de 24,7 % de la presse enfants, qui a bien profité de ce mois aux airs de vacances. On observera que la presse d'actualité générale a bien tiré son épingle du jeu (+5,3 %), à contre-courant de la situation des quotidiens nationaux -8,7 %. Peut-être faut-il voir là une envie de donner du sens et de la perspective à une actualité changeante et imprévisible, quand l'information immédiate déroute. Les quotidiens sportifs s'en

sortent mieux avec une légère baisse de -1,8 %. Une performance encourageante en perspective d’un été sportif. La presse TV progresse légèrement et les féminins résistent assez bien.

Ces résultats permettent de corriger franchement la performance en cumul du spécialiste indépendant moyen, réduisant la baisse de notre activité presse à moins de 3 % (2,9 %) sur cinq mois. Un seul point négatif tout de même, avec une fréquentation en net retrait : -7,3 %, sous l’effet conjugué d’une baisse des actes d’achats de quotidiens, mais aussi des difficultés rencontrées sur nos marchés de diversification. Il y a là un sujet à surveiller, et sans doute la nécessité d’imaginer collectivement des campagnes de promotions du point de vente, afin d’enrayer cette tendance et de guider les consommateurs vers nos commerces culturels de proximité, acteurs de la vie sociale de nos territoires au service d’un produit pas tout à fait comme les autres.

Jean-Michel Detchart
Président national de Culture Presse
