Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Encaissements presse : confirmation de rentrée

mer 14/10/2026 - 10:17



Chères consœurs, chers confrères,

Après un été relativement favorable pour les encaissements presse , avec un mois de juillet plus performant que le mois d'août, septembre confirme cette tendance avec une croissance de l'encaissement presse de +1% par rapport à septembre 2025 pour le marchand spécialiste indépendant moyen. C'est donc avec satisfaction que nous constatons une certaine dynamique qui nous permet d'enregistrer une stabilisation de nos encaissements cumulés sur neuf mois, lorsqu'on compare à la même période de l'an passé. En réalité, il s'agit même d'une légère progression (+0,2%) même si on reste dans l'épaisseur du trait. Une performance remarquable, dans un marché en érosion structurelle, et alors que les niveaux de commission du spécialiste indépendant ont progressé de 10% en moyenne depuis le 1er janvier de cette année.

Sans surprise, ce sont les publications qui tirent la tendance vers le haut en ce mois de rentrée, avec une hausse de + 2,4%, signant là une progression ininterrompue de six mois, très encourageante pour la fin d'année. Les familles du top 5 résistent bien, sauf en ce qui concerne la presse TV à la peine ce mois-ci (-8,8%). C'est la rentrée, et si la prolongation d'une météo estivale ne semble pas être propice à la télé, la presse enfants progresse quant à elle de 1%. On notera également que la presse féminine enregistre désormais des baisses modérées (-2,2%) après le creux du début d'année. Curieusement, l'encyclopédie fait un bon mois, flirtant avec une croissance de près de 5%. C'est ainsi le deuxième mois de progression pour ce marché, même s'il reste fragile depuis plusieurs mois et qu'il est plus que prématuré de parler de redressement. Du côté des quotidiens nationaux, les chiffres sont moins bons, avec une baisse de l'encaissement de 6% en septembre.

La presse quotidienne d'information politique et générale se redresse un peu par rapport à août, mais elle enregistre malgré tout une baisse de 3%. C'est la famille sport qui réalise la plus

mauvaise performance : -26,1%. Il faut dire que l’on se compare là aux excellents chiffres enregistrés en septembre 2025.

La fréquentation reste toujours en recul d’environ 4% depuis le début de l’année, ce qui entraine une baisse de 3,4% des encaissements tous produits confondus dans nos magasins.

Ces chiffres nous montre bien l’importance du réseau des marchands spécialistes pour toute la filière presse, et nous conforte dans l’idée que le produit presse reste encore un vecteur de flux et de croissance dans nos magasins qu’il ne faut surtout pas négliger.

Jean-Michel Detchart
Président national de Culture Presse
