



● **observatoire**  
des métiers **de la presse**

Les métiers  
de la presse en 2010

**Etude statistique des données fournies par  
AUDIENS (DADS)**



**AFDAS**

• Novembre 2012

# Sommaire

<b>1. Méthodologie et définitions</b>	4
1.1 - Méthodologie	5
1.2 - La cartographie des métiers de la presse	6
<b>2. Données générales</b>	9
2.1 - Répartition Hommes / Femmes	11
2.2 - L'âge	12
2.3 - Le statut professionnel	13
2.4 - Le type de contrat	14
2.5 - Les formes de presse	15
2.6 - Les revenus	16
<b>3. Recrutements et départs</b>	18
3.1 - Répartition Hommes / Femmes	21
3.2 - L'âge	22
3.3 - Le statut professionnel	23
3.4 - Le type de contrat	24
3.5 - Les formes de presse	25
3.6 - Les revenus	26
<b>4. Les profils type, domaine par domaine</b>	29
4.1 - Élaboration et production des contenus éditoriaux	30
4.2 - Fonctions support	34
4.3 - Développement de la diffusion et de l'audience	37
4.4 - Logistique	39
4.5 - Impression et fabrication	41
4.6 - Activités commerciales publicitaires	43
4.7 - Marketing stratégique	45
4.8 - Gestion des ressources documentaires	47

<b>5. Les métiers par forme de presse</b> .....	49
5.1 - La presse magazine .....	50
5.2 - La presse quotidienne régionale .....	53
5.3 - La presse spécialisée .....	57
5.4 - Les agences de presse .....	60
5.5 - La presse quotidienne nationale (PQN) et la presse hebdomadaire nationale (PHN) ..	63
5.6 - Le routage .....	66
5.7 - La presse hebdomadaire régionale .....	68
5.8 - Le portage .....	71
5.9 - L'imprimerie de presse .....	72
5.10 - La presse gratuite .....	74
<b>6. Conclusion</b> .....	76

1

# MÉTHODOLOGIE ET DÉFINITIONS



# 1. Méthodologie et définitions

## 1.1. Méthodologie

### *Sur le périmètre de l'étude*

Le champ de l'étude est déterminé par l'Observatoire des Métiers de la Presse.

Intègrent le périmètre de la presse les entreprises possédant un **code NAF presse** et exerçant une **activité de presse**.

### *Sur la matière analysée*

Les données à l'origine de cette étude qualitative proviennent des DADS-U (norme informatique de « déclaration automatisée de données sociales-unifiées ») reçues en 2010 par **la caisse de retraite et de prévoyance AUDIENS**.

Les entreprises du secteur de la presse écrite qui adhèrent aux institutions de retraite complémentaire du Groupe Audiens, retournent également à cet organisme leur déclaration nominative annuelle des salaires qui permet d'attribuer les points de retraite à chaque salarié.

Ces déclarations renseignent notamment, pour chaque période d'activité déclarée : l'identité du salarié, la date de début d'activité et la date de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut (après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction).

Les informations contenues dans ces déclarations permettent également de disposer de **l'intitulé de l'emploi occupé par les salariés**. Seul le support DADS-U renseigne la nature de l'emploi. Cependant toutes les entreprises n'utilisent pas ce support de déclaration.

Ainsi, 66% des entreprises ayant envoyé leur déclaration nominative annuelle des salaires 2010 à AUDIENS, ont utilisé la norme DADS-U. Elles étaient 63% en 2009. Celles-ci captent **92% de la masse salariale, soit 73.179 salariés**.

Conformément au rapport sur les salariés de la presse en 2010, le total des salariés s'élève à **80.739. Le différentiel est donc de 9,4% (7.560 salariés)**.

**La mise en correspondance des libellés de poste contenus dans les DADS-U avec les profils type de la cartographie des métiers de la presse a été réalisée par l'Observatoire des Métiers de la Presse**. Cependant, les intitulés d'emplois déclarés ne sont pas toujours suffisamment explicites pour qu'on puisse les rattacher à un métier. Ainsi, **19,2% des libellés** n'ont pas pu être rattachés à un profil type (en 2009, ce chiffre s'élevait à 23%).

### *Sur le traitement et la lecture des données*

Les nomenclatures utilisées sont propres au secteur : elles s'appuient sur les « **formes de presse** » du secteur. Ces formes de presse sont en général représentées par un syndicat patronal.

Les statuts professionnels ont été regroupés en trois catégories : **Cadres / Non cadres/ Pigistes**.

Les données collectées par AUDIENS ne permettent pas d'isoler **la population des journalistes**, autres que **les pigistes**.

Des données sur les **journalistes** et les **pigistes** sont également disponibles sur le site de l'Observatoire des Métiers de la Presse. Y sont traitées chaque année depuis 2000 les données de la CCIJP (Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels).

A noter toutefois qu'AUDIENS et la CCIJP n'ont pas la même définition de ce qu'est un **pigiste**, et qu'en conséquence le périmètre des individus concernés n'est pas le même. Pour définir la catégorie des pigistes, AUDIENS prend en compte toutes les personnes ayant réalisé au moins une pige dans l'année sans qu'elles aient nécessairement un statut de journaliste professionnel. La CCIJP dénombre quant à elle les journalistes pigistes qui ont une carte de presse.

## 1.2. **La cartographie des métiers de la presse**

Lors de la réalisation de la cartographie des métiers de la presse en 2008, l'Observatoire des métiers avait identifié sept grands domaines d'activité. En 2011, la cartographie a évolué et comprend maintenant huit domaines d'activité. A notamment été créé un nouveau domaine d'activité, le « marketing stratégique ». Ces domaines regroupent l'ensemble des activités que l'on trouve en presse, y compris les fonctions support.

L'Observatoire des métiers a également identifié **35 profils type**<sup>1</sup>. Les profils type se construisent par agrégation d'activités qui peuvent provenir de différents domaines. Cependant, un profil type est généralement associé à un domaine en particulier.

Les informations qui suivent ont pour objectif de fournir des informations sur le nombre et les caractéristiques des salariés, par domaine et par profil type.

**Ainsi, et pour la seconde fois<sup>2</sup>, le secteur de la presse écrite dispose d'informations sur les salariés, ventilées par domaine et profil type.** Ces informations sont précieuses, car elles permettent d'alimenter la réflexion prospective sur les évolutions des métiers (cf. le chantier « Prospective des métiers de la presse<sup>3</sup> ») et de faire des préconisations qui tiennent compte des profils et des caractéristiques des personnes qui occupent les métiers.

Cependant, et même si ces informations sont importantes, il reste que des données quantitatives de ce type ne présenteront un réel intérêt que sur la durée. Il sera donc majeur de suivre leur évolution dans le temps et de reproduire cet exercice tous les ans, à date fixe.

Sont fournies, dans les chapitres 2 et 3, des données générales et globales sur les salariés, pour l'ensemble des domaines d'activité. Dans le chapitre 4, les données sont présentées domaine par domaine. Dans le chapitre 5, les données sont présentées par forme de presse.

Les informations portent sur **l'effectif, le sexe, l'âge, le statut professionnel, le type de contrat et les revenus.**

<sup>1</sup>. Le profil type constitue un modèle de référence à partir duquel on peut décrire plus finement les emplois ou les postes que l'on peut trouver dans les différentes entreprises de presse écrite. Il offre une représentation générique des principaux métiers de la presse écrite et se construit par agrégation d'activités tirées de la cartographie.

<http://cartographie.metiers-presse.org/>. Dans la première version de la cartographie, il y avait 46 profils type. A noter que l'évolution de la cartographie, et notamment la réduction du nombre de profils type en 2011, empêche certaines comparaisons avec le rapport précédent.

<sup>2</sup>. La première édition est sortie en 2011 et présentait les données 2009

<sup>3</sup>. Voir le site internet de l'Observatoire des métiers de la presse / Réflexions prospectives / Prospective Métiers : <http://www.metiers-presse.org/?uid=63>



## Les 8 domaines d'activité et les 35 profils type de la cartographie des métiers de la presse<sup>4</sup>

### Elaboration et production de contenus éditoriaux

Rédacteur en chef  
Reporter / Rédacteur  
Reporter Photographe  
Animateur de communautés  
Directeur artistique  
Editeur multimédia  
Développeur éditorial

### Développement de la diffusion et de l'audience

Responsable marketing éditorial  
Responsable acquisition d'audience  
Responsable abonnement  
Responsable vente au numéro

### Gestion des ressources documentaires

Documentaliste multimédia

### Impression et fabrication

Directeur de production print  
Fabricant  
Technicien d'impression  
Opérateur de production

### Marketing stratégique

Responsable marketing stratégique  
Responsable Etudes & Recherche  
Responsable communication titre(s)

### Logistique

Logisticien  
Responsable expédition routage & portage  
Porteur de presse

### Activités commerciales publicitaires

Commercial publicité  
Responsable production publicitaire

### Fonctions support

Administrateur Base de données  
Comptable  
Contrôleur de gestion  
Administrateur Systèmes et Réseaux  
Responsable informatique  
Resp. Administration des ventes  
Resp. Achats et Approvisionnements  
Resp. juridique d'entreprise  
Resp. Recrutement et Mobilité  
Resp. RH et Admin. du personnel  
Resp. Formation

<sup>4</sup>. Version de la cartographie au 19 décembre 2011. La cartographie des métiers de la presse est en ligne : <http://cartographie.metiers-presse.org/>

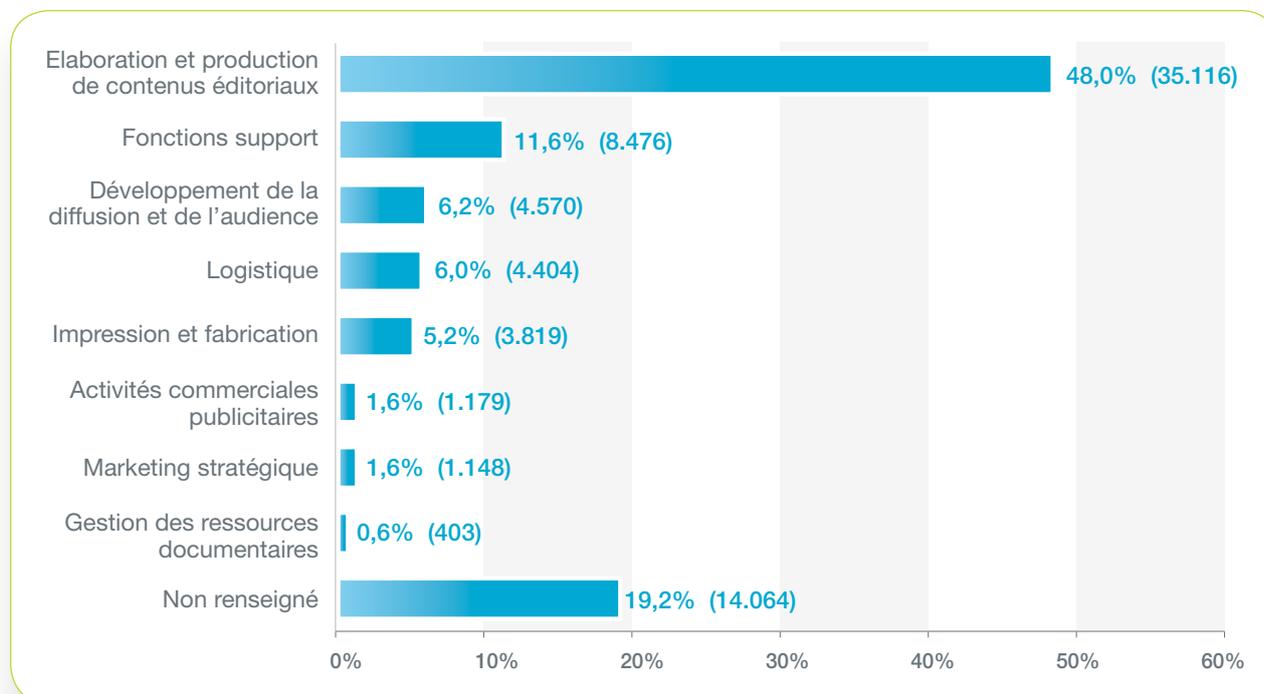
2

# DONNÉES GÉNÉRALES



## 2. Données générales

GRAPH.1 : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ EN 2010 (EN %)



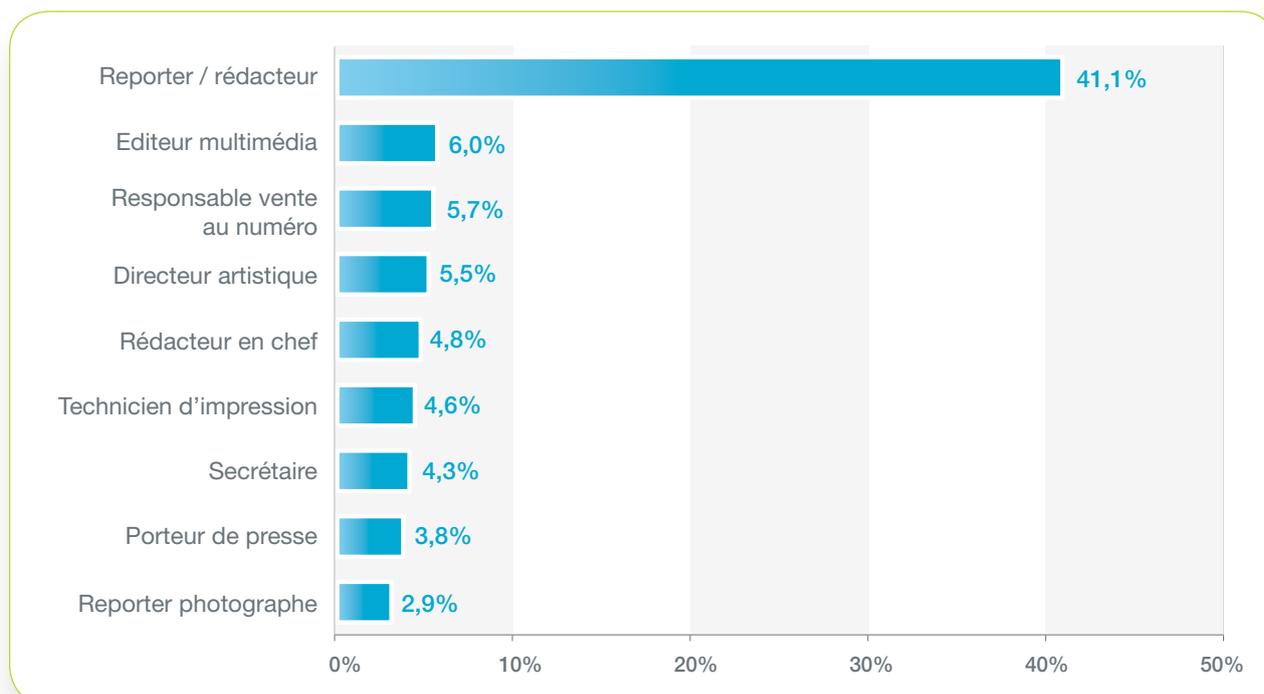
Des huit domaines d'activité qui composent la cartographie, c'est le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » qui regroupe le plus grand nombre de salariés, avec 48% des effectifs du secteur (soit 35.116 salariés).

Ce domaine regroupe l'ensemble des activités éditoriales, quel que soit le support. Les 7 profils type de ce domaine sont les suivants : rédacteur en chef, reporter rédacteur, reporter photographe, directeur artistique, éditeur multimédia, animateur de communautés et développeur éditorial.

Le second domaine le plus important en volume regroupe les fonctions support (11,6% de l'effectif, soit 8.476 salariés) : il s'agit des fonctions RH, finance, informatique...

Le troisième domaine regroupe les activités liées au développement et à la diffusion de l'audience (6,2%, soit 4.570 salariés). Ce domaine couvre l'ensemble des activités qui visent à promouvoir la vente ou l'abonnement des produits éditoriaux, quel que soit le support (papier ou numérique) et qui s'appuient sur une meilleure connaissance du lectorat.

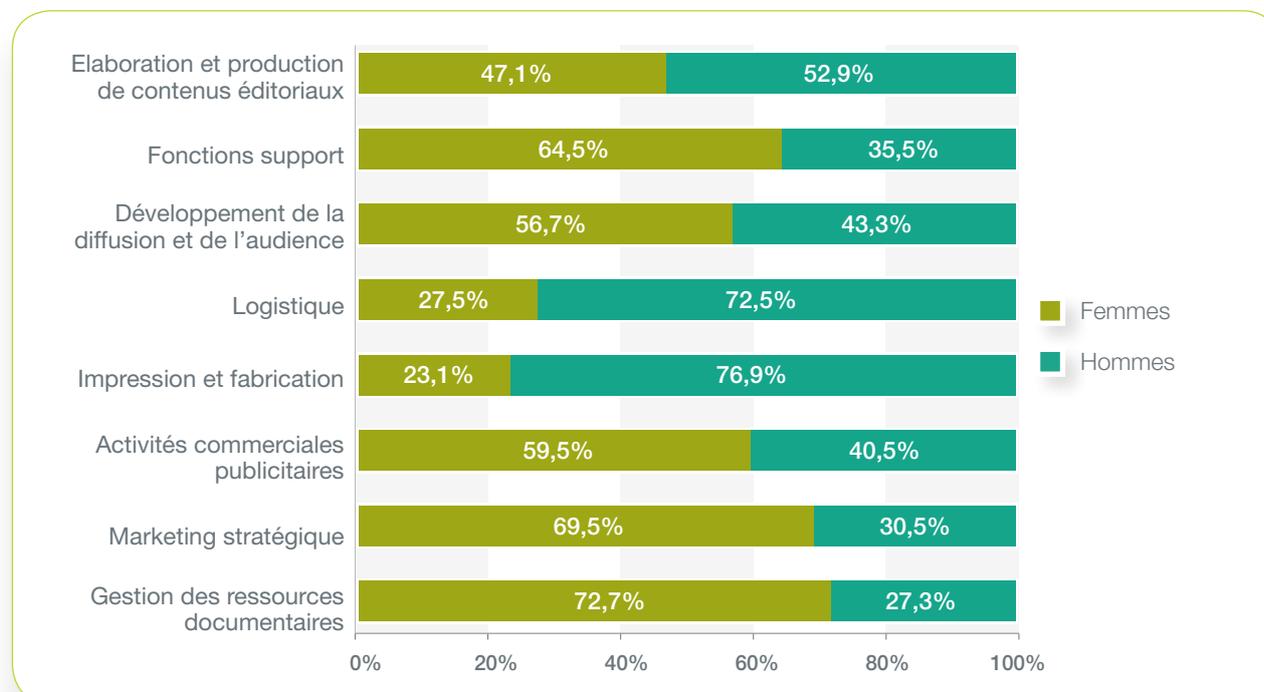
## GRAPH.2 : EFFECTIFS DES NEUF PREMIERS PROFILS TYPE (EN %)<sup>5</sup>



Parmi les 35 profils type de la cartographie des métiers, celui qui regroupe le plus de salariés est celui de reporter rédacteur (41,1%).

## 2.1. Répartition Hommes / Femmes

### GRAPH.3 : RÉPARTITION HOMMES / FEMMES PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ EN 2010 (EN %)

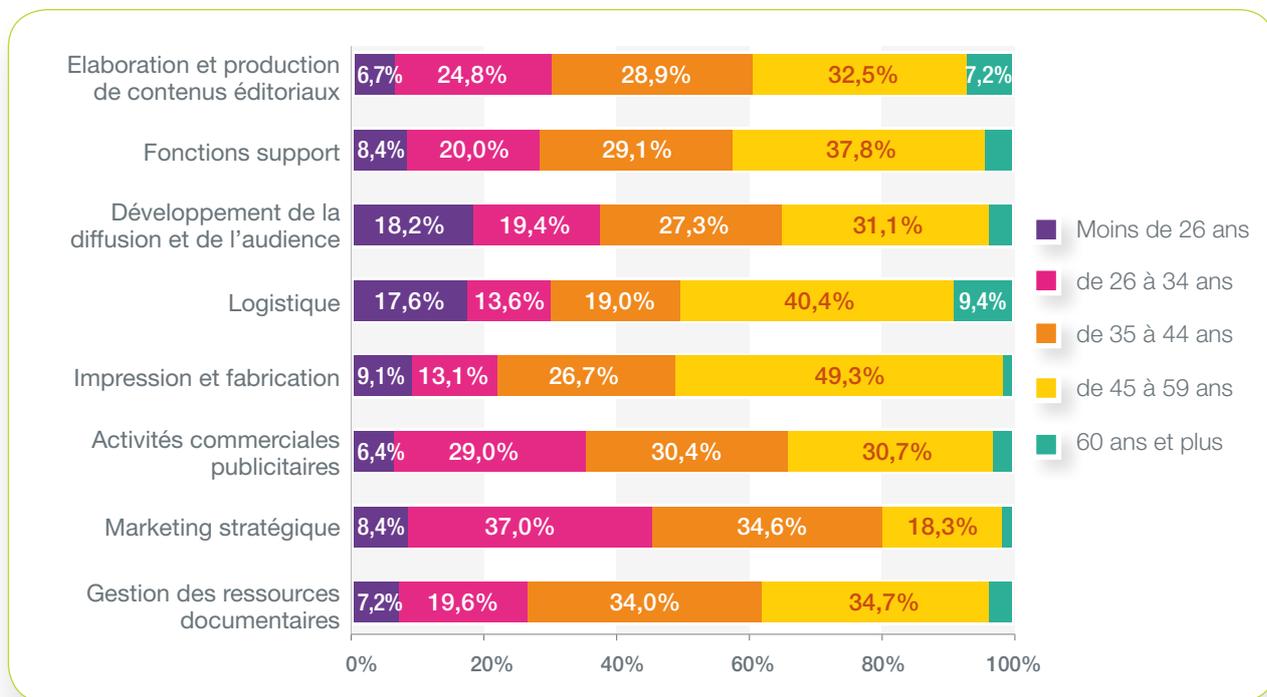


Les répartitions H/F font apparaître davantage de femmes dans cinq domaines d'activité sur huit, les plus féminisés étant la gestion des ressources documentaires, le marketing stratégique (avec une majorité de femmes dans le profil de responsable communication) et les fonctions support.

<sup>5</sup>. Ces données ne sont pas dédoublonnées : cela signifie qu'un individu qui aurait occupé deux fonctions dans l'année sera compté deux fois.

## 2.2. L'âge

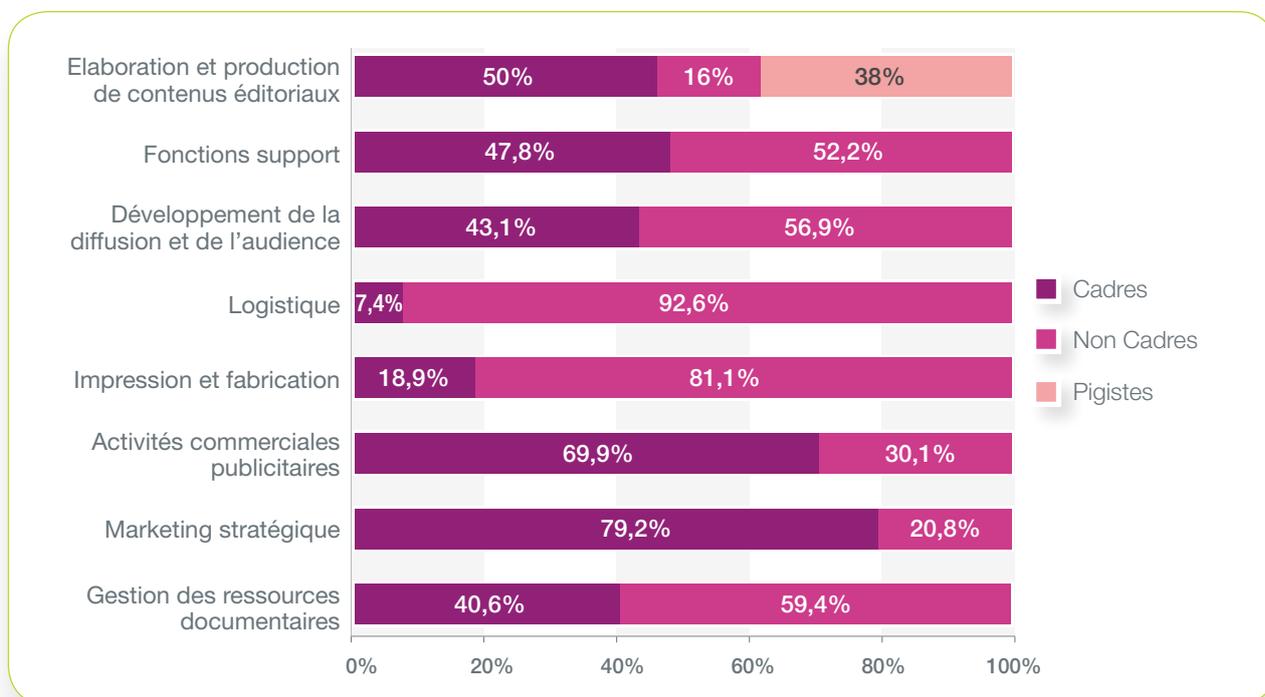
**GRAPH.4 : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



Les salariés les plus jeunes (moins de 35 ans) sont en marketing stratégique (45,4%), en développement de la diffusion et de l'audience (37,6%) et en activités commerciales et publicitaires (35,4%). Les salariés les plus âgés (45 ans et plus) sont en impression et fabrication (51,1%), en logistique (49,8%) et dans les fonctions support (42,4%).

## 2.3. Le statut professionnel

**GRAPH.5 : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010**  
(EN %)



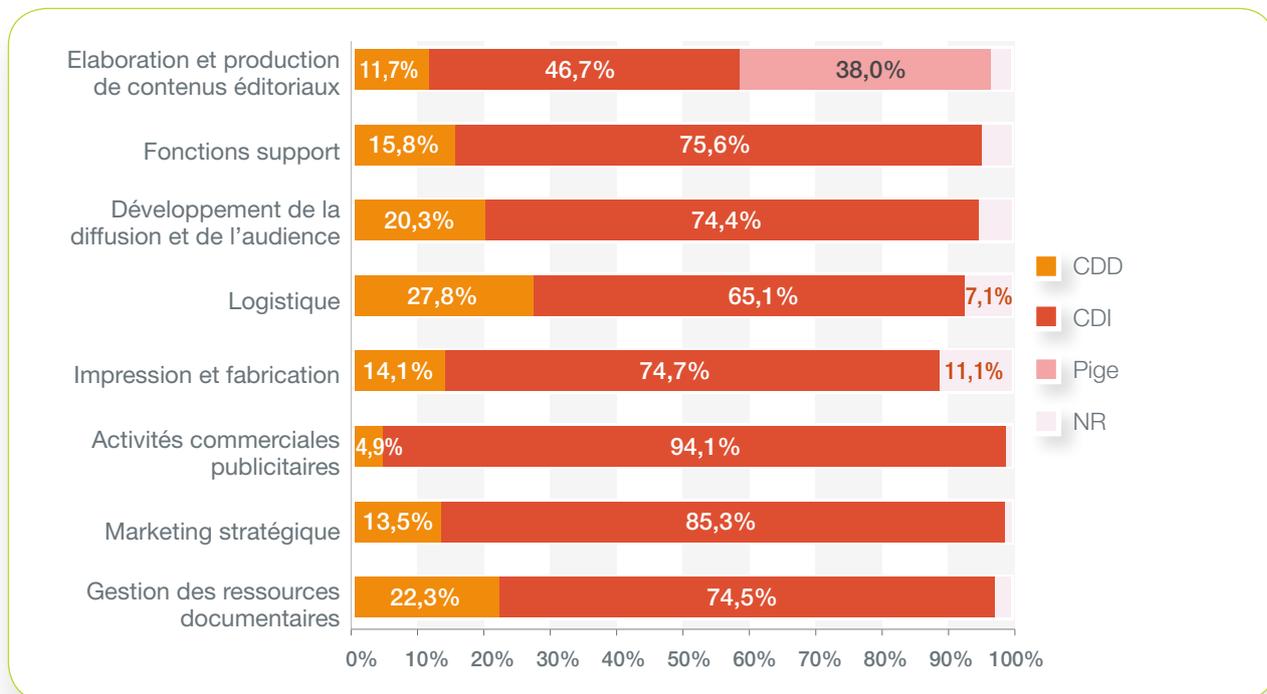
La répartition des effectifs par statut varie beaucoup d'un domaine d'activité à l'autre.

Dans le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux », 38% sont pigistes, en augmentation de sept points par rapport à 2009.

Pour les autres domaines, et excepté pour le « marketing stratégique » et les « activités commerciales publicitaires », le pourcentage de cadres est inférieur à celui des non cadres.

## 2.4. Le type de contrat

GRAPH.6 : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)



La majorité des contrats est de type « CDI », mais les proportions de CDI et de CDD varient d'un domaine d'activité à l'autre.

Mis à part le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux » qui intègre une forte proportion de pigistes, c'est en logistique que le nombre de CDD est le plus élevé (27,8%), suivi du domaine « gestion des ressources documentaires » (22,3%) et du « développement de la diffusion et de l'audience » (20,3%).

## 2.5. Les formes de presse<sup>6</sup>

La répartition des effectifs par forme de presse laisse apparaître :

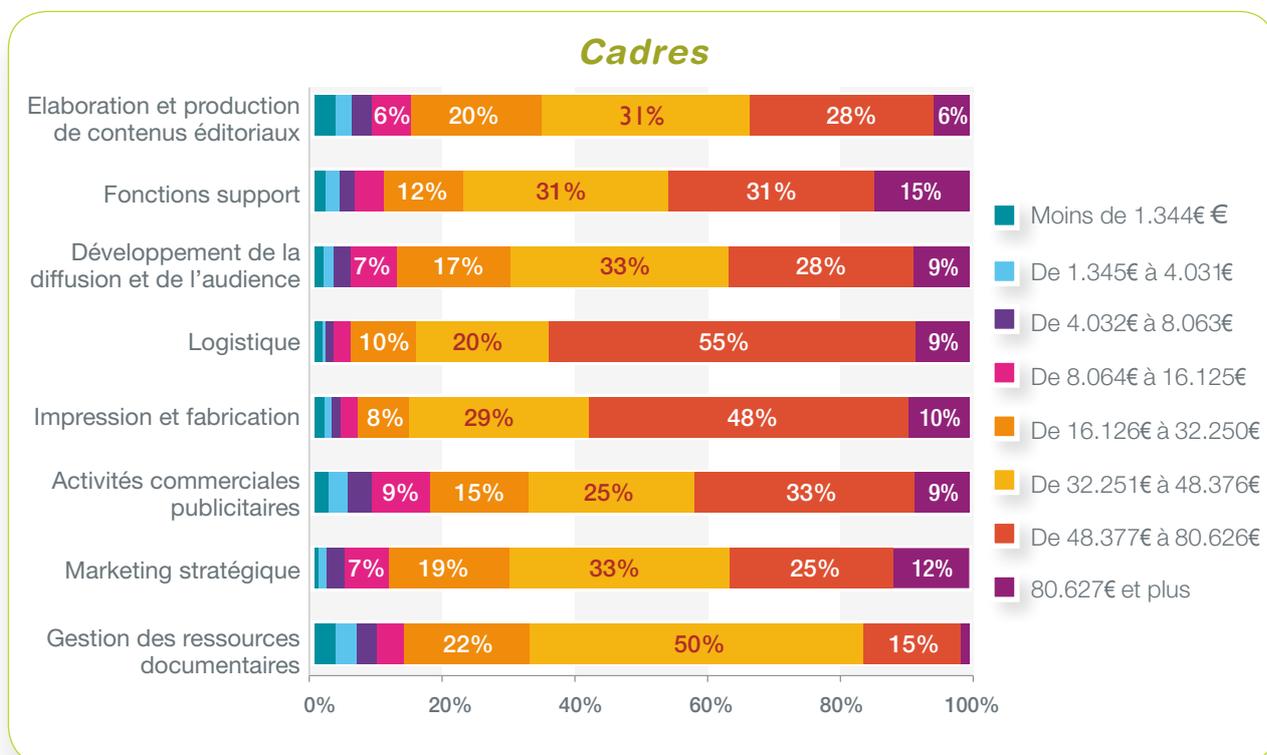
- que c'est en presse magazine que l'on a la plus forte proportion de salariés pour six domaines d'activité ;
  - Pour les domaines « gestion des ressources documentaires », « marketing stratégique » et « activités commerciales publicitaires », le pourcentage de salariés travaillant en presse magazine se situe entre 44 et 48%.
  - Pour les domaines « développement de la diffusion et de l'audience », les fonctions support et « l'élaboration et la production des contenus éditoriaux », le pourcentage de salariés travaillant en presse magazine se situe entre 34 et 35%.
- les deuxième et troisième formes de presse qui concentrent le plus de salariés sont la **presse quotidienne régionale** et la **presse spécialisée** ;
- une majorité des salariés des domaines « impression et fabrication » et « logistique » est en **presse quotidienne régionale**, du fait des centres d'impression. A noter également, un quart des salariés des fonctions support est en PQR.



<sup>6</sup>. Pour rappel, des informations par forme de presse sont fournies dans la cinquième partie.

## 2.6. Les revenus

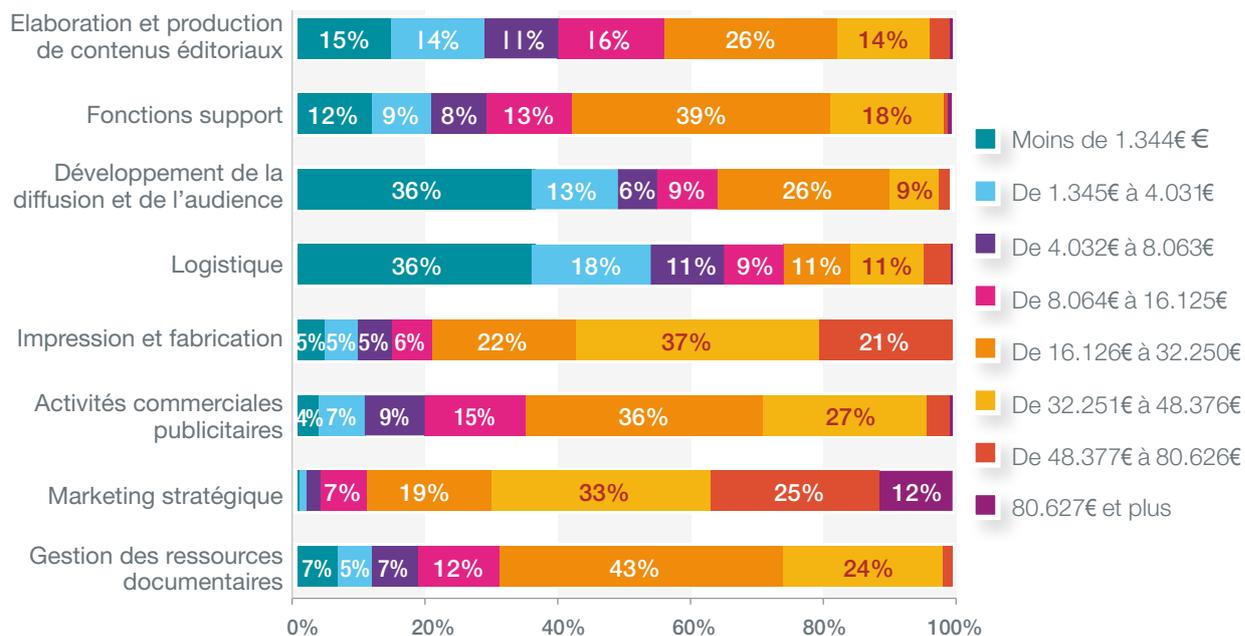
GRAPH.7 À 9 : RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, TRANCHE DE REVENU<sup>7</sup> ET STATUT EN 2010 (EN %)



C'est dans les domaines « logistique » et « impression et fabrication » que les salaires des cadres sont les plus élevés, avec, respectivement, 64% et 58% des cadres qui gagnent plus de 48.000 euros/an. Les domaines d'activité où les salaires des cadres sont les plus bas (moins de 32.000 euros/an) sont « l'élaboration et la production des contenus éditoriaux » et la « gestion des ressources documentaires » (respectivement 35% et 34%).

<sup>7</sup>. Les revenus sont exprimés ici en annuel brut.

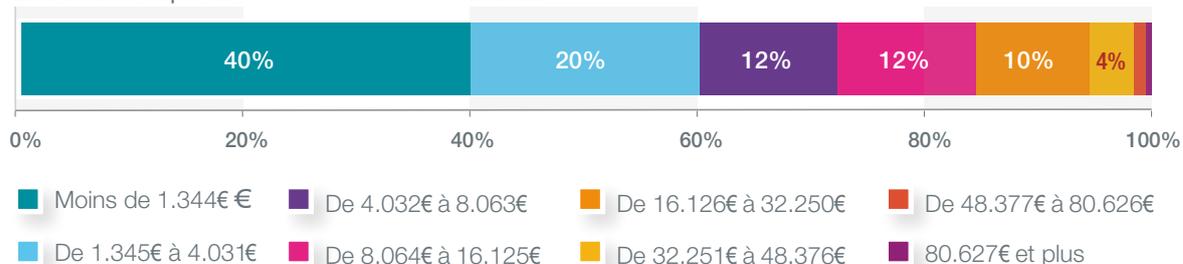
## Non Cadres



C'est dans le domaine « marketing stratégique » que les revenus ont été les plus élevés parmi les non cadres : 37% des salariés ont gagné plus de 48.000 euros dans l'année.

## Pigistes

Elaboration et production de contenus éditoriaux



Les pigistes sont 60% à avoir gagné moins de 4.000 euros dans l'année.

3

# RECRUTEMENTS ET DÉPARTS



### 3. Recrutements et départs



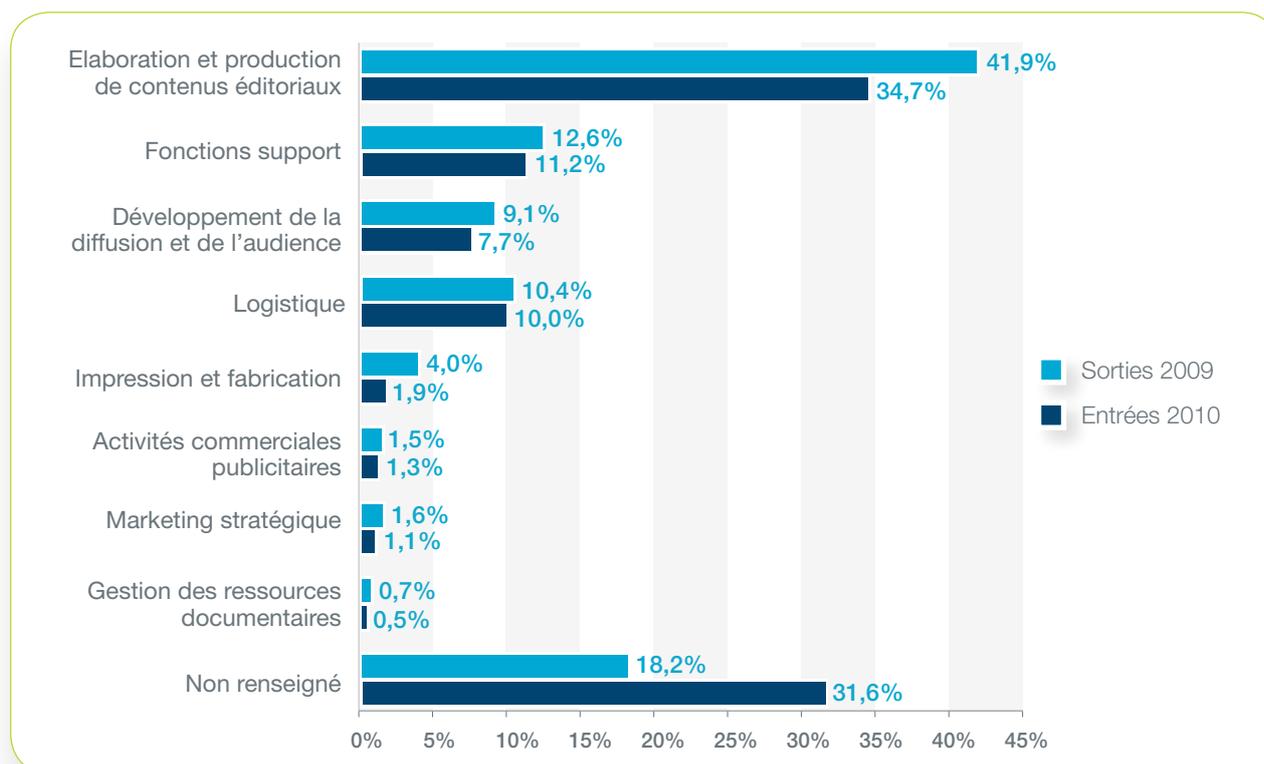
## CE QU'IL FAUT RETENIR

12.389 salariés sont sortis du secteur en 2009 (pigistes inclus), soit 17,6% des salariés présents dans le secteur en 2009<sup>8</sup>.

13.189 salariés sont entrés dans le secteur en 2010 (pigistes inclus), soit 16,9% des salariés présents en 2010<sup>8</sup>.

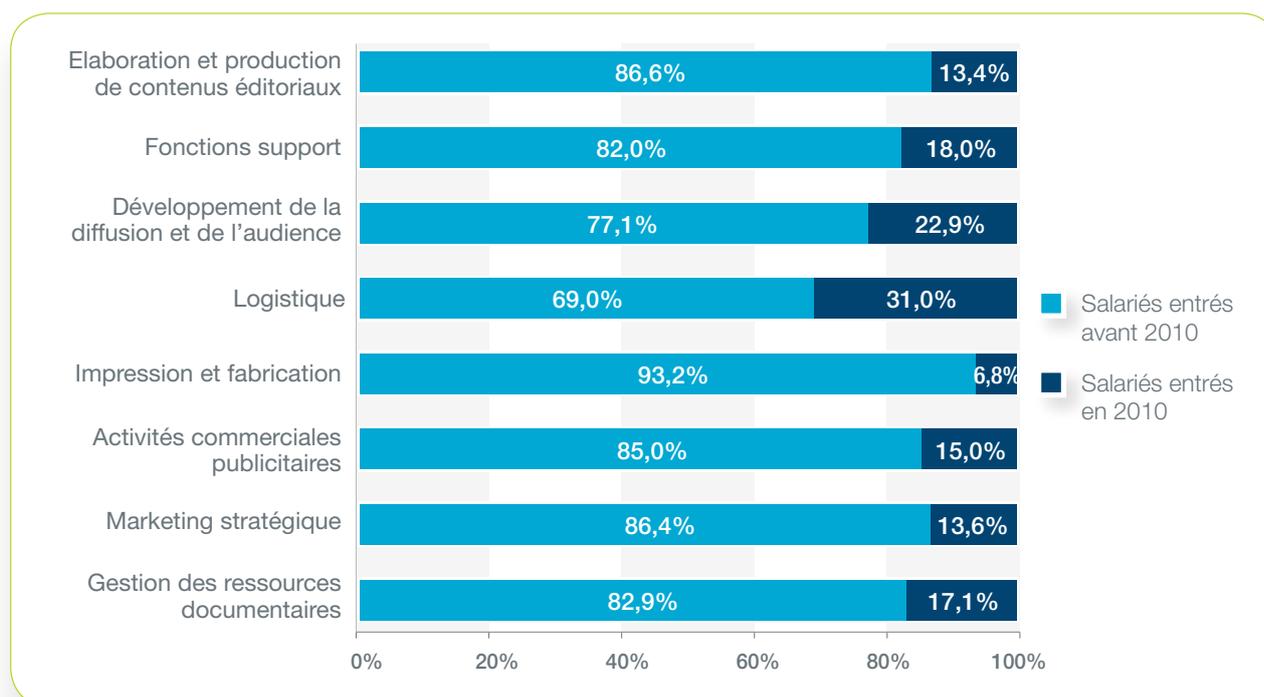
Le solde est donc positif, puisqu'on a enregistré plus d'entrées que de sorties (+ 800 salariés).

**GRAPH. 10 : RÉPARTITION DES SALARIÉS ENTRÉS EN 2010 ET SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ (EN %)**



Si l'on observe les pourcentages d'entrées et des sorties par domaine d'activité, tous les domaines ont enregistré plus de sorties que d'entrées. Cependant, les pourcentages élevés des non renseignés faussent en partie les résultats.

**GRAPH.11 : TAUX DE RENOUVELLEMENT PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ (EN %)**



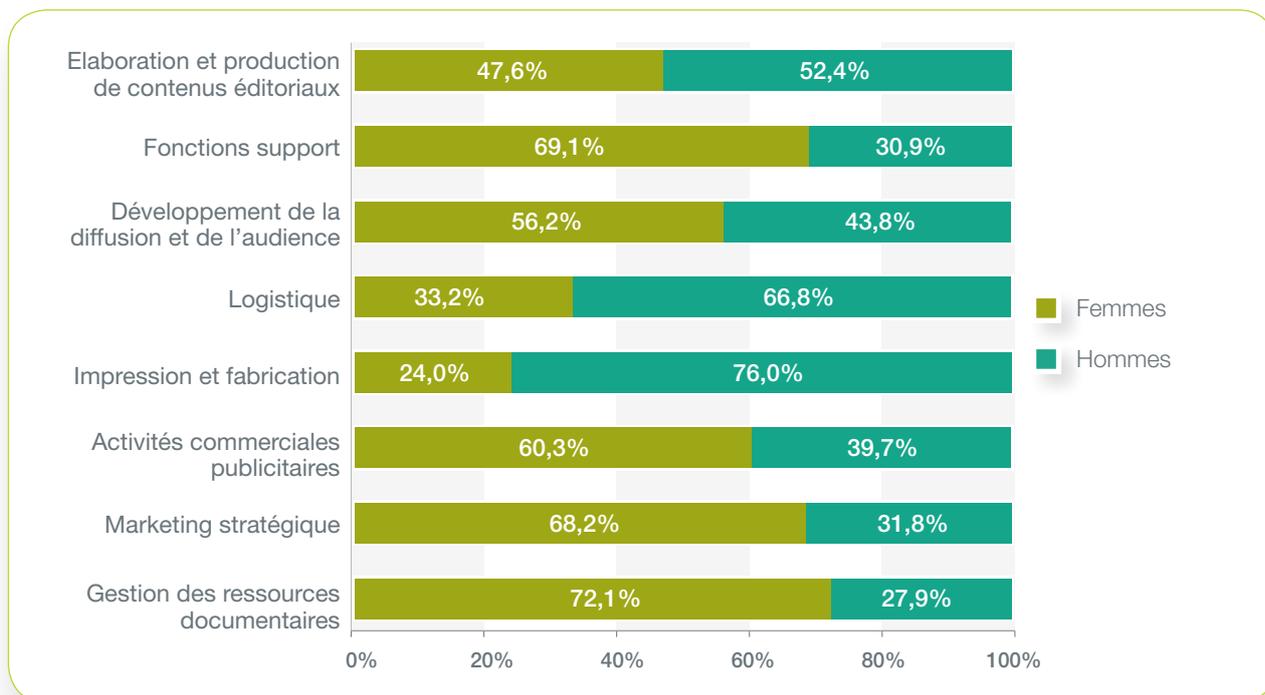
Le taux de renouvellement des salariés<sup>9</sup> en 2010 varie de 6,8% (en impression et fabrication) à 31% (en logistique).

<sup>8</sup>. Ces chiffres diffèrent des données du rapport sur les salariés de la presse en 2010, du fait de la norme utilisée pour les déclarations (cf. méthodologie et définitions page 5).

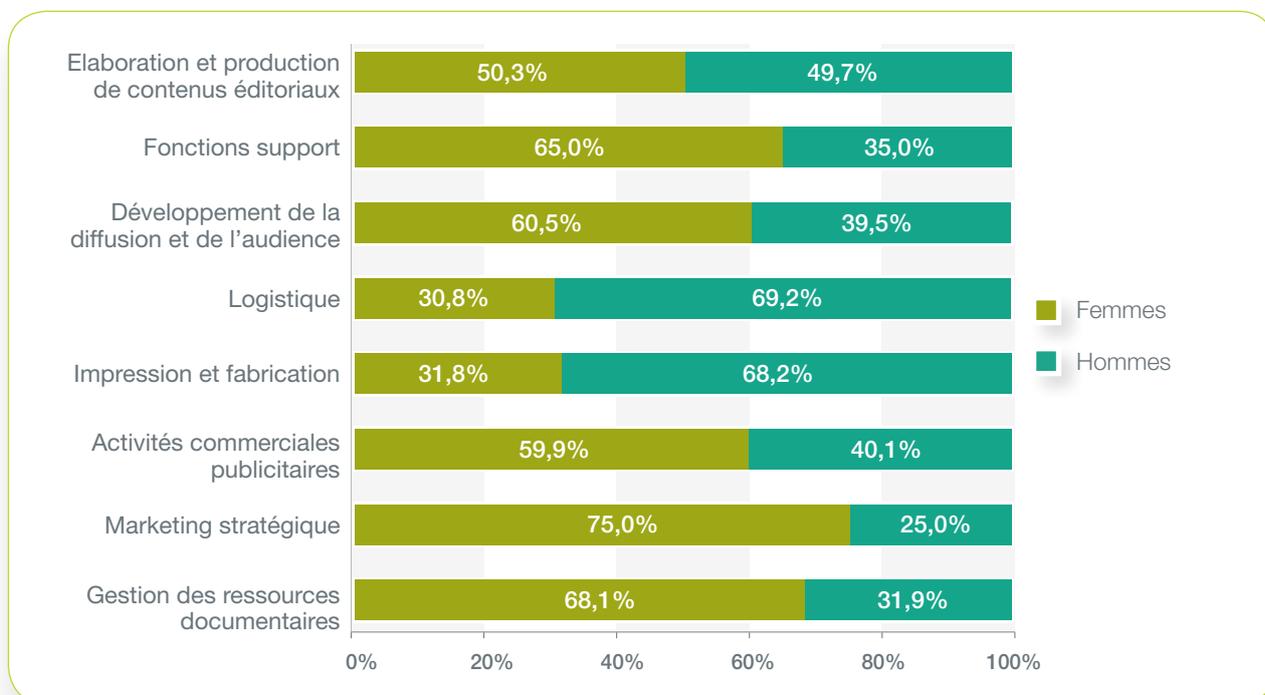
<sup>9</sup>. Rapport entre le nombre de salariés entrés en 2010 et le nombre de salariés présents la même année.

### 3.1. Répartition Hommes / Femmes

**GRAPH.12 : RÉPARTITION DES SALARIÉS SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE (EN %)**



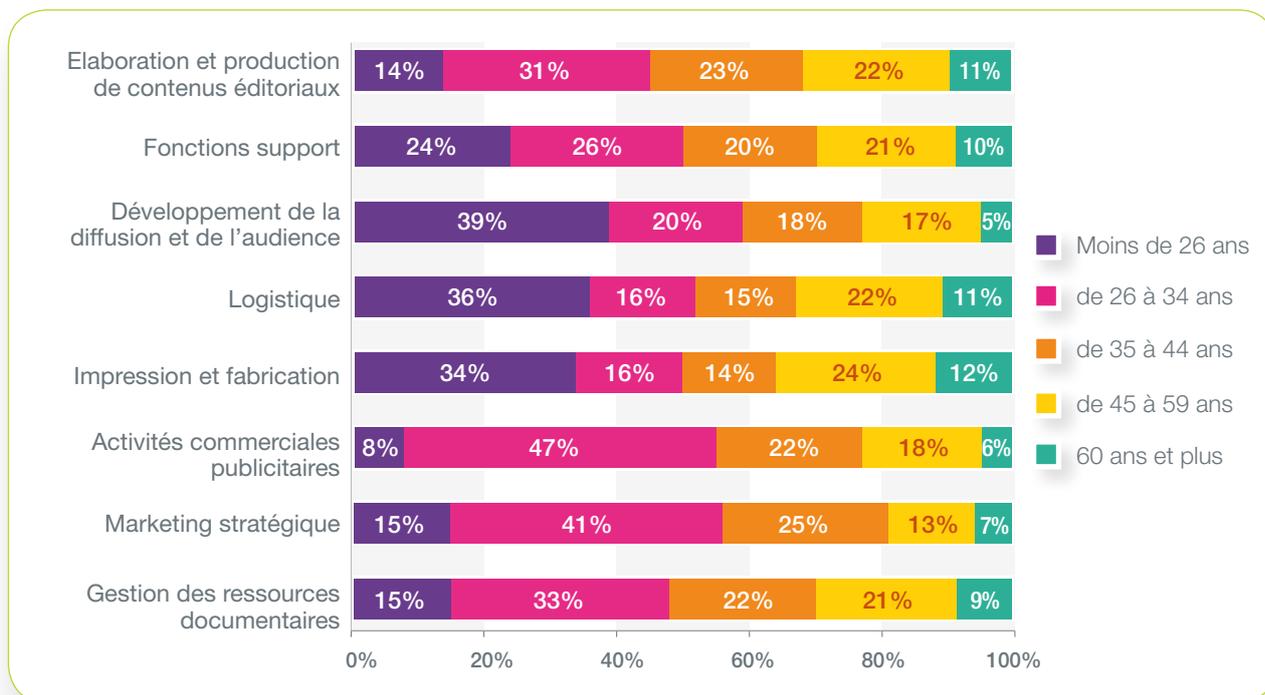
**GRAPH.13 : RÉPARTITION DES SALARIÉS ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE (EN %)**



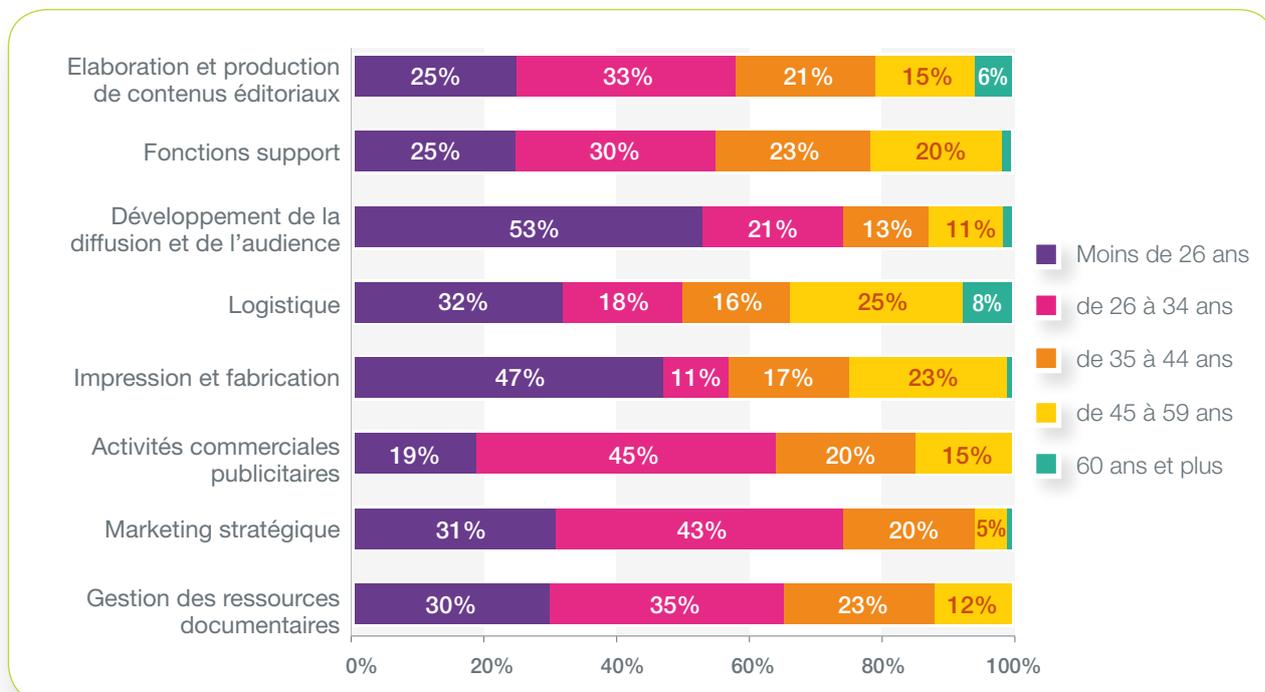
Dans quatre domaines d'activité, le pourcentage de femmes entrées dans le secteur en 2010 est supérieur à celui des femmes qui ont quitté le secteur en 2009 : il s'agit des domaines « élaboration et production de contenus éditoriaux », « développement de la diffusion et de l'audience », « impression et fabrication », et « marketing stratégique ».

## 3.2. L'âge

**GRAPH.14 : RÉPARTITION DES SALARIÉS SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE (EN %)**



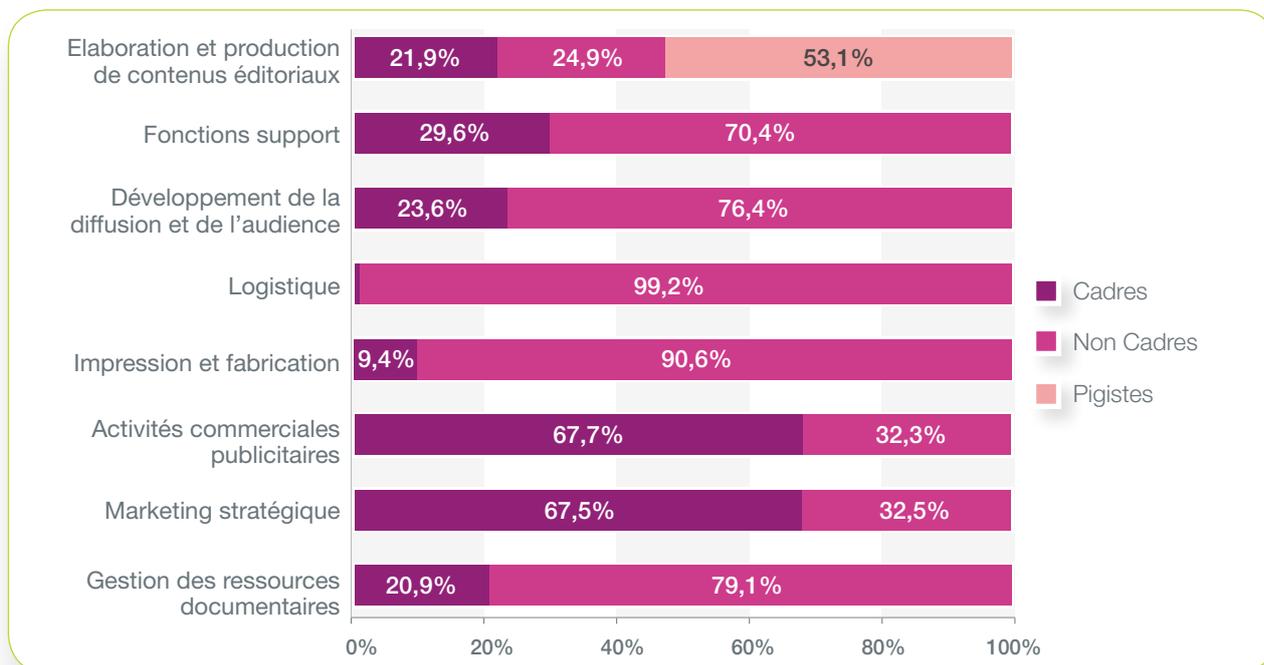
**GRAPH.15 : RÉPARTITION DES SALARIÉS ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE (EN %)**



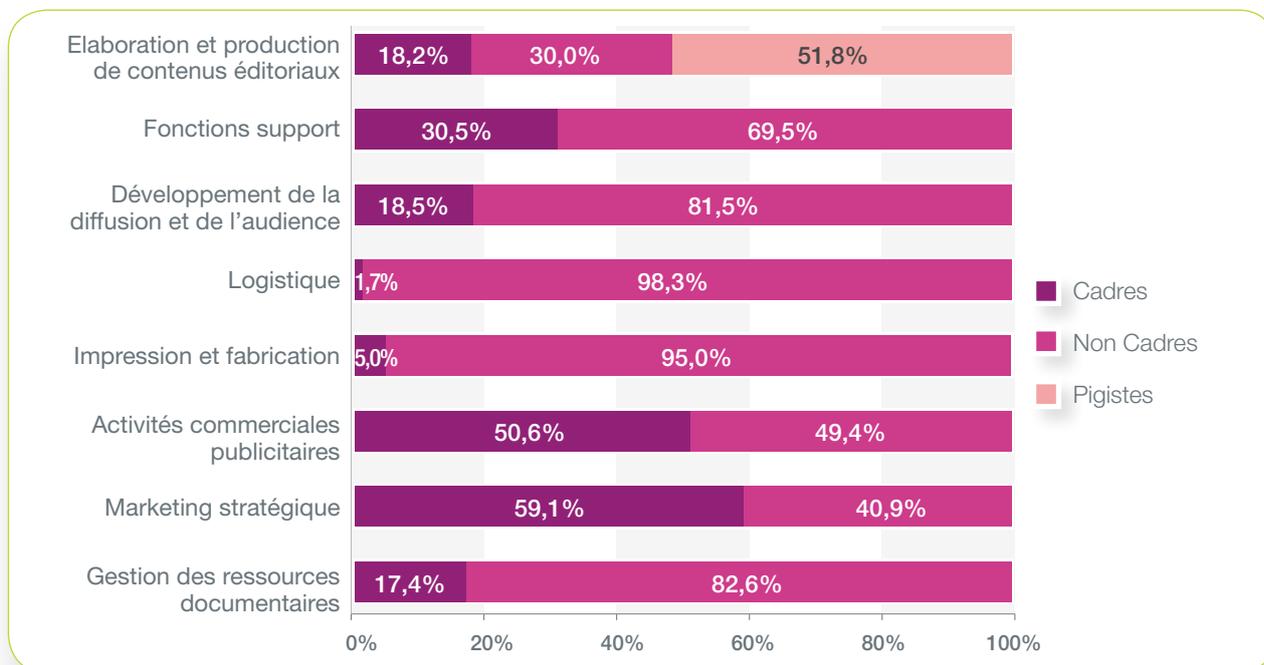
Les salariés qui entrent sont plus jeunes que ceux qui sortent, en particulier dans les domaines « développement de la diffusion et de l'audience », où plus de la moitié des salariés entrés ont moins de 26 ans.

### 3.3. Le statut professionnel

**GRAPH.16 : RÉPARTITION DES SALARIÉS SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT (EN %)**



**GRAPH.17 : RÉPARTITION DES SALARIÉS ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT (EN %)**

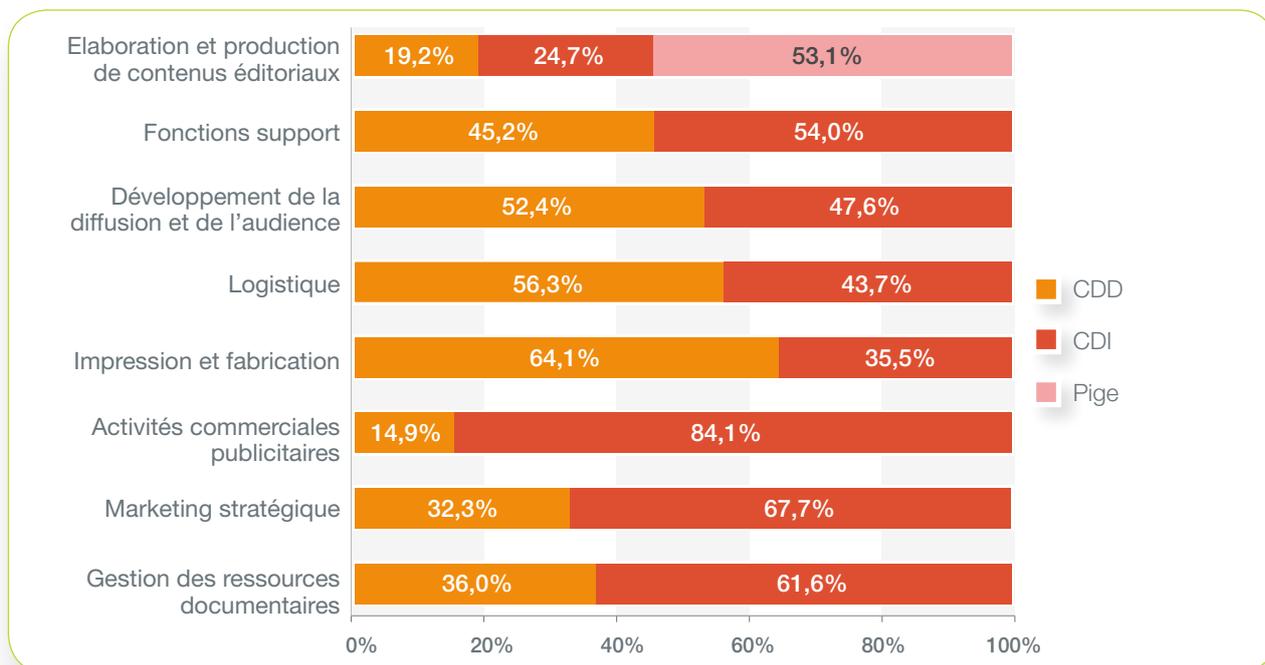


La proportion de cadres entrés en 2010 est inférieure à celle des cadres sortis dans tous les domaines. A l'inverse, la proportion de non cadres entrés dans le secteur est quant à elle plus élevée que celle des non cadres sortis.

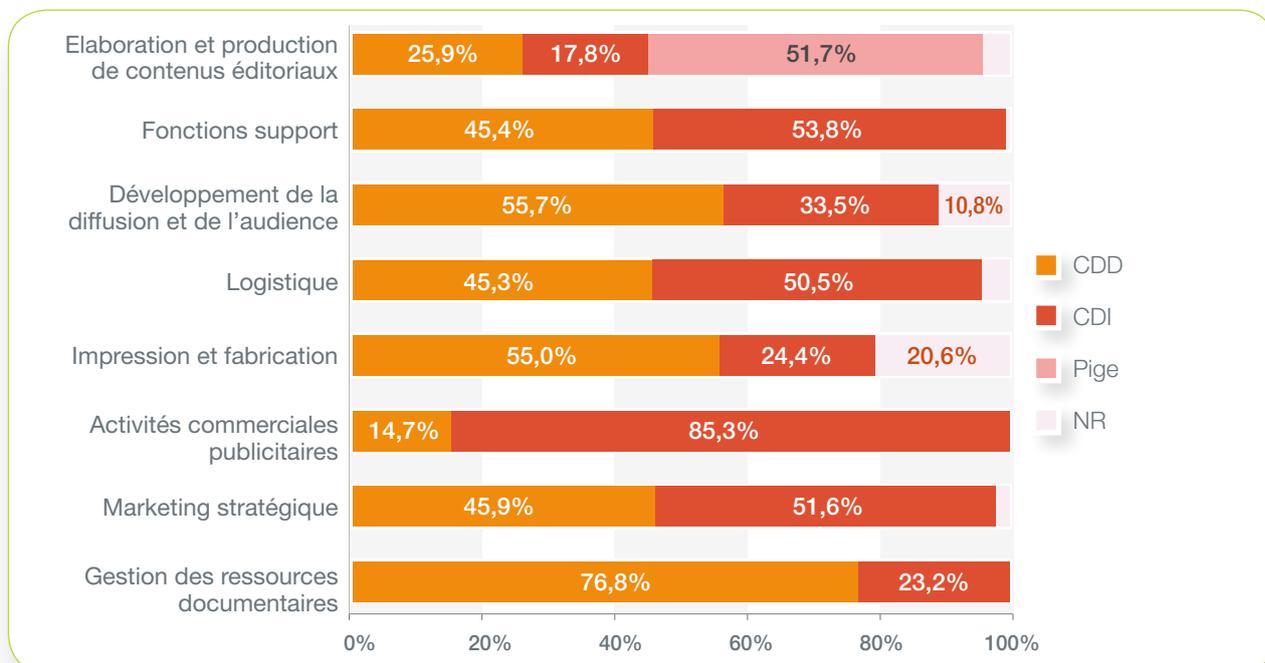
Ces 2 constats sont vrais, excepté en logistique et dans les fonctions support.

### 3.4. Le type de contrat

**GRAPH.18 : RÉPARTITION DES SALARIÉS SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT (EN %)<sup>10</sup>**



**GRAPH.19 : RÉPARTITION DES SALARIÉS ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT (EN %)**



La proportion de salariés entrés dans le secteur en 2010 en CDD est plus forte que celle des salariés sortis en 2009 sous cette forme de contrat, dans cinq domaines : élaboration et production de contenus éditoriaux, fonctions support, développement de la diffusion et de l'audience, marketing stratégique et gestion des ressources documentaires.

La proportion de salariés entrés en 2010 en CDI est plus faible que celle des salariés sortis en 2009 en CDI pour tous les domaines, excepté pour deux d'entre eux : la logistique et les activités commerciales publicitaires.

### 3.5. **Les formes de presse**

Les entrées et les sorties par forme de presse font apparaître un paysage assez différent d'une forme de presse à l'autre : certaines d'entre elles présentent des soldes positifs (plus d'entrées que de sorties), d'autres des soldes négatifs (plus de sorties que d'entrées).

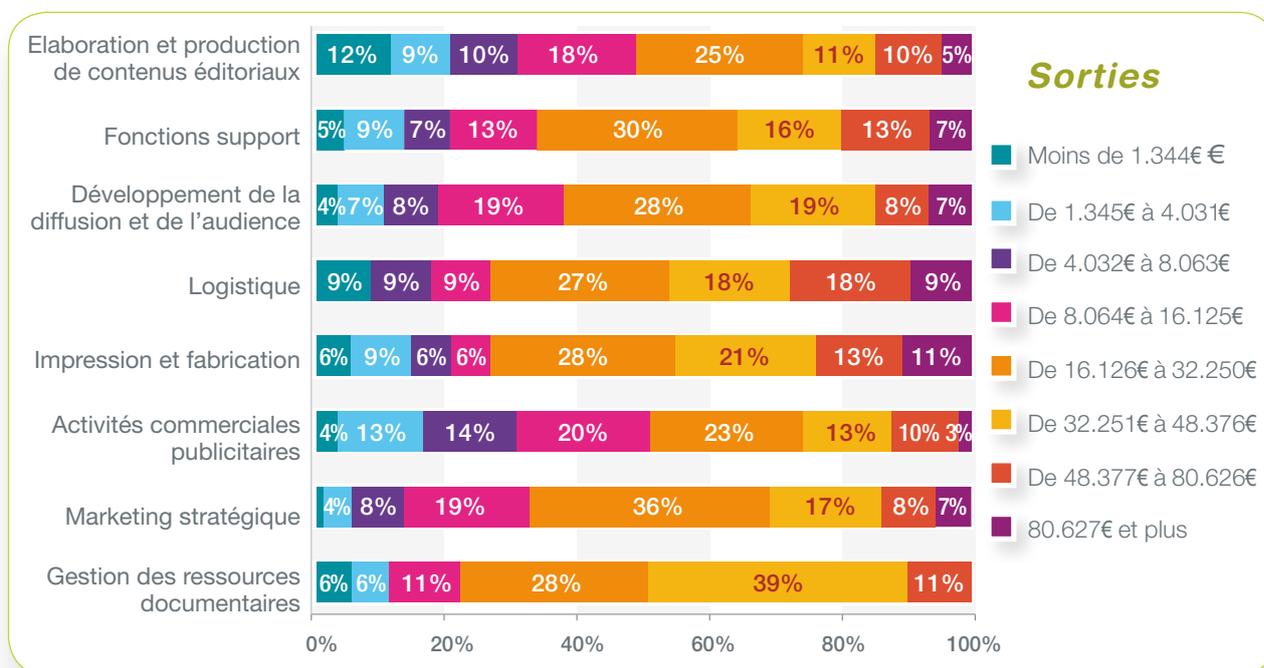
- **La presse magazine** présente des soldes positifs dans l'ensemble de ses domaines d'activité, excepté en « impression et fabrication » et en « élaboration et production des contenus éditoriaux » ;
- **La presse quotidienne régionale** présente plus de sorties que d'entrées dans les fonctions support, en « développement de la diffusion et de l'audience », en « impression et fabrication », et en « logistique » ;
- **La presse spécialisée** présente plus de sorties que d'entrées dans tous les domaines d'activité ;
- **Les agences de presse** enregistrent davantage de salariés entrés que de salariés sortis dans les fonctions « élaboration et production de contenus éditoriaux », « développement de la diffusion et de l'audience » et dans les fonctions support ;
- **La PQN et la PHN** enregistrent légèrement plus de sorties que d'entrées dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » ;
- **Le routage** enregistre légèrement plus d'entrées que de sorties en « logistique » ;
- **Le portage** enregistre deux fois plus d'entrées que de sorties dans le domaine « logistique » (notamment dans le profil « porteur de presse ») ;
- **La presse gratuite** présente davantage de salariés entrés que de salariés sortis en « élaboration et production de contenus éditoriaux » et en « développement de la diffusion et de l'audience » ;
- **La presse hebdomadaire régionale** présente un solde positif dans trois domaines d'activités : « élaboration et production de contenus éditoriaux », « développement de la diffusion et de l'audience » et dans les fonctions support.

<sup>10</sup>. 0 à 3% de non réponses (Elaboration et production de contenus éditoriaux).

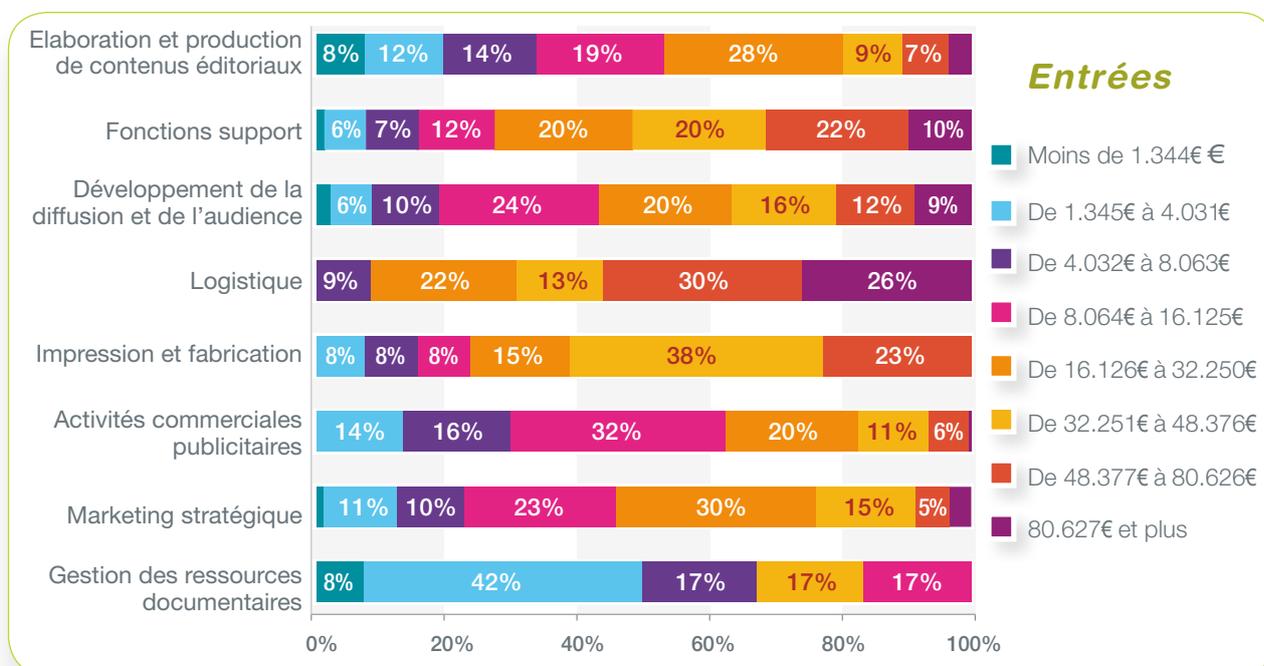
### 3.6. Les revenus

#### Les cadres

**GRAPH. 20 : RÉPARTITION DES CADRES SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**



**GRAPH. 21 : RÉPARTITION DES CADRES ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**

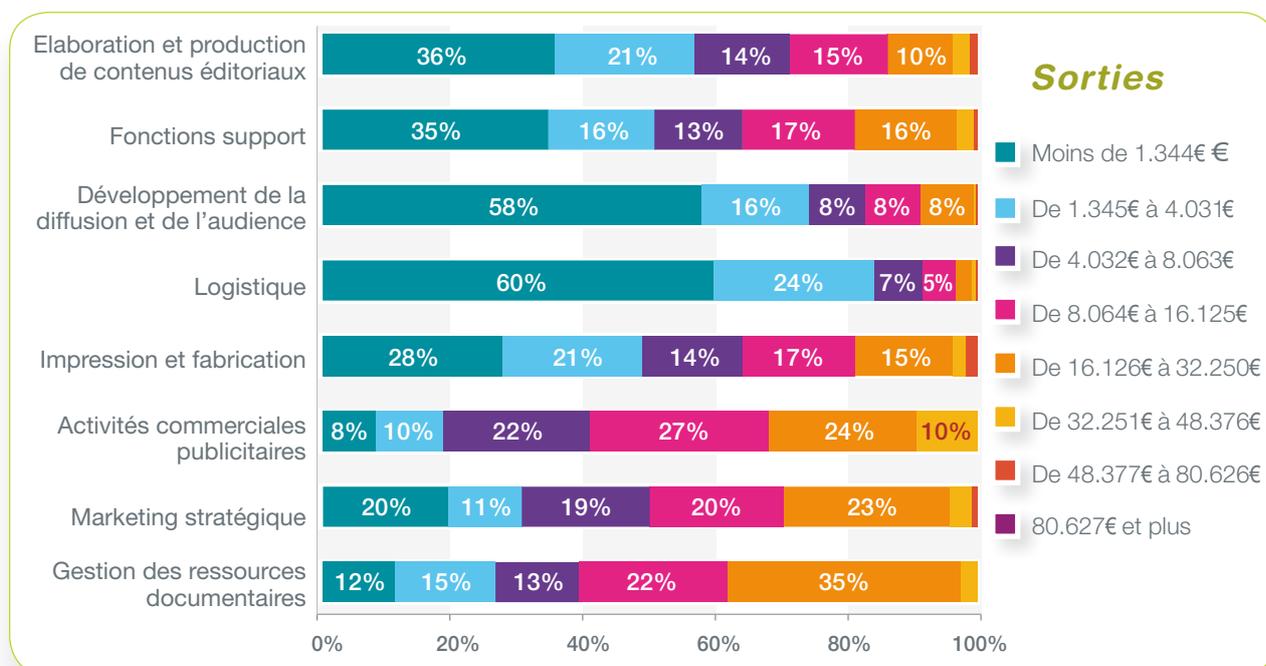


Le nombre de cadres sortis du secteur en 2009 et gagnant plus de 48.000 euros par an se situe entre 13 et 27%, les plus hauts revenus relevant des domaines « logistique » et « impression et fabrication ».

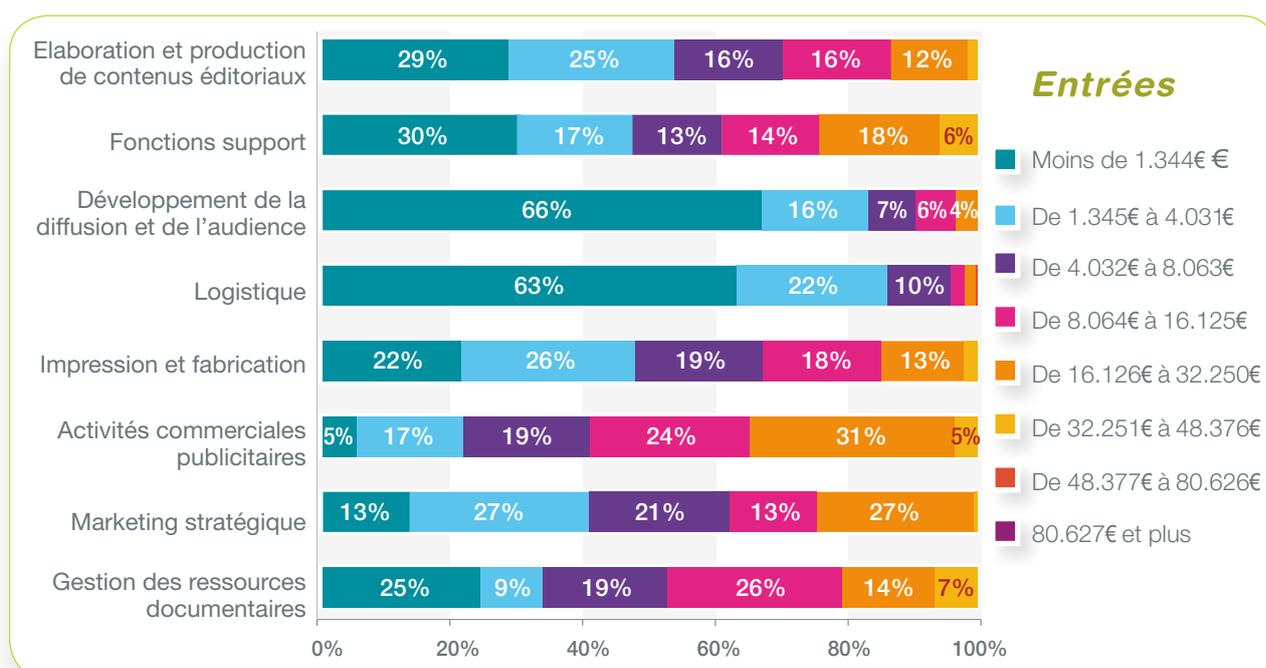
Les cadres entrés en 2010 se situent dans des tranches de salaires plus basses que les cadres sortis en 2009, excepté dans les fonctions support, en logistique et en impression et fabrication.

## Les non cadres

**GRAPH. 22 : RÉPARTITION DES NON CADRES SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**



**GRAPH. 23 : RÉPARTITION DES NON CADRES ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**

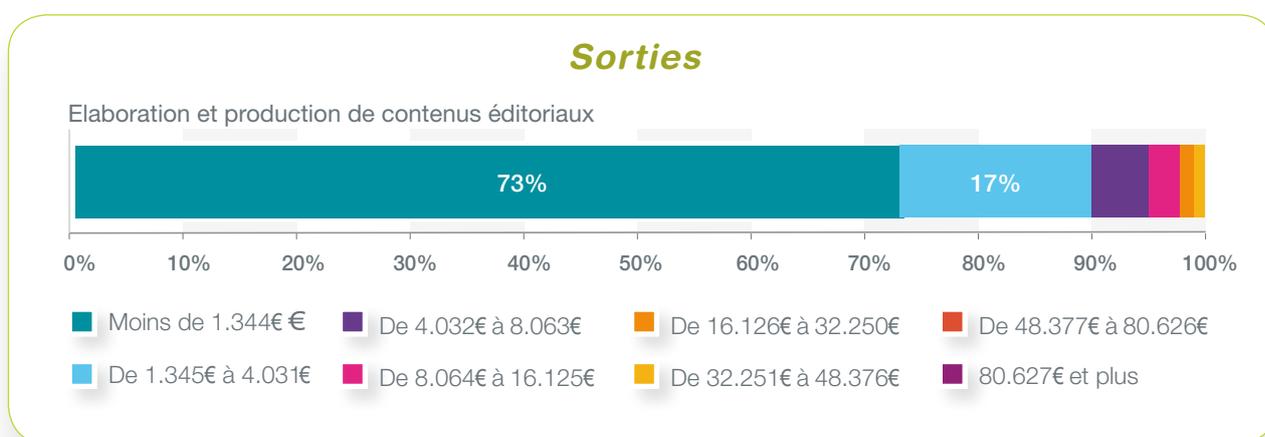


La majorité des non cadres sortis du secteur en 2009 avait des revenus inférieurs à 4000 euros par an, dans quatre des huit domaines d'activité (élaboration et production des contenus éditoriaux - 57% ; fonctions support - 51% ; développement de la diffusion et de l'audience - 74% ; logistique - 84%). Il s'agit en grande partie de salariés en CDD, ayant travaillé sur de courtes périodes.

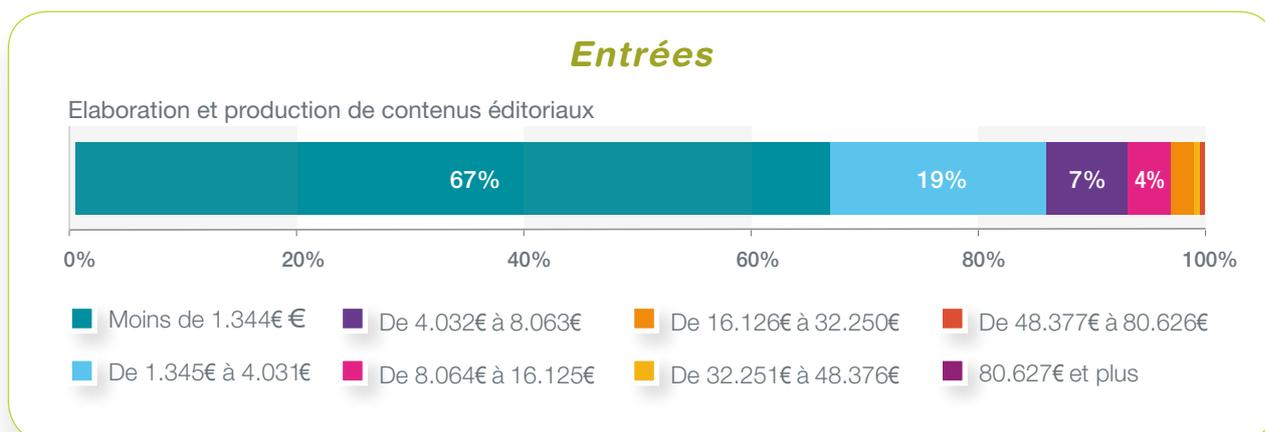
Un grand nombre de salariés entrés dans le secteur et ayant de faibles revenus (inférieurs à 4.000 euros par an) appartiennent à trois domaines d'activité en particulier : élaboration et production des contenus éditoriaux - 54% ; développement de la diffusion et de l'audience - 82% et logistique - 85%.

## Les pigistes

**GRAPH. 24 : RÉPARTITION DES PIGISTES SORTIS EN 2009 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**



**GRAPH. 25 : RÉPARTITION DES PIGISTES ENTRÉS EN 2010 PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ, PAR STATUT ET TRANCHE DE REVENU (EN %)**



Les pigistes qui entrent et qui sortent du secteur ont des revenus très faibles : 73% des sortants et 67% des entrants ont eu des revenus inférieurs à 1.344 euros par an.

# 4

## LES PROFILS TYPE, DOMAINE PAR DOMAINE



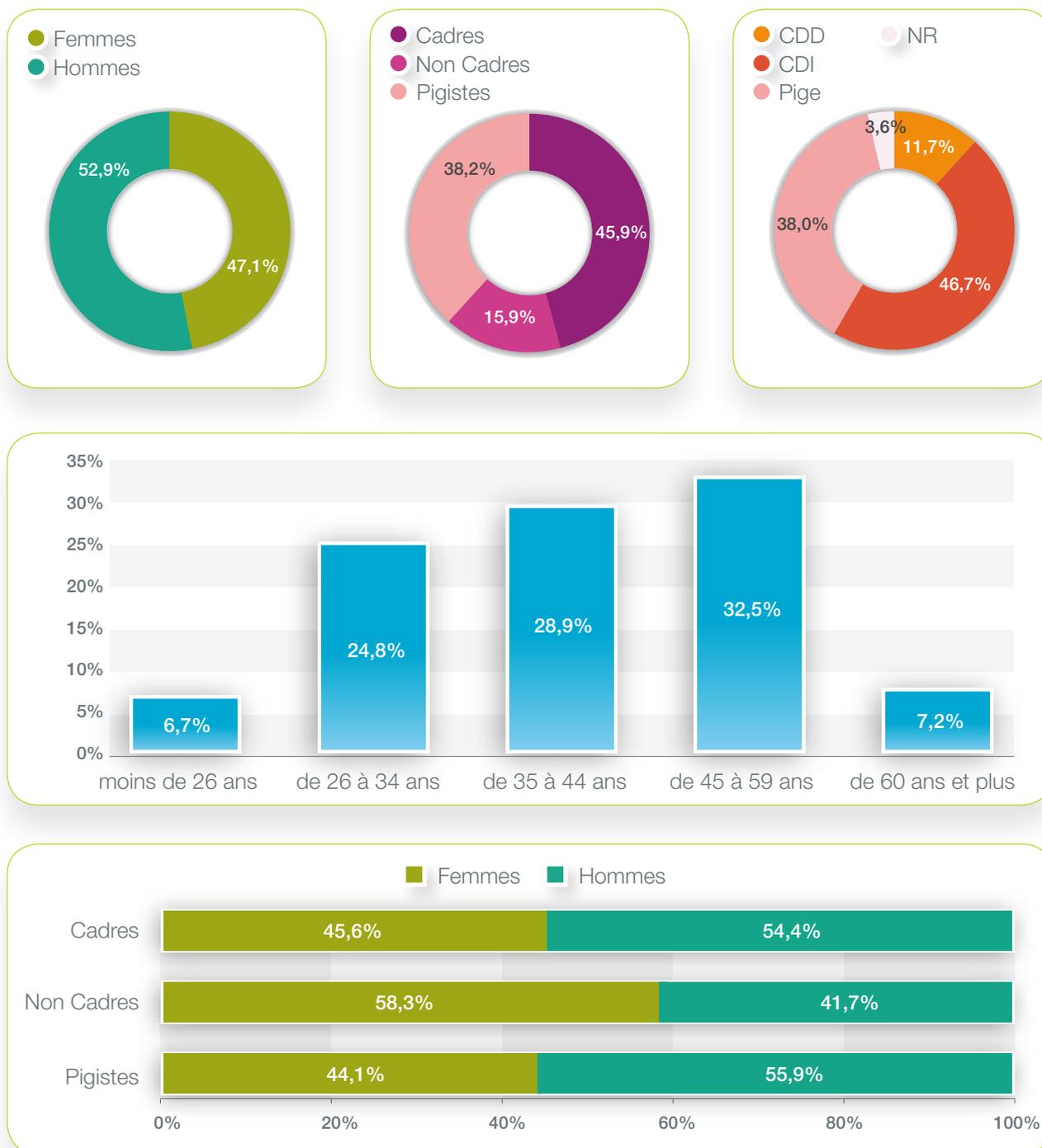
## 4. Les profils type, domaine par domaine

### 4.1. *Elaboration et production des contenus éditoriaux*

#### 4.1.1. Principales caractéristiques du domaine

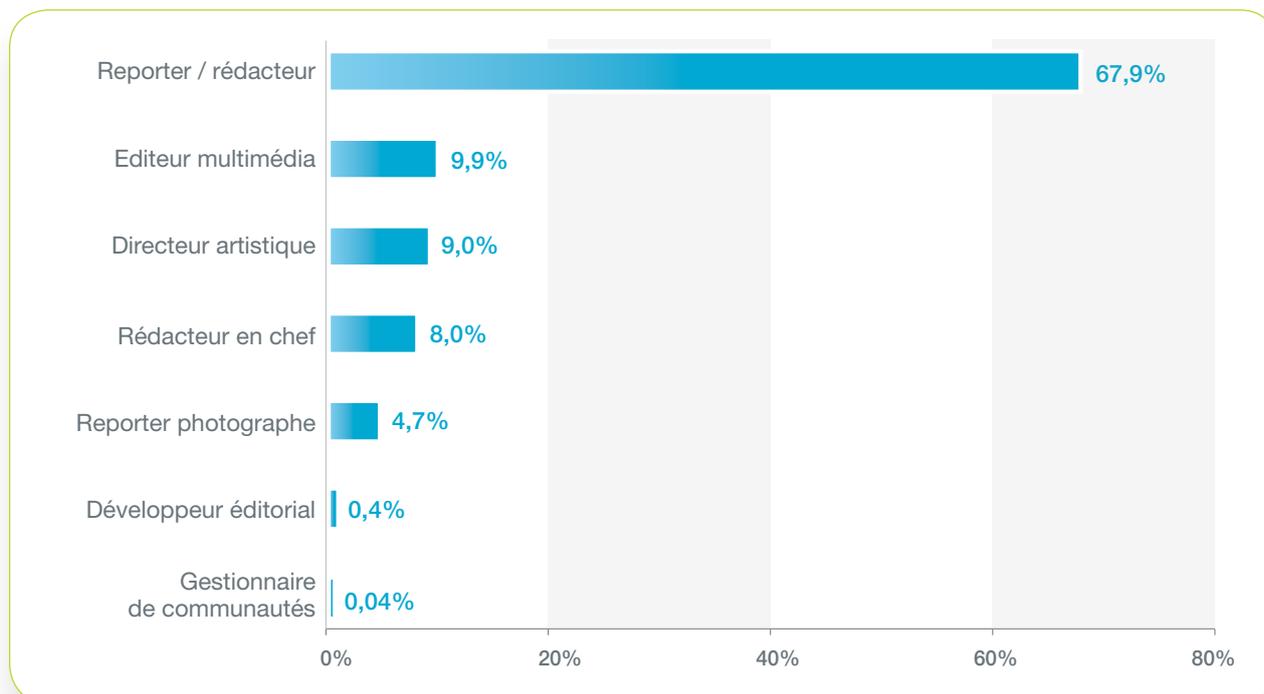
Ce domaine d'activité couvre **35.116 salariés**, soit **48%** des effectifs du secteur.

**GRAPH. 26 À 30 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.1.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

**GRAPH.31 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.32 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE ET STATUT EN 2010 (EN %)**



La répartition des salariés par statut professionnel dans chacun des profils type du domaine « Elaboration et production des contenus éditoriaux » fait apparaître une proportion très élevée de pigistes dans le profil type « Reporter rédacteur » (51%), ainsi que dans celui de « reporter photographe » (56,8%).



## PORTRAIT

### DU REPORTER RÉDACTEUR (25.069 SALARIÉS)

Les reporters rédacteurs sont en majorité des hommes (54%).

Un tiers des reporters rédacteurs a le statut cadre et une majorité (51%) est pigiste.

Ils sont relativement âgés : 47% d'entre eux ont 45 ans et plus.

Un tiers d'entre eux travaille en presse magazine, 18% en PQR et 18% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

60% des nouveaux entrants ont moins de 35 ans, alors que sur l'ensemble de cette population les moins de 35 ans ne pèsent que 36%. 62% des reporters rédacteurs qui entrent dans le secteur en 2010 sont pigistes.



## PORTRAIT

### DE L'ÉDITEUR MULTIMÉDIA (3.662 SALARIÉS)

Le profil d'éditeur multimédia compte une majorité de femmes (63%).

Près de 70% des salariés de ce profil sont cadres et 73% sont en CDI.

Ils sont relativement âgés : 48% ont 45 ans et plus.

37% d'entre eux travaillent en presse magazine, 24% en presse spécialisée et 21% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

La majorité des salariés entrés et sortis est composée de femmes.

Ceux qui entrent sont plutôt en CDD (55%) et ont moins de 35 ans (54%).



## PORTRAIT

### DU DIRECTEUR ARTISTIQUE (3.332 SALARIÉS)

Les directeurs artistiques sont en majorité des femmes (56%).

La moitié des salariés a le statut de cadre. 68,5% sont en CDI.

60% des salariés ayant ce profil ont moins de 35 ans.

56% d'entre eux travaillent en presse magazine, 19% en presse spécialisée et 14% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

43% des salariés entrés sont en CDD et 22% d'entre eux ont le statut de cadre.

57% ont moins de 35 ans.



## PORTRAIT

### DU RÉDACTEUR EN CHEF (2.955 SALARIÉS)

Les rédacteurs en chef sont en grande majorité des hommes (63,4%).

94% des rédacteurs en chef sont cadres et 60% ont 45 ans et plus.

39% d'entre eux travaillent en presse magazine, 27% en presse spécialisée, 9% en PQN et 7% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

62% des salariés entrés en 2010 comme rédacteur en chef sont des hommes.

54% de ceux qui sont sortis en 2009 ont 45 ans et plus. 23% de ceux qui entrent ont moins de 35 ans.



## PORTRAIT

### DU REPORTER PHOTOGRAPHE (1.748 SALARIÉS)

Les trois quarts des reporters photographes sont des hommes (77,3%).

Une majorité sont pigistes (57%).

21% d'entre eux ont moins de 35 ans, 47% ont 45 ans et plus.

47% travaillent en presse magazine, 16% en PQR, 14% en PQN.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

65% des salariés entrés en 2010 comme reporter photographe ont le statut de pigiste.

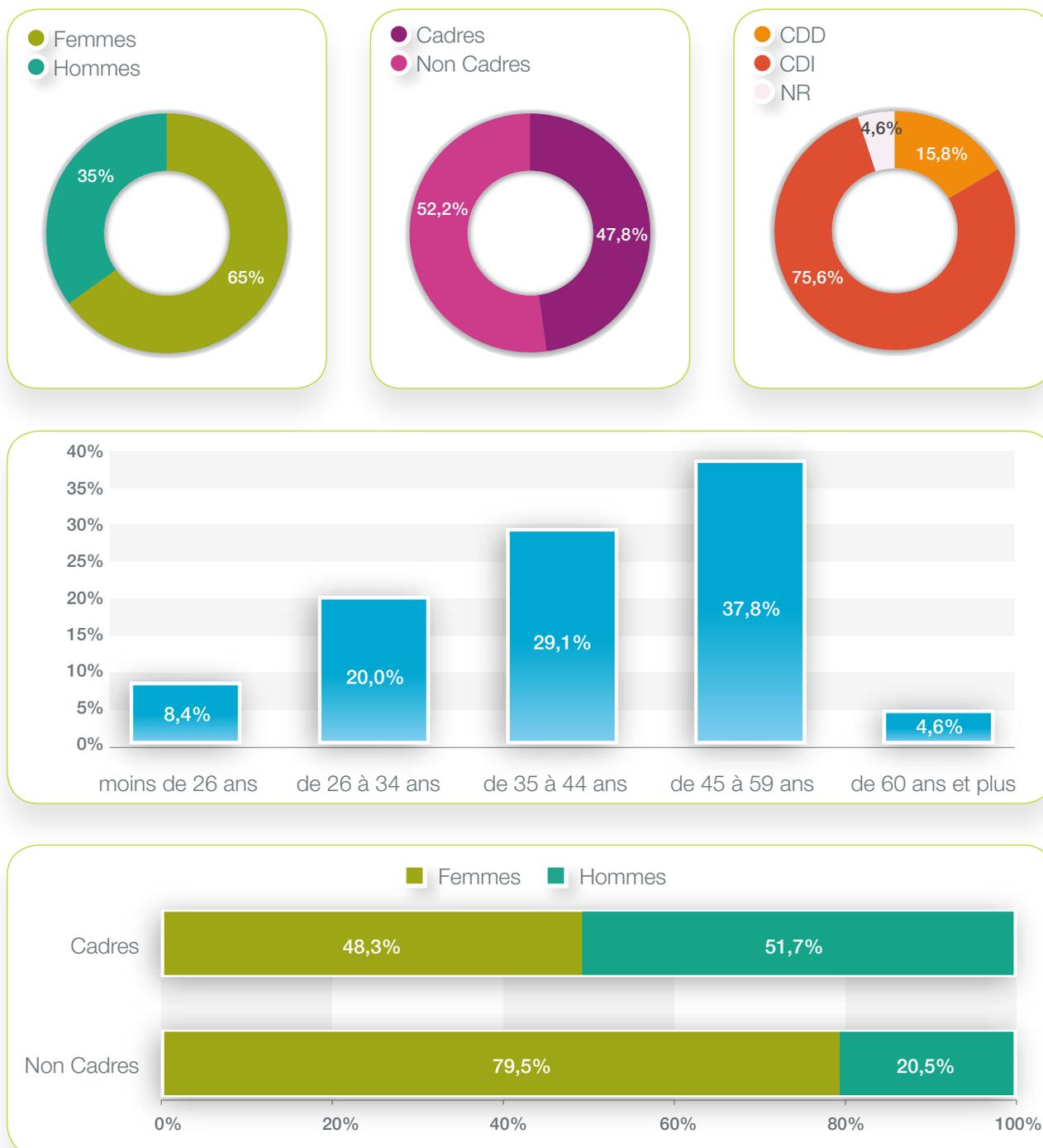
56% des salariés entrés ont plus de 35 ans.

## 4.2. Fonctions support

### 4.2.1. Principales caractéristiques du domaine

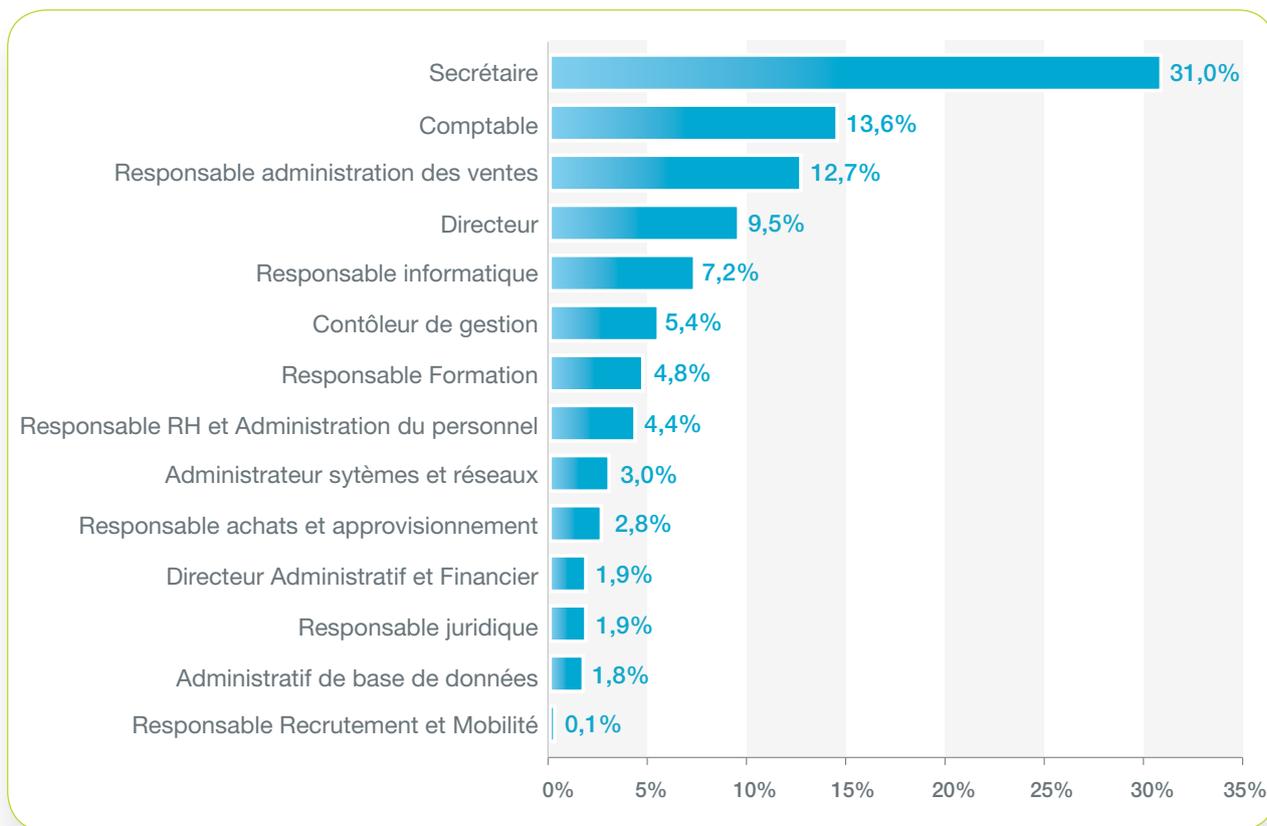
Ce domaine d'activité couvre **8.476 salariés**, soit **11,6%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 33 à 37 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.2.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

GRAPH.38 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)



### PORTRAIT

#### DU SECRETAIRE (2.639 SALARIÉS)

Les secrétaires représentent 31% de l'ensemble des profils de ce domaine d'activité. 90% sont des femmes et 24% ont le statut cadre. C'est une population relativement âgée : les trois quarts des secrétaires ont plus de 35 ans. 36% des secrétaires travaillent en PQR, 31% en presse magazine et 19% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis en 2009, 26% avaient 45 ans et plus et parmi les salariés entrés en 2010, 44% avaient moins de 26 ans.



### PORTRAIT

#### DU COMPTABLE (1.157 SALARIÉS)

72% des comptables sont des femmes et 85% sont en CDI. 73% de cette population a plus de 35 ans. 39% travaille en presse magazine, 21% en PQR et 17% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis en 2009, 40% avaient 45 ans et plus et parmi les salariés entrés en 2010, la moitié avait moins de 35 ans.



## PORTRAIT

### DU RESPONSABLE ADMINISTRATION DES VENTES (1.083 SALARIÉS)

71% des responsables administration des ventes sont des femmes et 86% sont en CDI. 43% de cette population a moins de 35 ans. 33% d'entre eux sont en presse magazine, 23% en PQR et 21% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis en 2009, 60% avaient moins de 35 ans. Ils étaient 55% dans cette tranche d'âge parmi les salariés entrés en 2010.



## PORTRAIT

### DU RESPONSABLE INFORMATIQUE (616 SALARIÉS)

Dans ce profil, 86% sont des hommes et 80% ont le statut cadre. 89% sont en CDI. 63% ont plus de 35 ans.

35% de ces salariés travaillent en presse magazine, 26% en PQR et 18% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

58% des salariés sortis ont moins de 35 ans. Ils sont 75% dans cette tranche d'âge, parmi les salariés entrés.



## PORTRAIT

### DU RESPONSABLE FORMATION (409 SALARIÉS)

Dans ce profil, 54% sont des hommes. 68% des salariés de ce profil sont en CDD. Près de la moitié d'entre eux ont 45 ans et plus. 68% travaillent en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

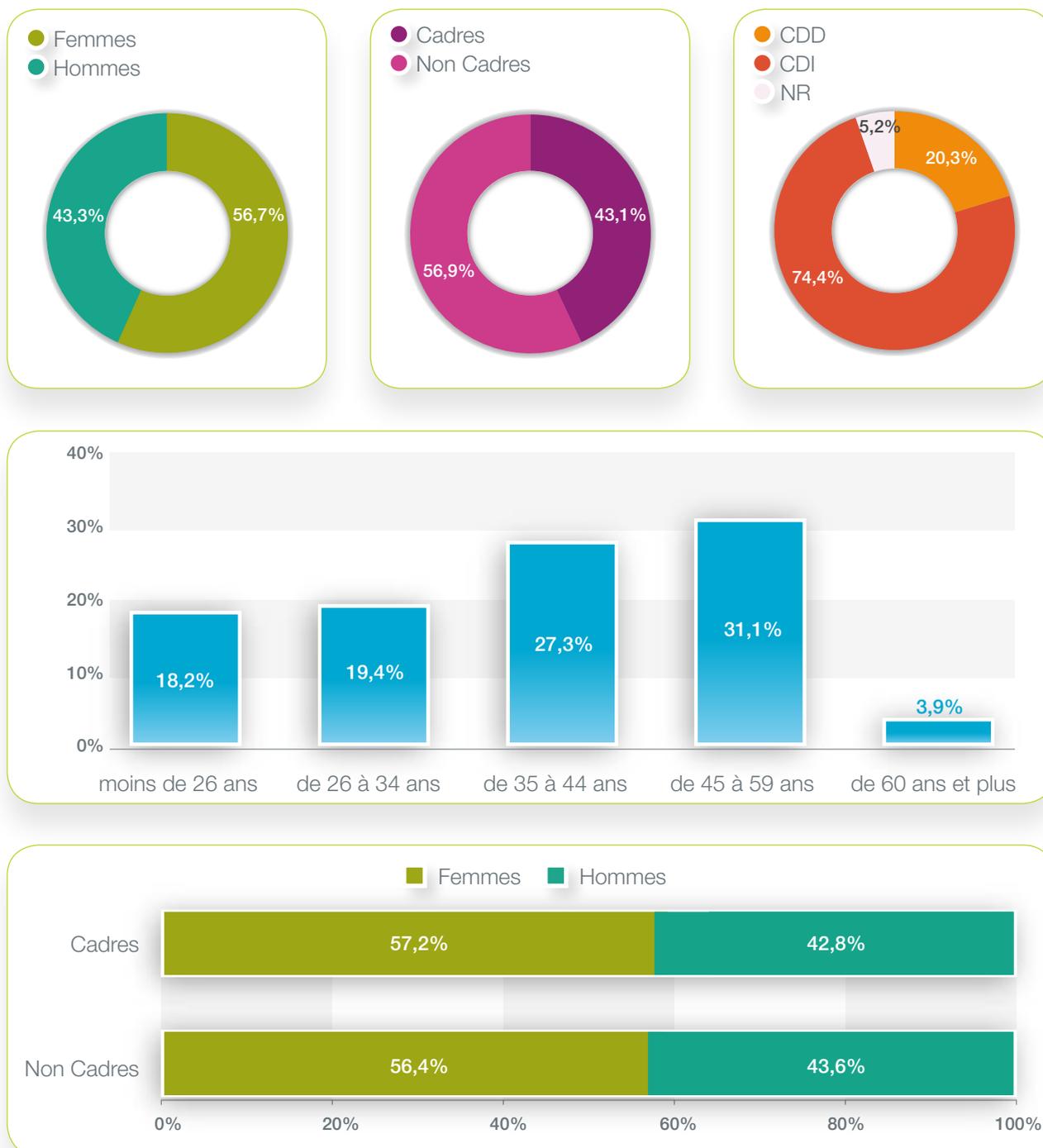
55% des salariés sortis ont plus de 35 ans. Ils sont 38% à avoir moins de 35 ans parmi les salariés entrés.

### 4.3. Développement de la diffusion et de l'audience

#### 4.3.1. Principales caractéristiques du domaine

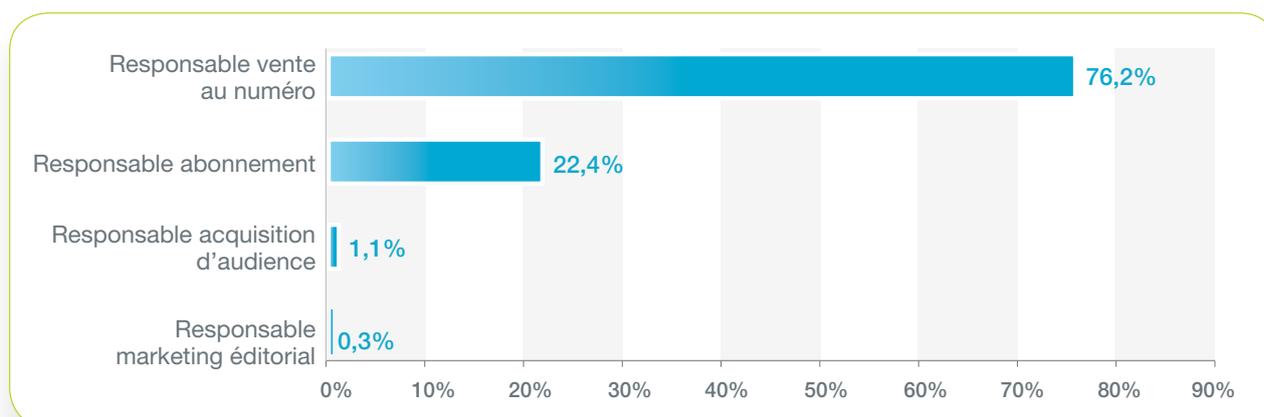
Ce domaine d'activité couvre **4.570 salariés**, soit **6,2%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 39 à 43 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



### 4.3.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

**GRAPH.44 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)**



## PORTRAIT

### DU RESPONSABLE VENTE AU NUMERO (3.490 SALARIÉS)

51% sont des femmes, 65% sont non cadres, 24% sont en CDD et 63% ont plus de 35 ans.

32% d'entre eux travaillent en presse magazine, 26% en PQR et 15% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis en 2009, 45% avaient moins de 26 ans et parmi les salariés entrés en 2010, ils étaient 60%.



## PORTRAIT

### DU RESPONSABLE ABONNEMENT (1.024 SALARIÉS)

Les trois quarts sont des femmes et 89% de cette population est en CDI. 63% ont plus de 35 ans.

44% travaillent en presse magazine, 31% en presse spécialisée et 12% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

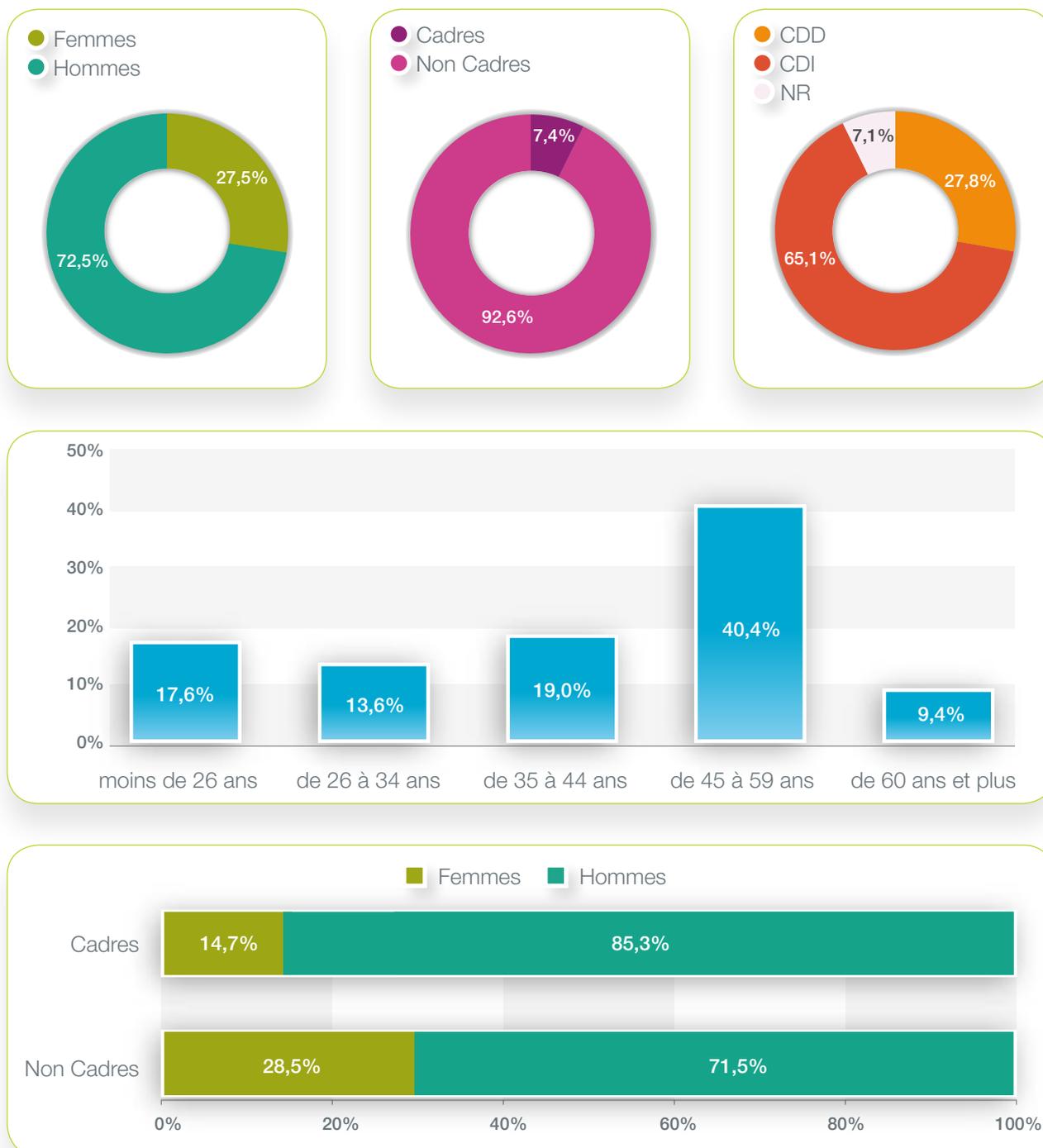
77% des salariés sortis étaient en CDI et 54% avaient moins de 35 ans. 65% des salariés entrés étaient en CDI et 60% avaient moins de 35 ans.

## 4.4. Logistique

### 4.4.1. Principales caractéristiques du domaine

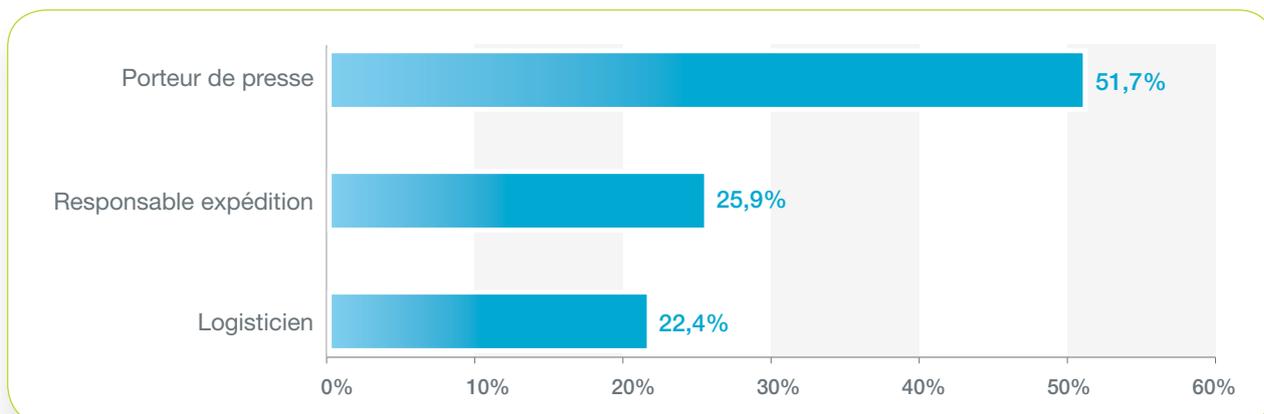
Ce domaine d'activité couvre **4.404 salariés**, soit **6%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 45 à 49 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.4.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

GRAPH.50 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)



### PORTRAIT

#### DU PORTEUR DE PRESSE (2.291 SALARIÉS)

67% des porteurs de presse sont des hommes et 64% sont en CDI. 66% ont plus de 35 ans.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

46% des salariés entrés et sortis avaient moins de 35 ans.



### PORTRAIT

#### DU RESPONSABLE EXPÉDITION (1.150 SALARIÉS)

86% des salariés de ce profil sont des hommes et 69% ont plus de 35 ans. 58% d'entre eux travaillent en PQR, 16% en presse magazine.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les sorties, 56% ont moins de 26 ans et parmi les entrées, ils sont 54%.



### PORTRAIT

#### DU LOGISTICIEN (994 SALARIÉS)

Dans ce profil, 70% sont des hommes. 57% des salariés ont 45 ans et plus. 47% travaillent en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

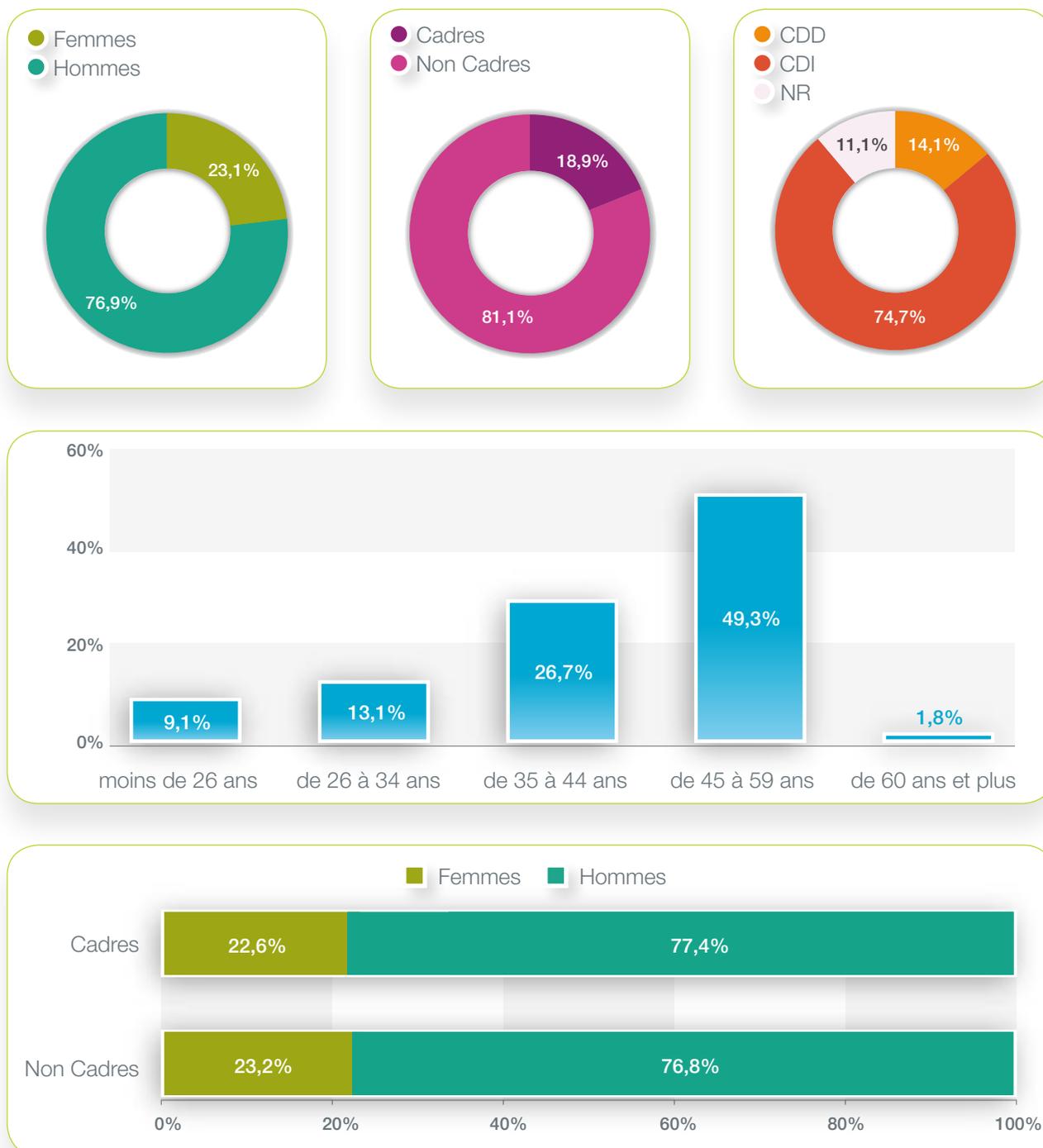
Parmi les sorties 2009, 45% avaient moins de 26 ans et parmi les entrées 2010, ils étaient 48%.

## 4.5. Impression et fabrication

### 4.5.1. Principales caractéristiques du domaine

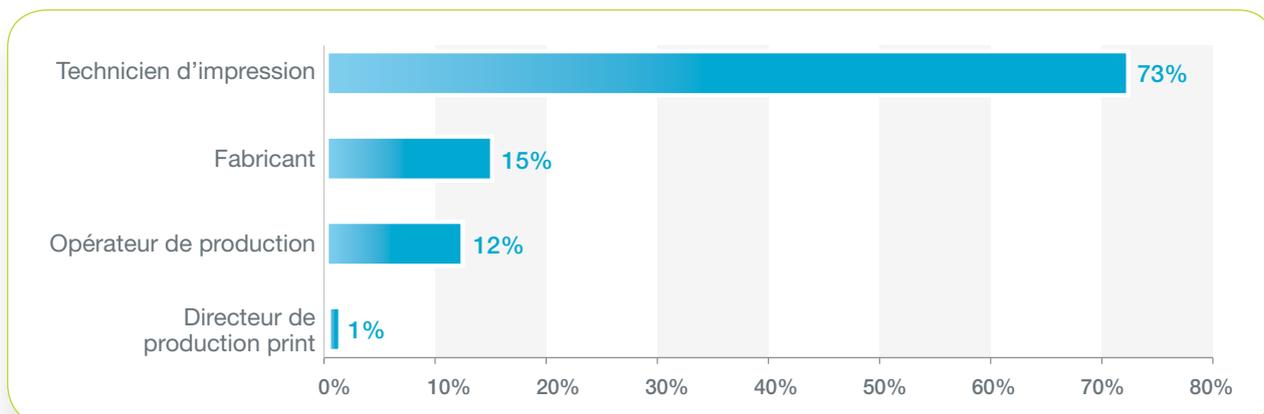
Ce domaine d'activité couvre **3.819 salariés**, soit **5,2%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 51 À 55 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.5.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

GRAPH.56 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)



### PROTRAIT

#### DU TECHNICIEN D'IMPRESSION (2812 SALARIÉS)

85% des techniciens d'impression sont des hommes et 73% sont en CDI. 50% ont plus de 45 ans.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

59% des salariés entrés avaient moins de 26 ans et la moitié des sorties ont concerné des salariés de plus de 35 ans.



### PROTRAIT

#### DU FABRICANT (577 SALARIÉS)

62% des fabricants sont des femmes. 47% ont plus de 45 ans. 87% sont en CDI. 41% travaillent en PHR et 29% en presse magazine.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

60% des salariés sortis avaient plus de 35 ans et 40% des salariés entrés avaient moins de 35 ans.



### PROTRAIT

#### DE L'OPÉRATEUR DE PRODUCTION (451 SALARIÉS)

75% des opérateurs de production sont des hommes. 48% ont plus de 45 ans et 64% sont en CDI.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

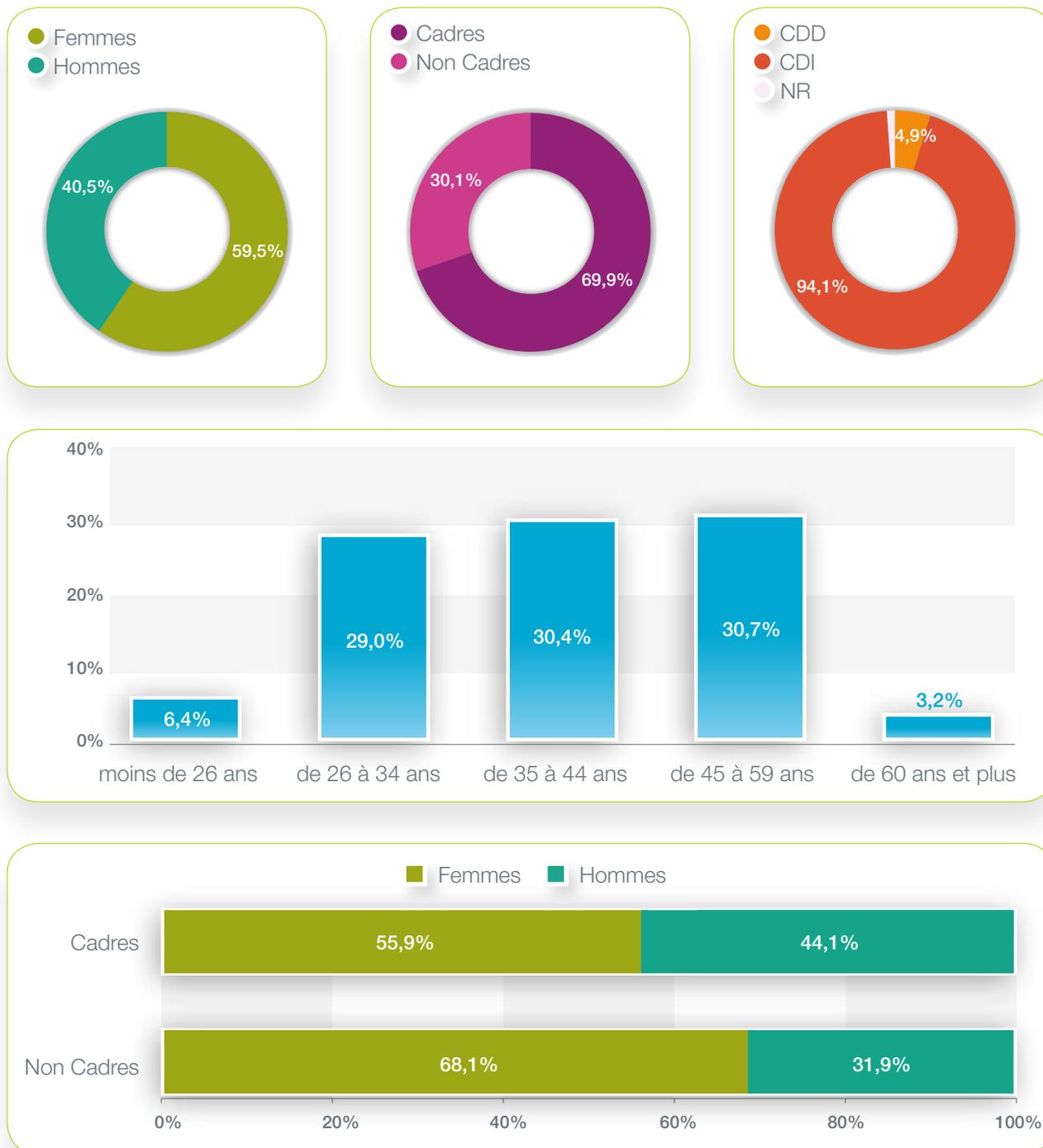
47% des salariés sortis et entrés avaient moins de 35 ans.

## 4.6. Activités commerciales publicitaires

### 4.6.1. Principales caractéristiques du domaine

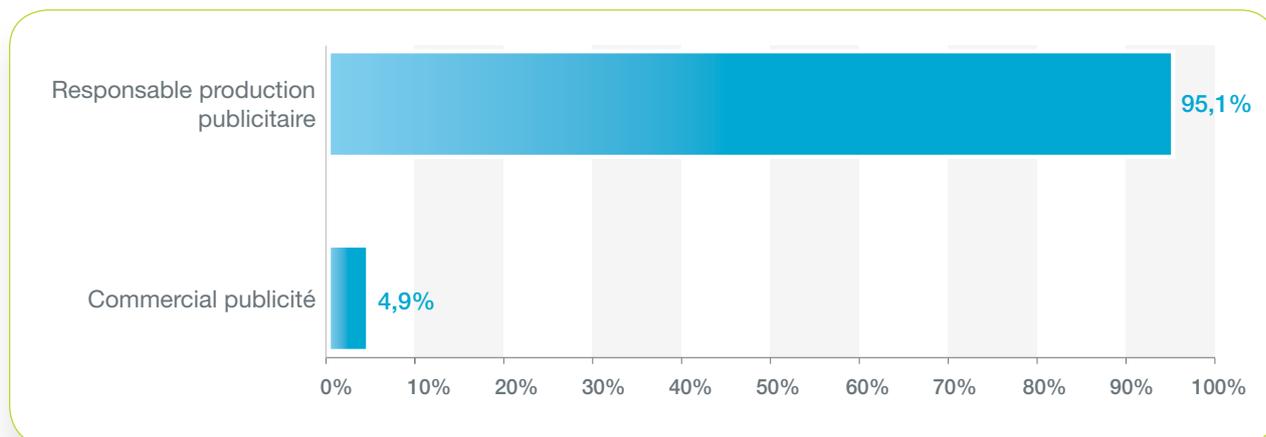
Ce domaine d'activité couvre **1.179 salariés**, soit **1,6%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 57 À 61 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.6.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

GRAPH.62 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)



### PORTRAIT

#### DU RESPONSABLE PRODUCTION PUBLICITAIRE (1.122 SALARIÉS)

Dans ce profil, 60% sont des femmes. 94% sont en CDI. 64% ont plus de 35 ans. 48% sont en presse magazine, 22% en PQR et 22% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis, 55% étaient âgés de moins de 35 ans et parmi les entrées, ils étaient 64% dans cette tranche d'âge.



### PORTRAIT

#### PORTRAIT DU COMMERCIAL PUBLICITÉ (58 SALARIÉS)

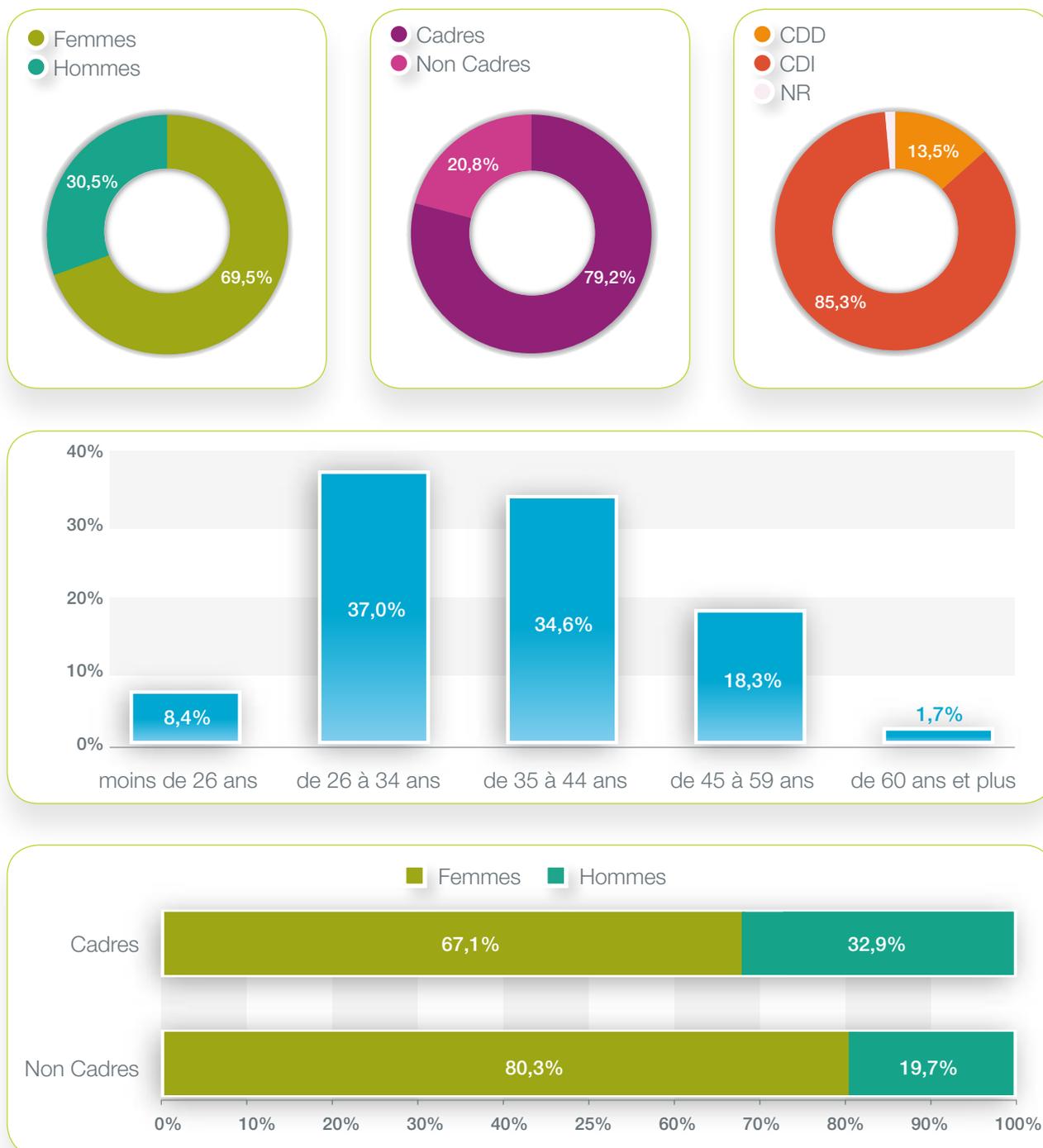
Dans ce profil, 59% sont des femmes. 88% sont en CDI. 69% ont plus de 35 ans. 45% sont en PQR, 24% en presse magazine et 21% en presse spécialisée.

## 4.7. Marketing stratégique

### 4.7.1. Principales caractéristiques du domaine

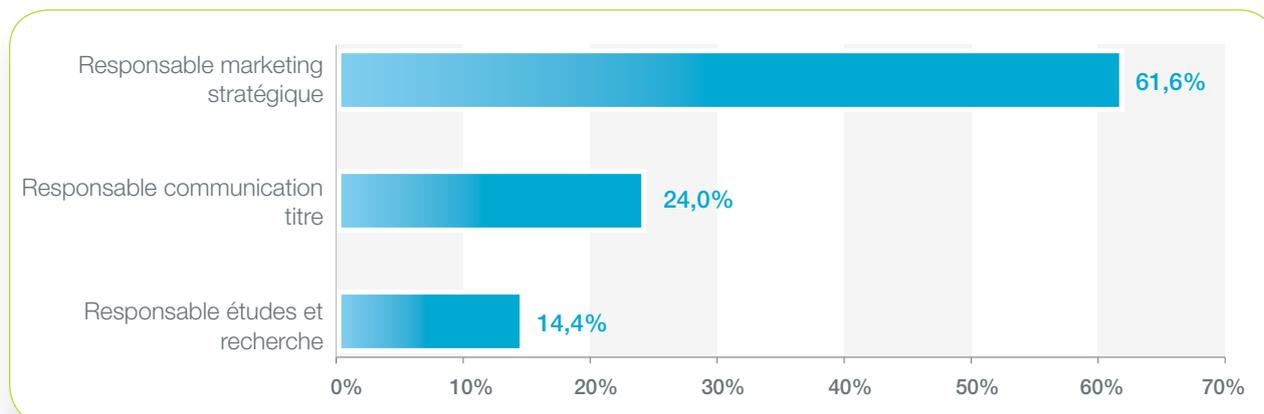
Ce domaine d'activité couvre **1.148 salariés**, soit **1,6%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 63 à 67 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



## 4.7.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

GRAPH.68 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR PROFIL TYPE EN 2010 (EN %)



### PORTRAIT

#### DU RESPONSABLE MARKETING STRATÉGIQUE (709 SALARIÉS)

Dans ce profil, 66% sont des femmes. 89% de salariés sont en CDI. 58% ont plus de 35 ans.

47% travaillent en presse magazine, 26% en presse spécialisée, 11% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les entrées, 70% sont des femmes. 44% des salariés entrés sont en CDD. 66% des salariés entrés ont moins de 35 ans. La moitié des sorties concerne des salariés de moins de 35 ans.



### PORTRAIT

#### DU RESPONSABLE COMMUNICATION TITRE (276 SALARIÉS)

80% des responsables communication sont des femmes. 79% des salariés sont en CDI. 46% ont plus de 35 ans.

43% travaillent en presse magazine, 16% en presse spécialisée, 16% en PQR.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

89% des salariés entrés sont des femmes, 49% sont en CDD. 55% des salariés sortis ont moins de 35 ans et 41% des salariés entrés ont moins de 26 ans.



### PORTRAIT

#### DU RESPONSABLE ÉTUDES & RECHERCHE (166 SALARIÉS)

67% des responsables études & recherche sont des femmes. 80% des salariés sont en CDI. 58% ont plus de 35 ans.

55% travaillent en presse magazine, 23% en PQR, 8% en presse spécialisée.

#### SORTIES 2009 ET ENTRÉES 2010

Parmi les salariés sortis, 57% avaient moins de 35 ans.

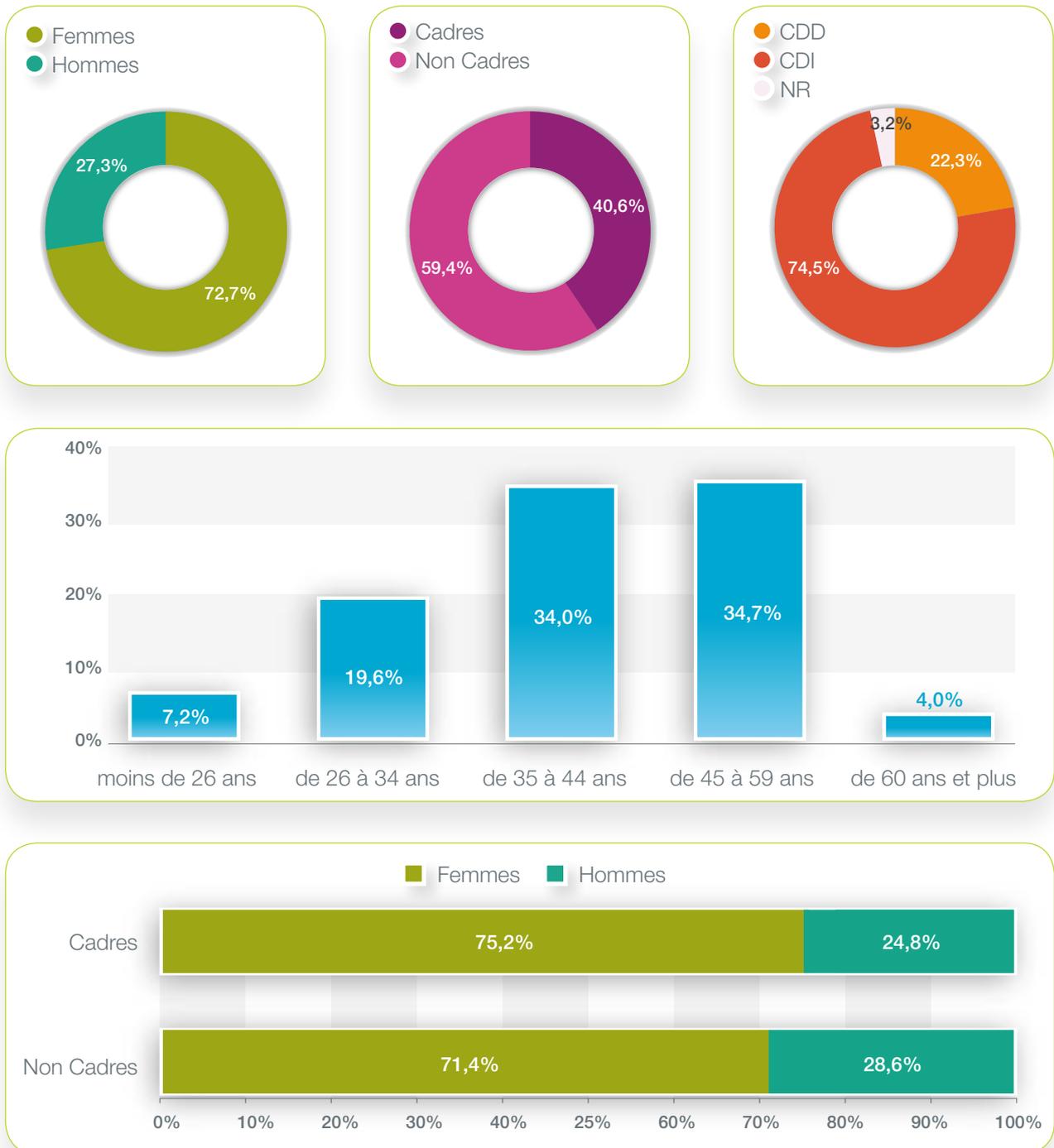
Près de la moitié des salariés entrés étaient en CDD, 39% avaient moins de 26 ans.

## 4.8. Gestion des ressources documentaires

### 4.8.1. Principales caractéristiques du domaine

Ce domaine d'activité couvre **403 salariés**, soit **0,6%** des salariés du secteur.

**GRAPH. 69 À 73 : RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, STATUT, TYPE DE CONTRAT ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



#### 4.8.2. Principales caractéristiques des profils type du domaine

Ce domaine d'activité comporte un profil type unique, qui est celui de **documentaliste multimédia**.

**72% des salariés** de ce profil sont des **femmes**. **44%** travaillent en **presse magazine**.

86 salariés sont sortis en 2009 et 69 sont entrés en 2010.

# 5

## LES MÉTIERS PAR FORME DE PRESSE



## 5. Les métiers par forme de presse

Les valeurs données ci-dessous diffèrent sensiblement de celles du rapport sur les salariés de la presse 2010, du fait de sources différentes (DADS pour ce rapport, AUDIENS pour le rapport sur les salariés).

### 5.1. La presse magazine

70% des 22.008 salariés de la presse magazine travaillent dans le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux ».

Dans ce domaine, plus de la moitié des salariés est constitué de pigistes (52%).

Les femmes sont majoritaires dans six domaines d'activité sur huit.

En marketing stratégique, en activités commerciales publicitaire et en développement de la diffusion et de l'audience, les salariés sont les plus jeunes (entre 43% et 49% de moins de 35 ans).

En gestion des ressources documentaires, le nombre de CDD est le plus élevé (35%).

#### Sorties 2009 et entrées 2010

Dans le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux », le volume d'entrées est le plus élevé (57% des entrées). Il reste néanmoins inférieur au volume des sorties (64% des sorties).

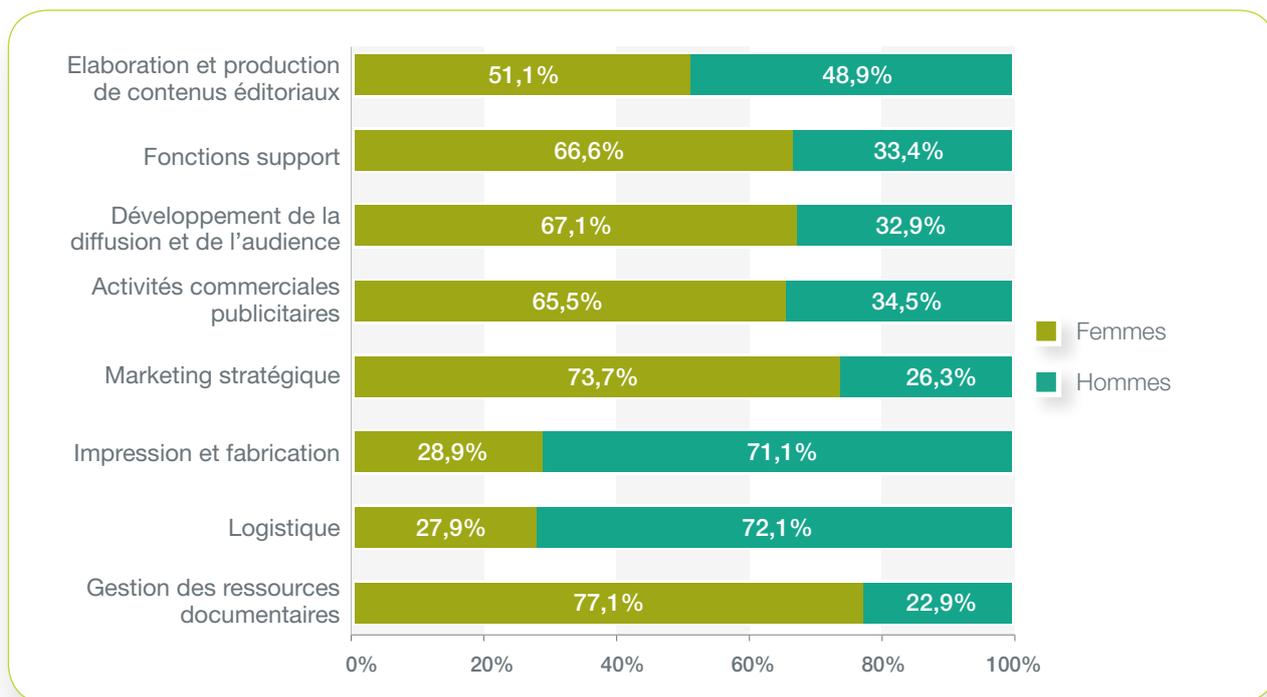
Les salariés entrés sont en grande majorité des femmes (excepté en impression et fabrication et en logistique) et sont plutôt jeunes : en marketing stratégique et en développement de la diffusion et de l'audience, les trois quarts des salariés entrés ont moins de 35 ans. Dans les autres domaines, cette tranche d'âge représente 65 à 67% des salariés entrés. Ceux qui ont le statut de cadre sont essentiellement dans le domaine « marketing stratégique ».

Dans les domaines du développement de la diffusion et de l'audience et en gestion des ressources documentaires, le nombre de CDD est le plus élevé parmi les entrants (entre 67 et 77% de CDD). Le nombre de salariés sortis en 2009, en CDD, était en nombre nettement inférieur (34% pour le développement de la diffusion et de l'audience et 32% pour la gestion des ressources documentaires).

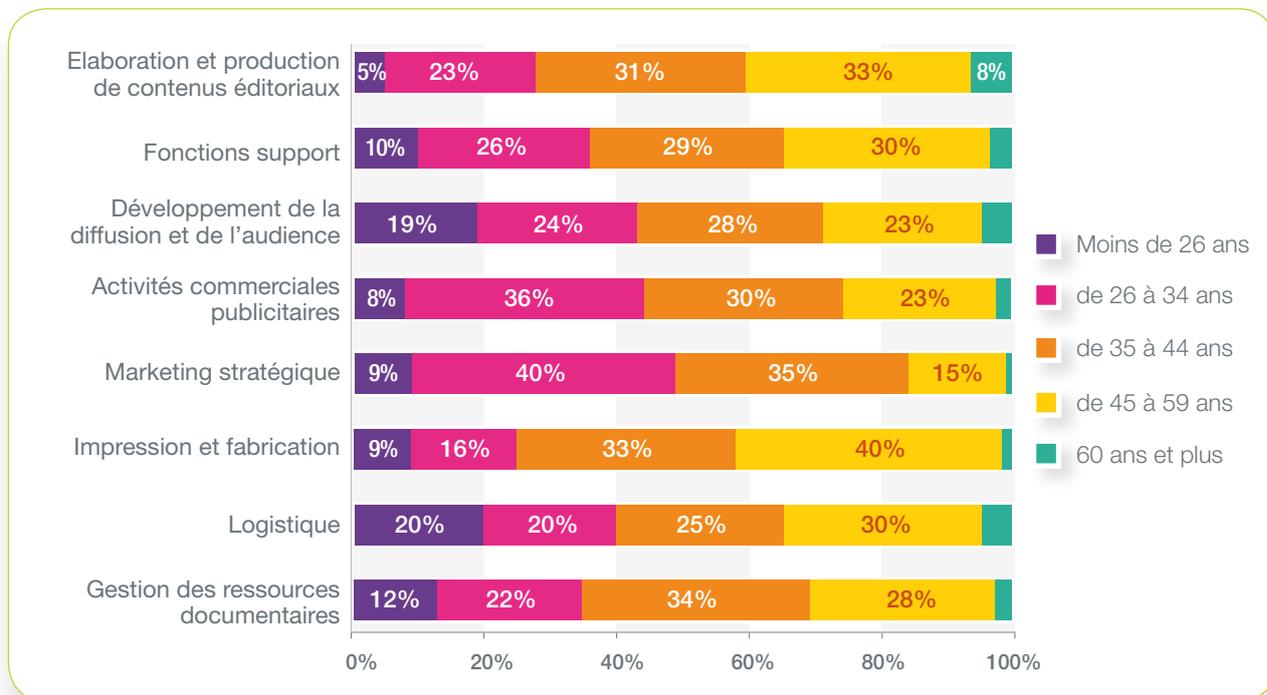
**TABLEAU 1 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE MAGAZINE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	70,0%
Fonctions support	13,4%
Développement de la diffusion et de l'audience	7,3%
Activités commerciales publicitaires	2,5%
Marketing stratégique	2,5%
Impression et fabrication	1,9%
Logistique	1,6%
Gestion des ressources documentaires	0,8%

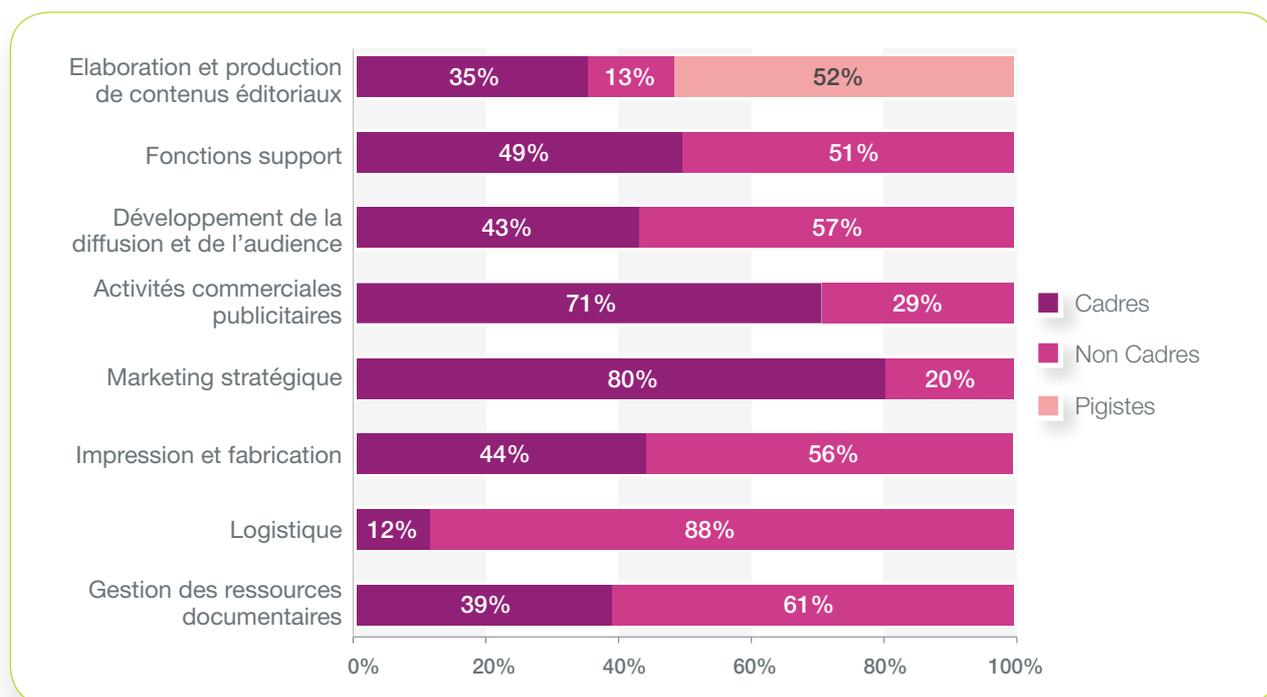
**GRAPH.74 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE MAGAZINE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



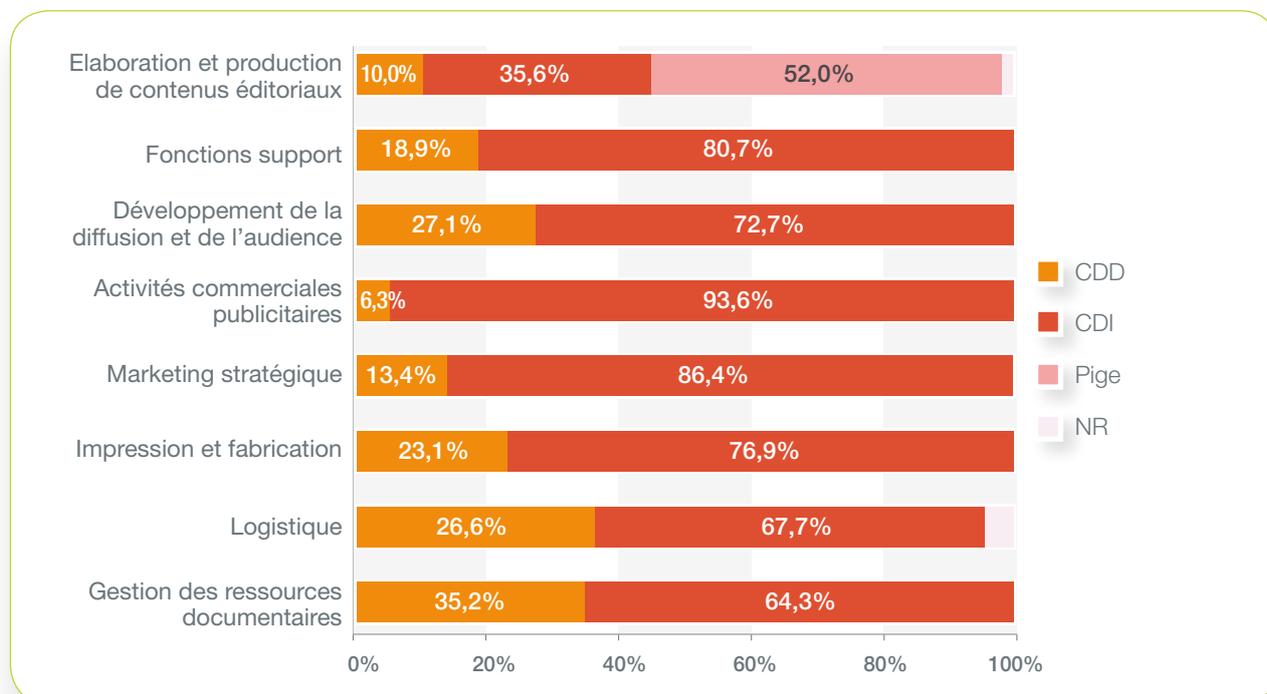
**GRAPH.75 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE MAGAZINE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.76 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE MAGAZINE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.77 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE MAGAZINE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.2. La presse quotidienne régionale

Plus de la moitié des 14.309 salariés de la presse quotidienne régionale travaille dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux ». Il y a davantage de femmes que d'hommes dans trois domaines d'activité : gestion des ressources documentaires, fonctions support et marketing stratégique.

C'est dans le domaine du développement de la diffusion et de l'audience, qu'il y a le plus de salariés jeunes : 46% ont moins de 35 ans. En marketing stratégique, leur pourcentage s'élève à 35%, et en élaboration et production de contenus éditoriaux, à 34%.

A l'opposé, les salariés les plus âgés sont dans les fonctions support (53% de 45 ans et plus), en impression et fabrication (52%), en gestion des ressources documentaires (52%) et en activités commerciales publicitaires (50%).

La proportion la plus importante de CDD est en développement de la diffusion et de l'audience et en logistique (25% et 20% respectivement).

### Sorties 2009 et entrées 2010

Dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » le volume de sorties est le plus élevé (36% de l'ensemble des salariés sortis), suivi du « développement de la diffusion et de l'audience » (405 salariés, 21% des salariés sortis). C'est également dans ces domaines que les volumes d'entrées ont été les plus importants (46% des salariés entrés en PQR pour l'élaboration et la production des contenus éditoriaux, et 21% pour le développement de la diffusion et de l'audience). Le solde est cependant négatif pour ces deux domaines d'activité, avec plus de sorties que d'entrées.

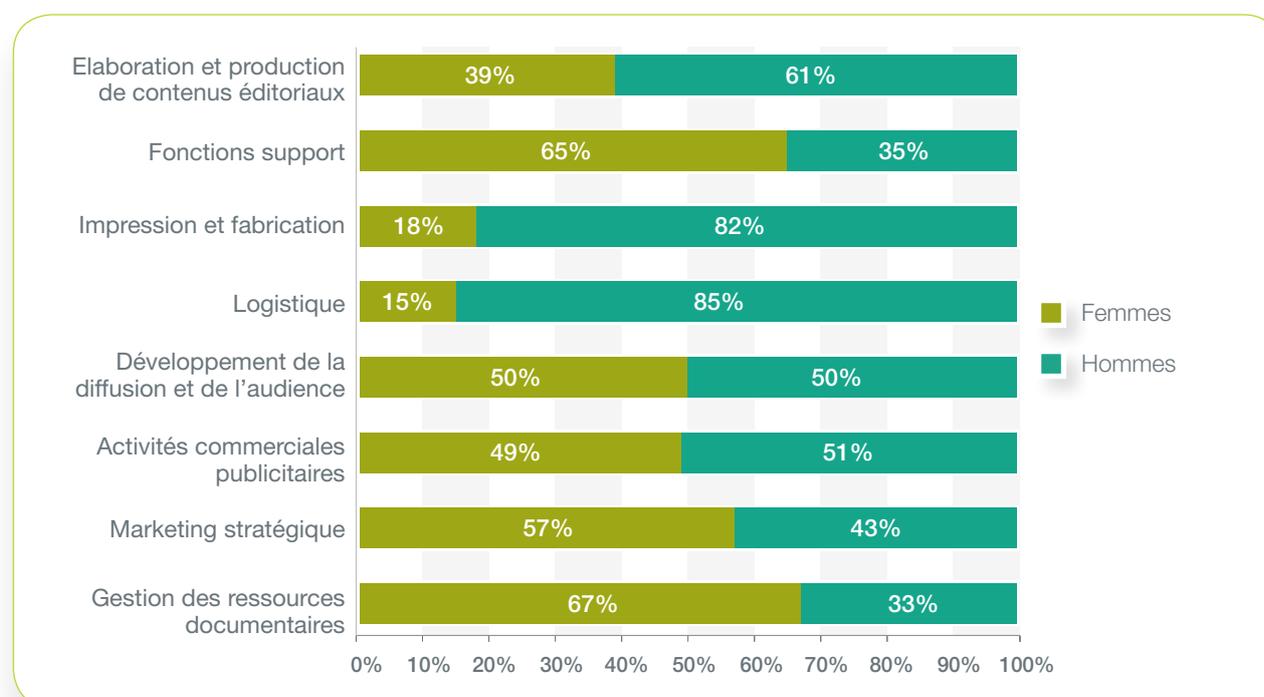
Les salariés sortis sont plus souvent des hommes que des femmes (57% d'hommes). Ils sont jeunes : 41% des salariés sortis ont moins de 26 ans. En logistique et en développement de la diffusion et de l'audience, ce chiffre atteint respectivement 62 et 70%. Les salariés sortis du domaine éditorial ont moins de 35 ans pour la moitié d'entre eux. 48% des personnes qui ont quitté la PQR sont en CDD et 52% non cadres. Enfin 13% sont des journalistes pigistes.

Les nouveaux entrants en presse quotidienne régionale sont également très jeunes : 56% ont moins de 26 ans et 22% ont entre 26 et 34 ans. En développement de la diffusion et de l'audience et en logistique les salariés sont les plus jeunes. La grande majorité des nouveaux salariés sont non cadres (83%). Ce chiffre est de 69% dans le domaine éditorial. 16% sont pigistes et 58% sont en CDD.

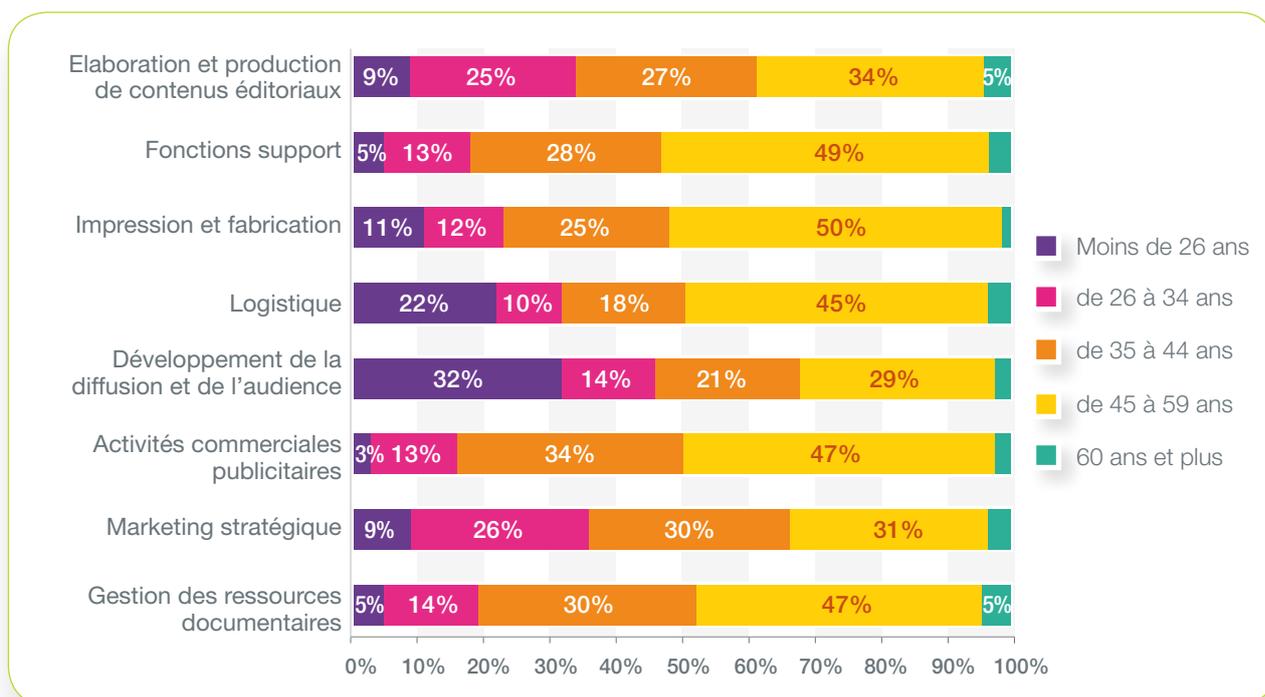
**TABEAU 2 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	51,9%
Fonctions support	14,9%
Impression et fabrication	14,5%
Logistique	8,1%
Développement de la diffusion et de l'audience	7,2%
Activités commerciales publicitaires	1,9%
Marketing stratégique	1,1%
Gestion des ressources documentaires	0,4%

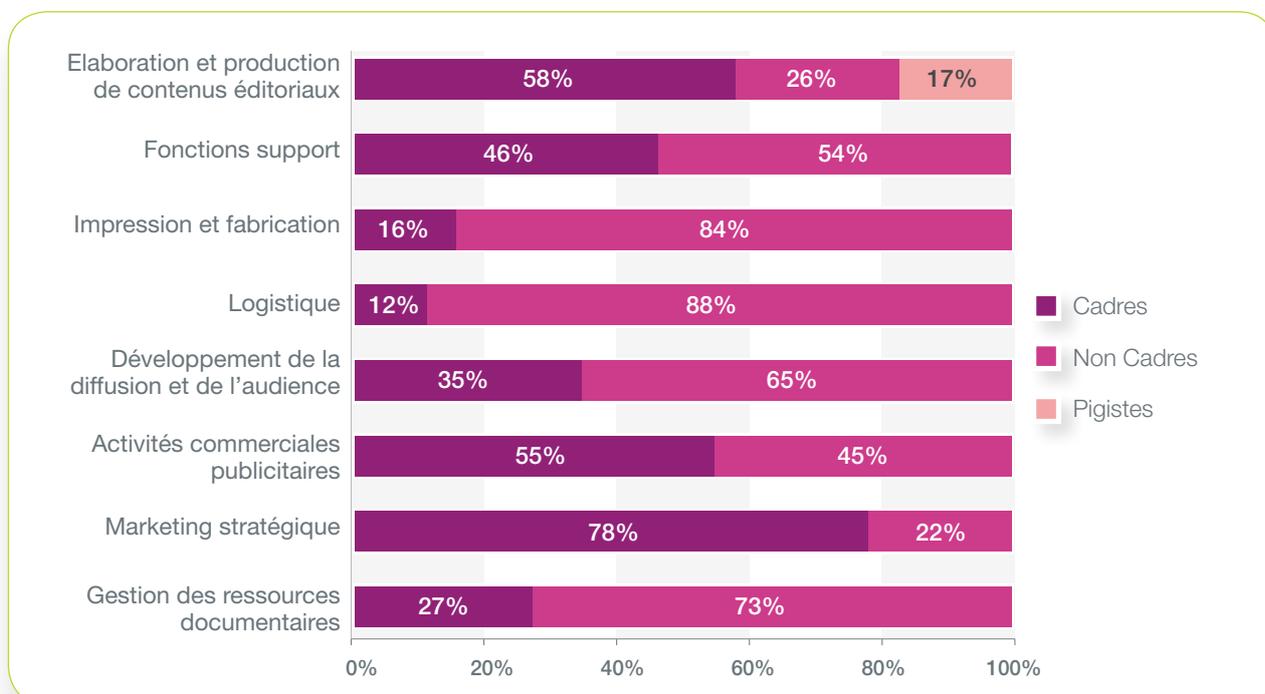
**GRAPH.78 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



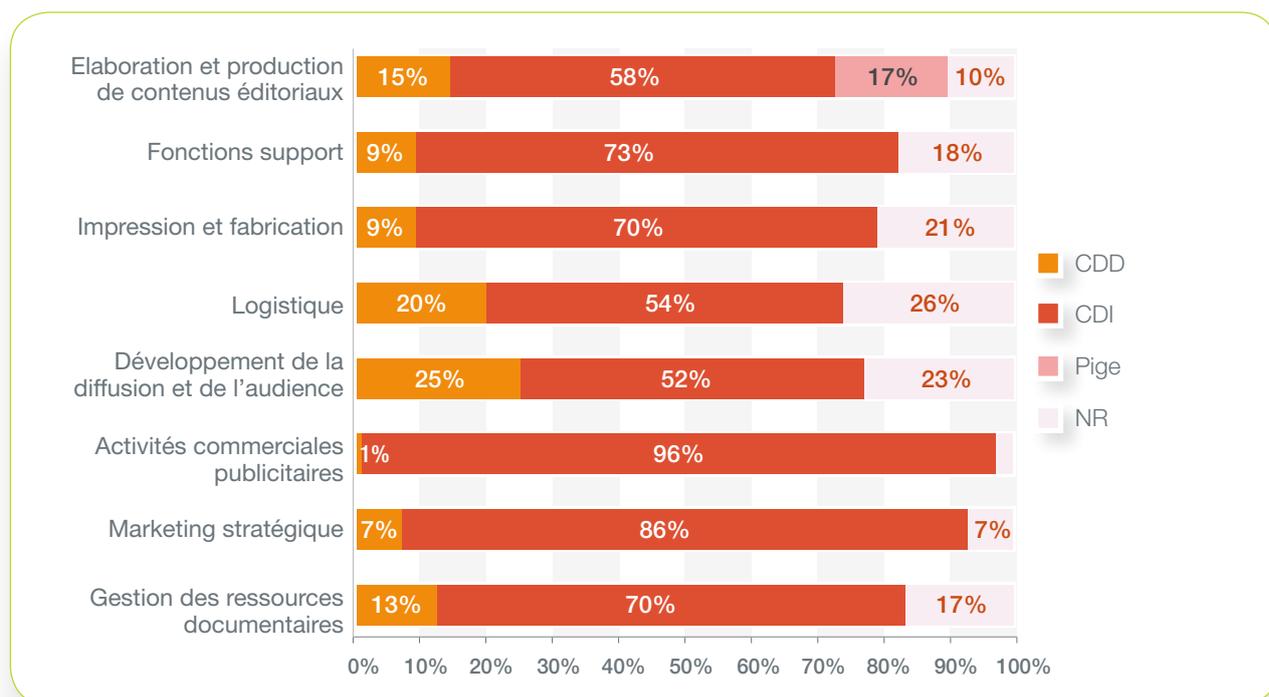
**GRAPH.79 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.80 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.81 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



### 5.3. La presse spécialisée

Près de 70% des 11.703 salariés de la presse spécialisée salariés travaillent dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » et un peu plus de 15% dans les fonctions support. Dans le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux », 50% des salariés sont journalistes pigistes.

Les femmes sont majoritaires dans tous les domaines d'activité, excepté en impression et fabrication. Le nombre de CDD oscille entre 5 et 28%, et c'est parmi les fonctions support que l'on en compte le plus.

Les salariés les plus jeunes sont en marketing stratégique et en activités commerciales publicitaires, avec respectivement 40% et 38% de moins de 35 ans. Les salariés les plus âgés sont en logistique (60% de 45 ans et plus), impression et fabrication (53% de 45 ans et plus), et gestion des ressources documentaires (50% de 45 ans et plus).

#### Sorties 2009 et entrées 2010

55% des salariés sortis en 2009 viennent du domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » ainsi que 61% des salariés entrés en 2010.

Les salariés sortis sont plus souvent des femmes que des hommes (55% de femmes). Cela se vérifie dans le domaine du développement de la diffusion et de l'audience (64% des sortants sont des femmes) mais cette proportion s'inverse légèrement pour ceux qui sortent du domaine éditorial (51% d'hommes). 57% des personnes quittant le domaine éditorial sont pigistes. 29% des salariés sortis de la presse spécialisée ont entre 26 et 35 ans.

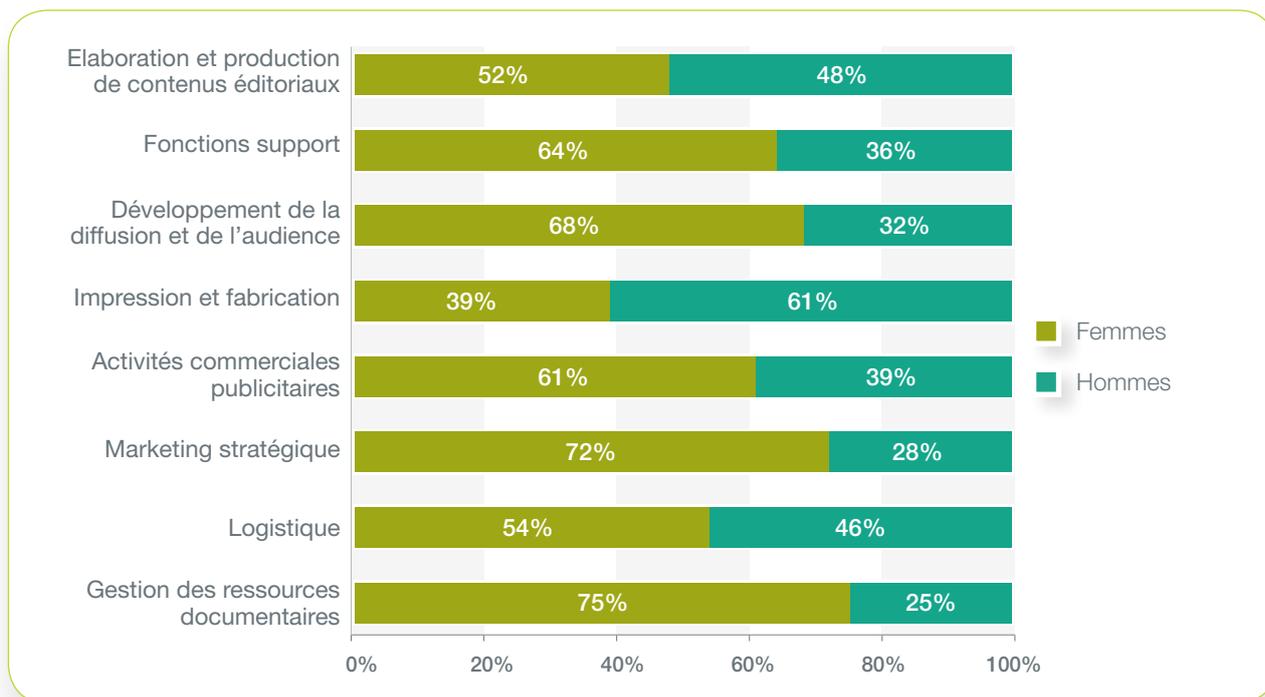
Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à entrer en presse spécialisée (58%). Dans le domaine du développement de la diffusion et de l'audience leur proportion est la plus forte (63% des salariés entrés sont des femmes).

Parmi les salariés entrés en 2010 et travaillant dans le domaine éditorial, 56% sont pigistes.

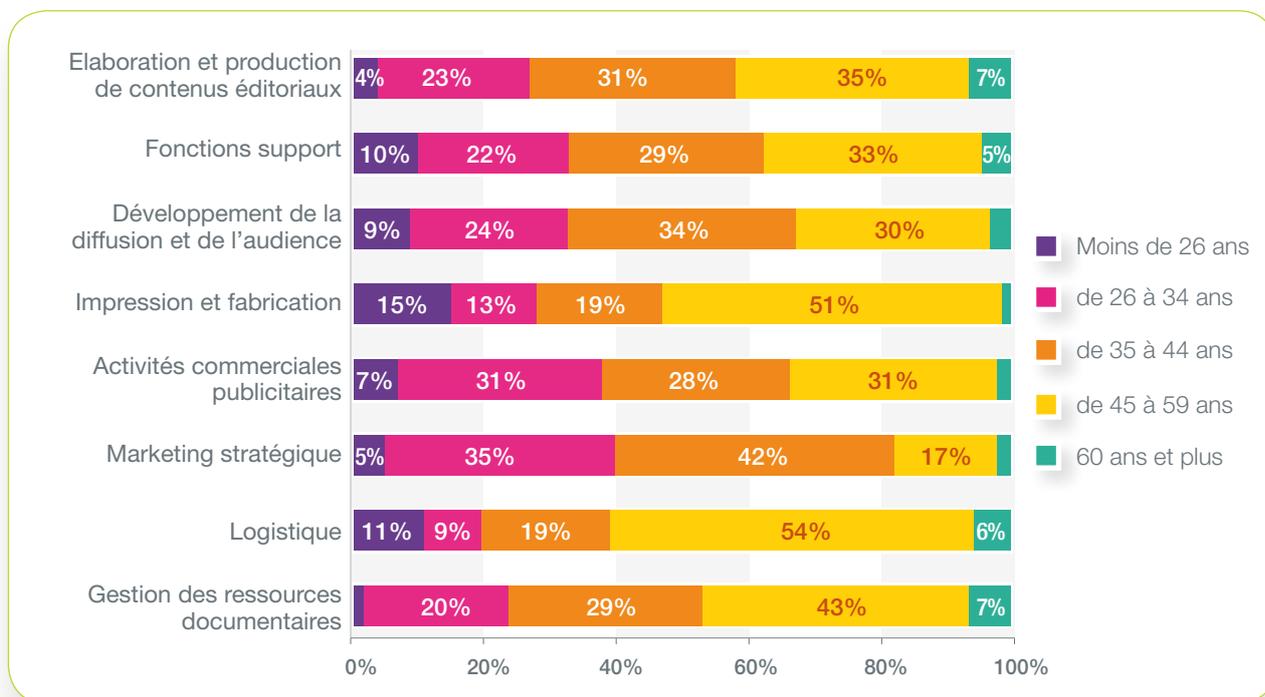
**TABEAU 3 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE SPÉCIALISÉE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	68,6%
Fonctions support	15,4%
Développement de la diffusion et de l'audience	7,4%
Impression et fabrication	2,7%
Activités commerciales publicitaires	2,2%
Marketing stratégique	2,1%
Logistique	1,1%
Gestion des ressources documentaires	0,5%

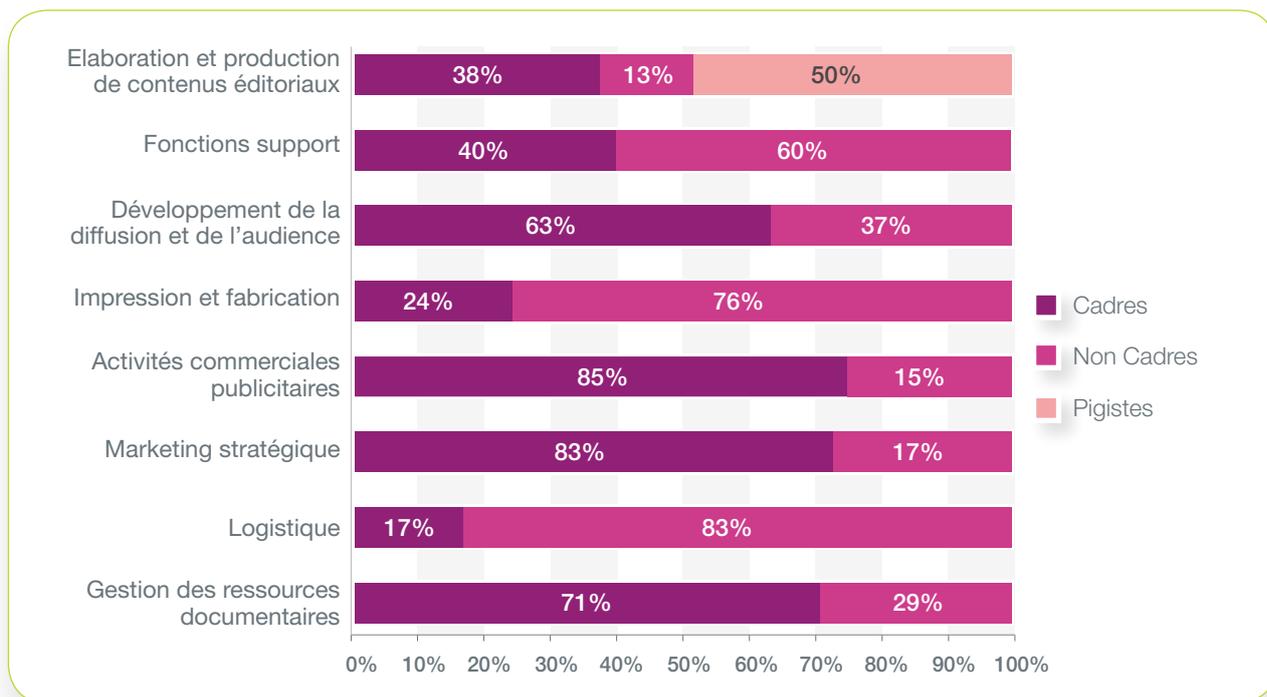
**GRAPH.82 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE SPÉCIALISÉE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



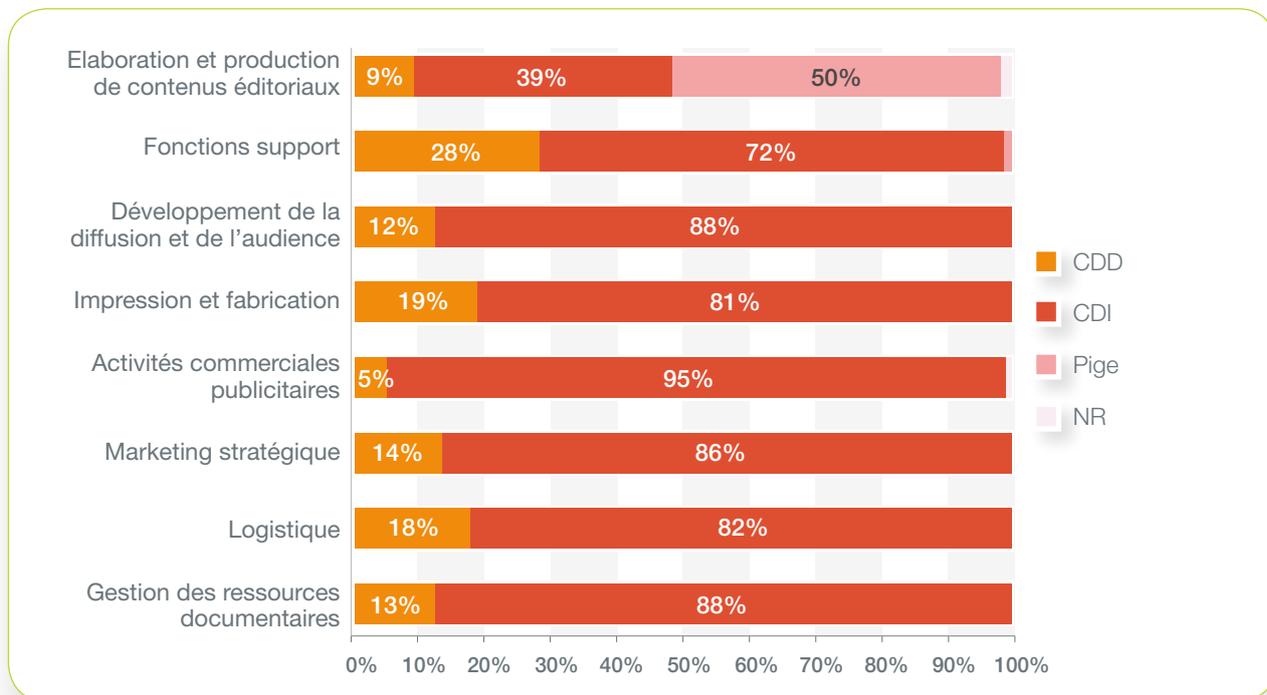
**GRAPH.83 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE SPÉCIALISÉE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.84 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE SPÉCIALISÉE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.85 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE SPÉCIALISÉE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.4. Les agences de presse

85% des 6.682 salariés des agences de presse travaillent dans le domaine « élaboration et production de contenus éditoriaux ». Dans ce domaine, plus de la moitié sont pigistes.

Les femmes sont majoritaires dans les domaines « gestion des ressources documentaires », « marketing stratégique », « activités commerciales publicitaires » et dans les fonctions support.

En marketing stratégique les salariés sont les plus jeunes (67% de moins de 35 ans) et en logistique ils sont les plus âgés (65% de plus de 45 ans).

Dans le domaine des activités commerciales publicitaires et en marketing stratégique le nombre de CDD est le plus élevé, avec respectivement 29% et 25% des salariés.

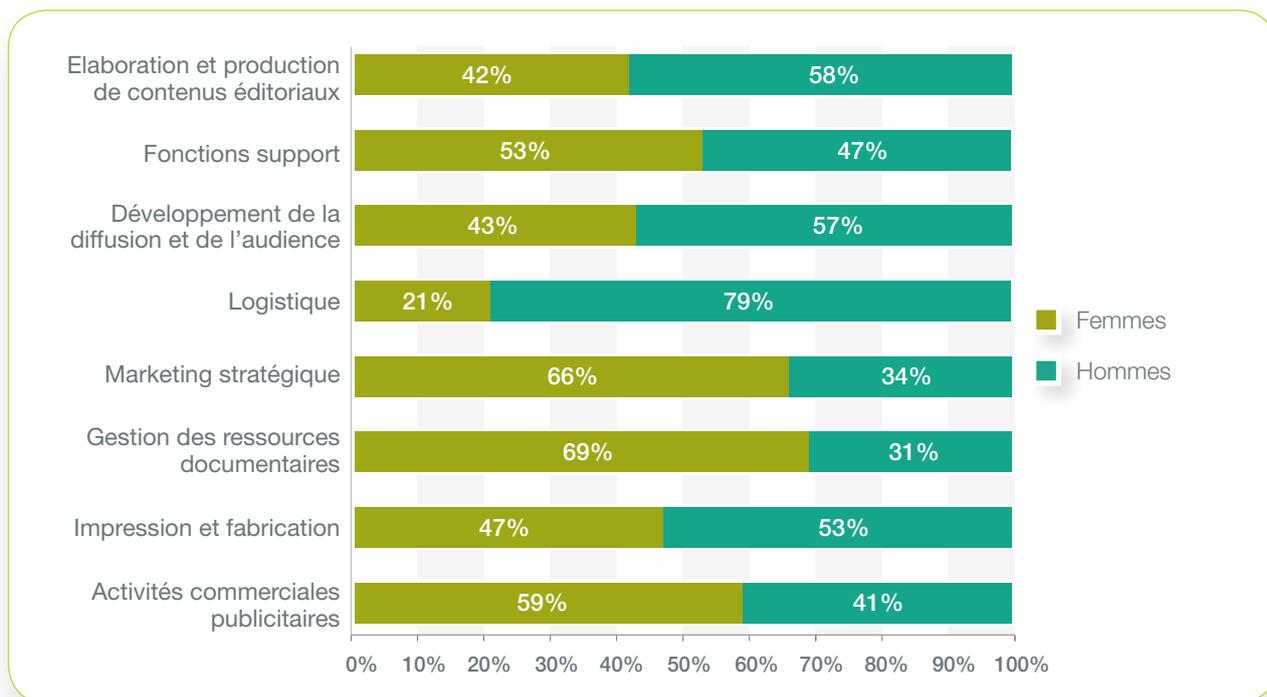
### Sorties 2009 et entrées 2010

80% des salariés sortis en 2009 et 75% des salariés entrés en 2010 ont travaillé dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux ».

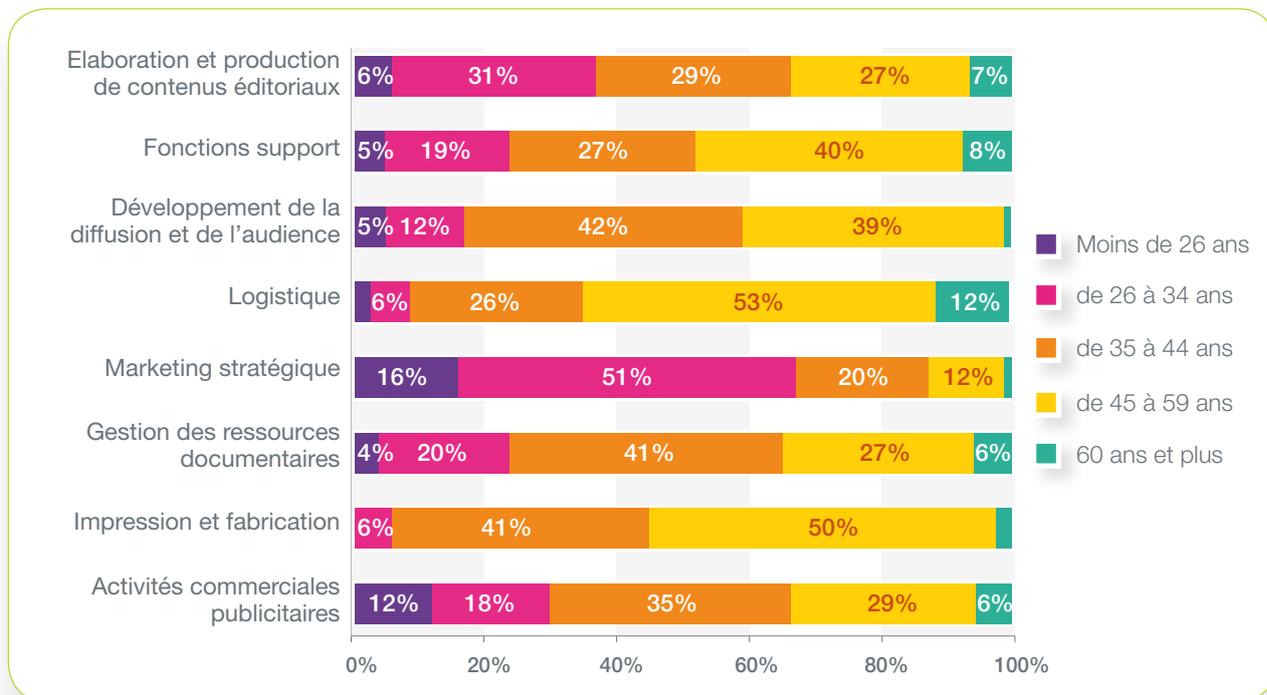
**TABEAU 4 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DES AGENCES DE PRESSE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	85,6%
Fonctions support	7,6%
Développement de la diffusion et de l'audience	2,0%
Logistique	1,9%
Marketing stratégique	1,4%
Gestion des ressources documentaires	0,8%
Impression et fabrication	0,5%
Activités commerciales publicitaires	0,2%

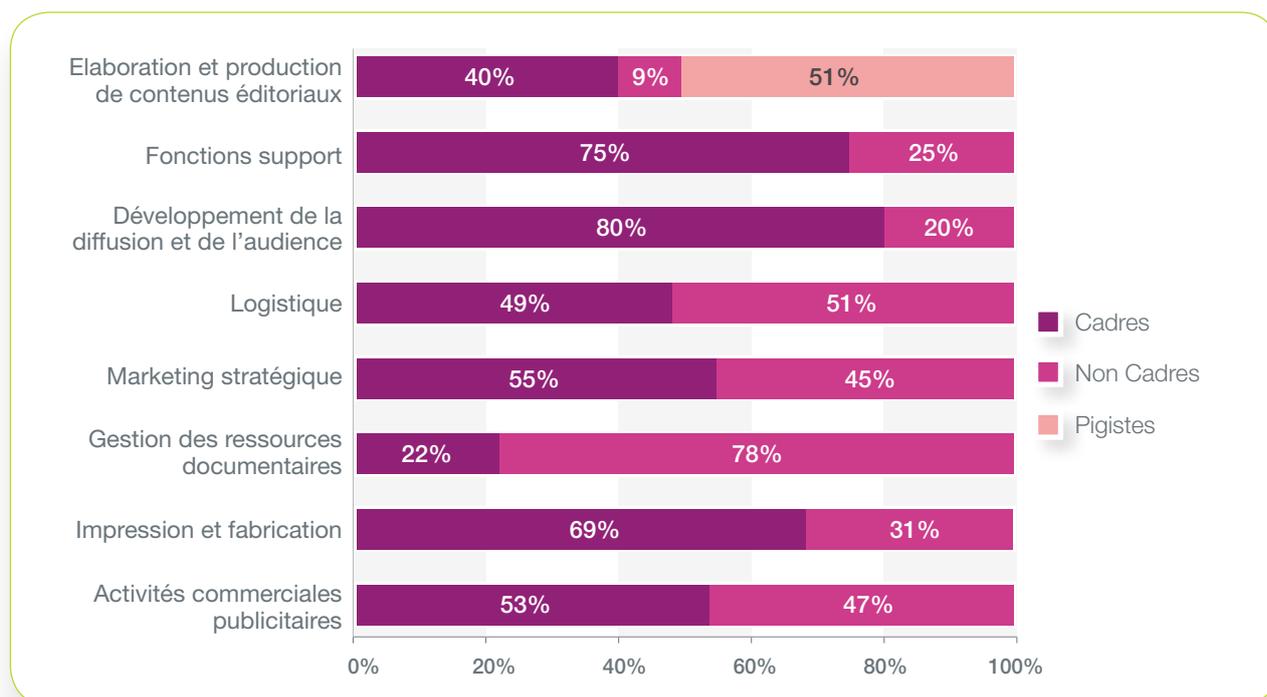
**GRAPH.86 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DES AGENCES DE PRESSE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



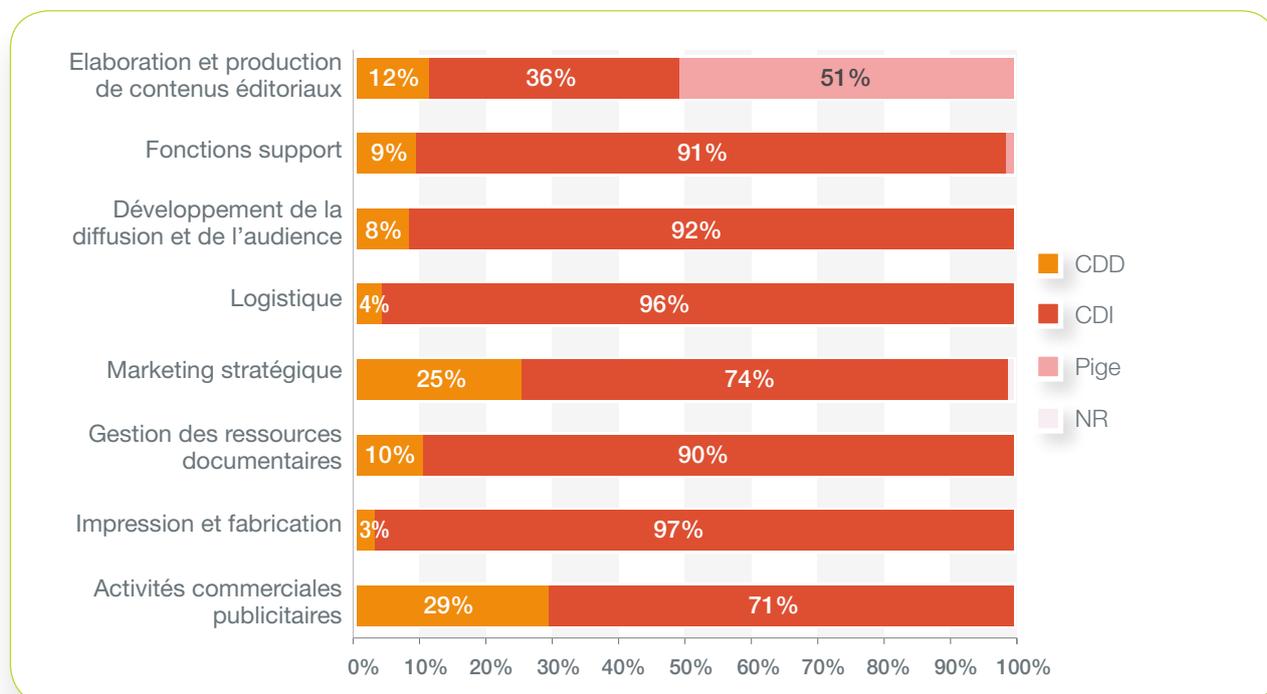
**GRAPH.87 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DES AGENCES DE PRESSE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.88 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DES AGENCES DE PRESSE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.89 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DES AGENCES DE PRESSE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.5. La presse quotidienne nationale (PQN) et la presse hebdomadaire nationale (PHN)

Près de 80% des 5.404 salariés de la PQN et de la PHN travaillent dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » et 57% d'entre eux sont pigistes.

Les femmes sont majoritaires dans trois domaines : gestion des ressources documentaires, marketing stratégique et dans les fonctions support.

Les salariés les plus jeunes sont en marketing stratégique (33% de moins de 35 ans), les salariés des autres domaines se situant dans des fourchettes d'âge plus élevées, notamment en logistique, impression et fabrication et dans les fonctions support.

Le nombre de CDD varie de 6% à 18% selon les domaines d'activité (impression et fabrication et gestion des ressources documentaires).

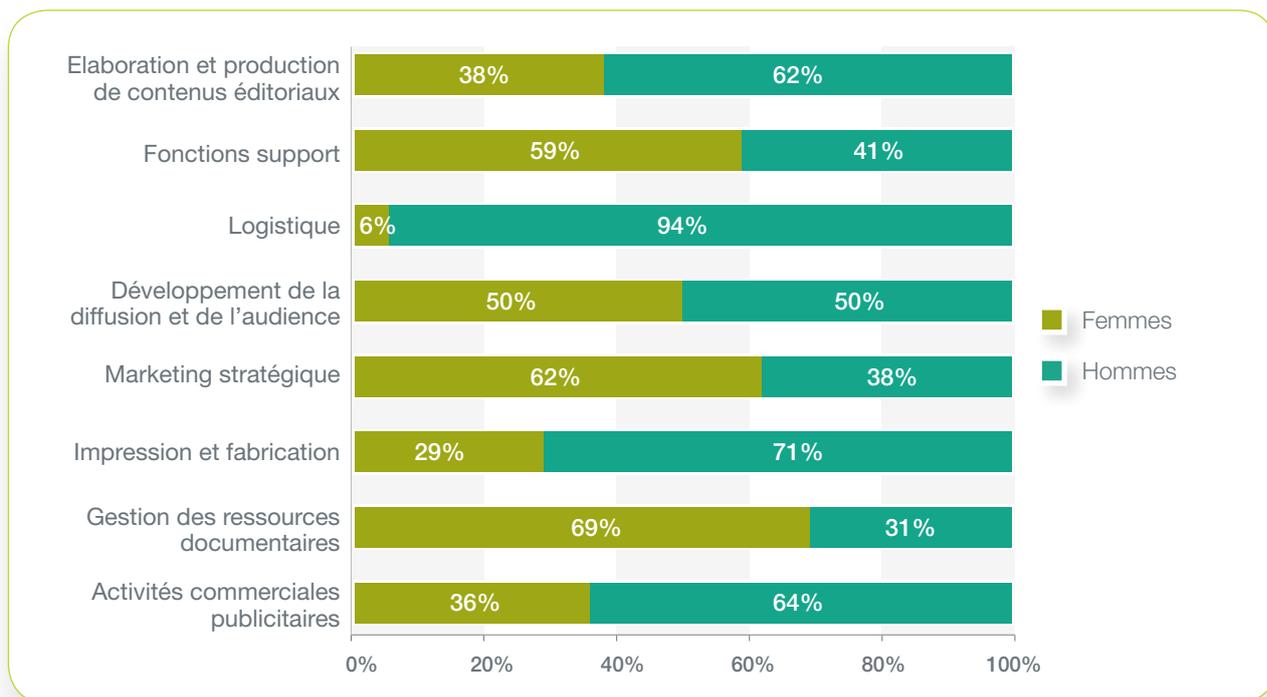
### Sorties 2009 et entrées 2010

71% des sorties et 83% des entrées concernent le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux »

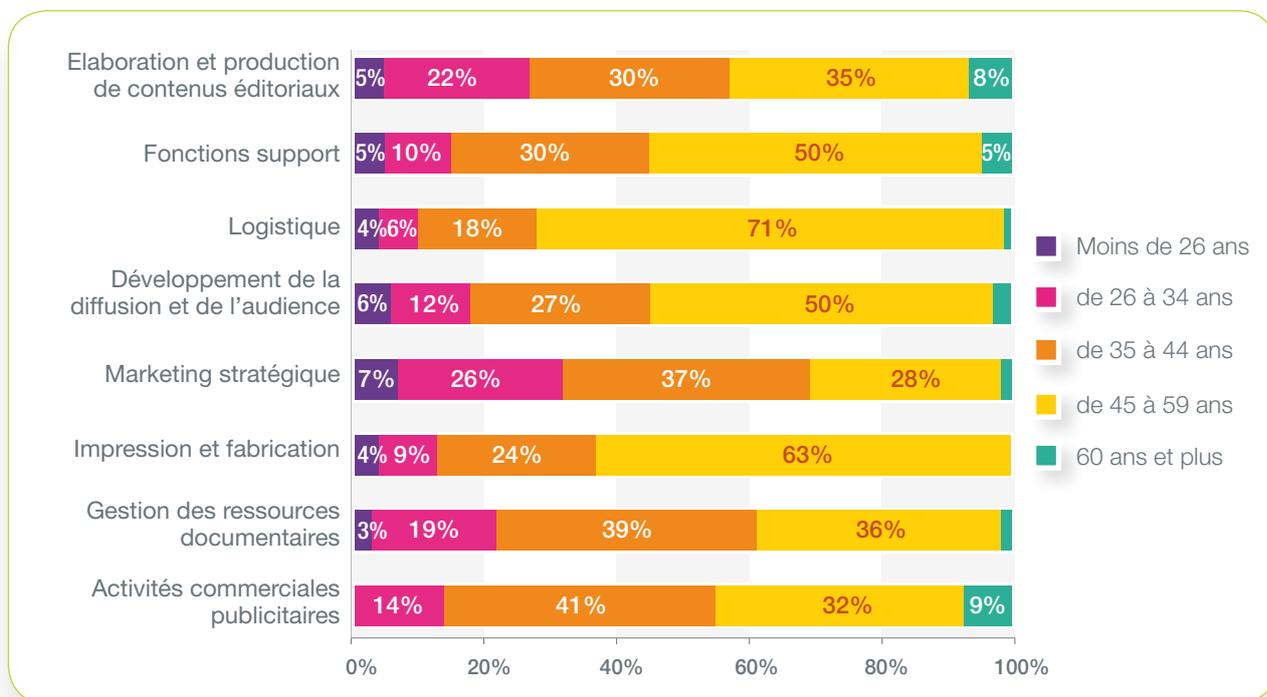
**TABEAU 5 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQN ET DE LA PHN PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	79,3%
Fonctions support	9,3%
Logistique	4,0%
Développement de la diffusion et de l'audience	2,9%
Marketing stratégique	1,6%
Impression et fabrication	1,4%
Gestion des ressources documentaires	1,1%
Activités commerciales publicitaires	0,4%

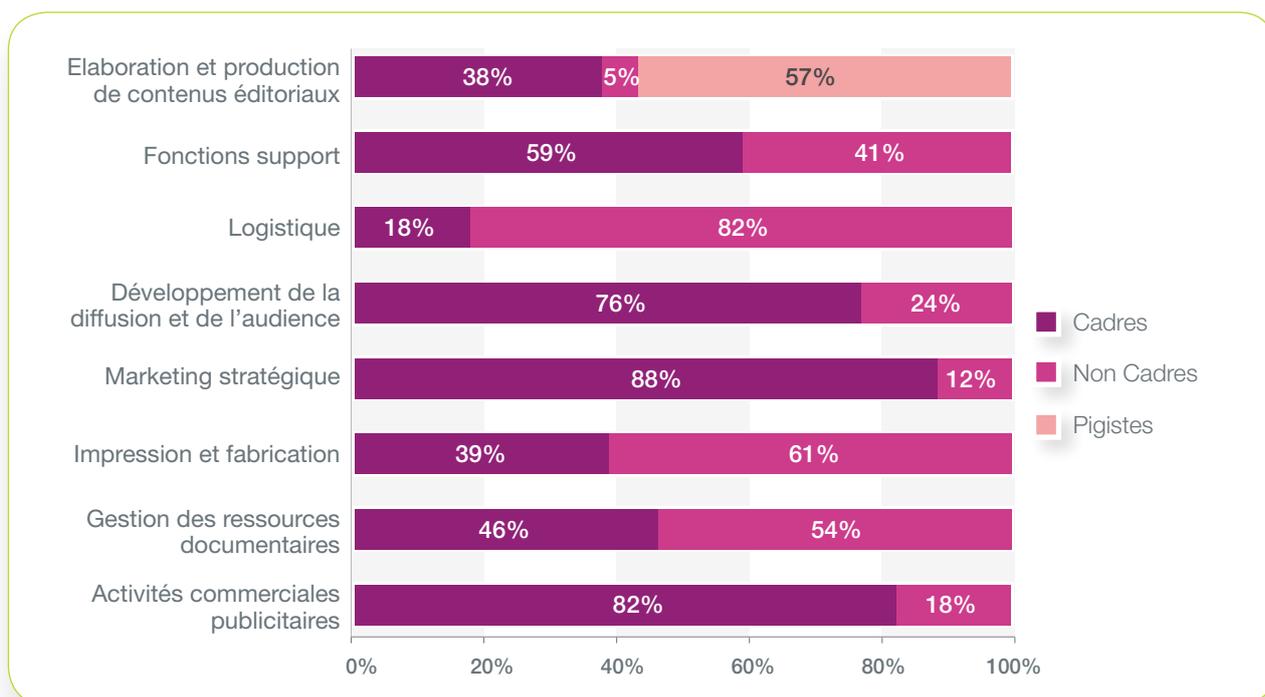
**GRAPH.90 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQN ET DE LA PHN PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



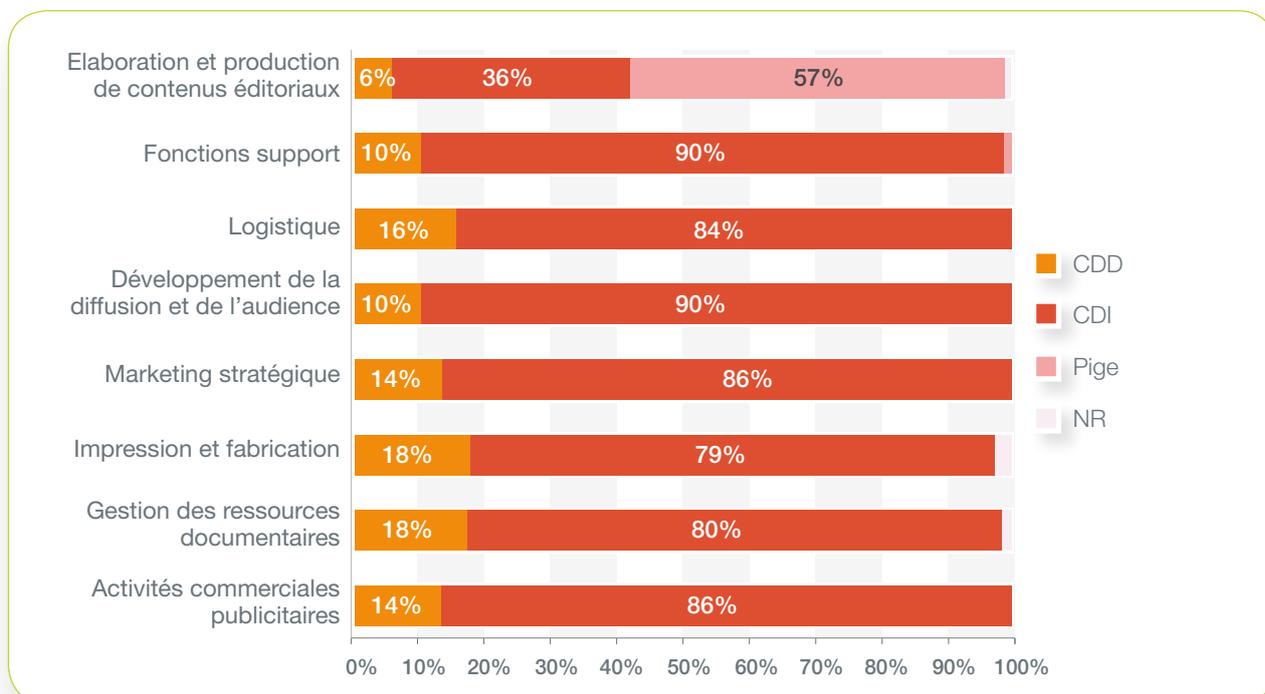
**GRAPH.91 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQN ET DE LA PHN PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.92 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQN ET DE LA PHN PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.93 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PQN ET DE LA PHN PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.6. Le routage

62,3% des 2.155 salariés du routage travaillent dans le domaine « logistique », et 24,2% dans le domaine « développement de la diffusion et de l'audience ».

Les femmes sont majoritaires dans les fonctions support (52%).

Dans le domaine « logistique » les salariés sont les plus jeunes, avec 57% de salariés de moins de 35 ans.

Le nombre de CDD varie de 7% (en fonction support) à 26% (en logistique).

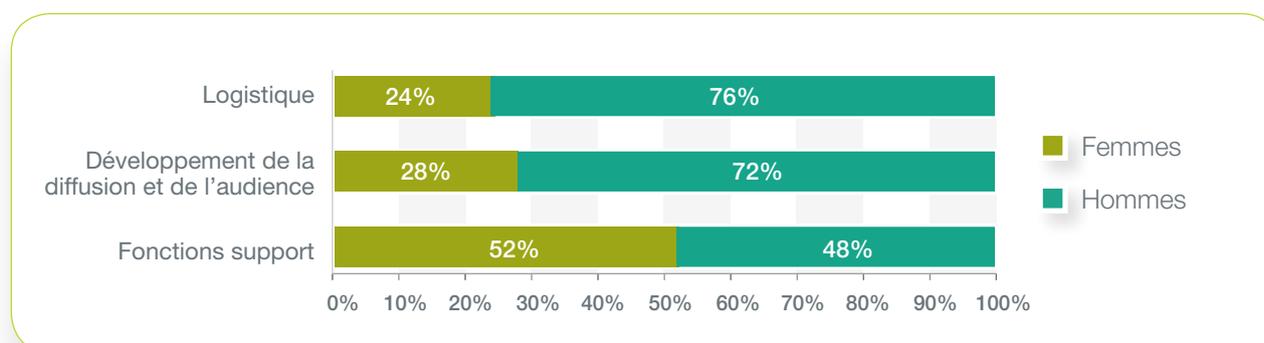
### Sorties 2009 et entrées 2010

94% des salariés sortis et 83% des nouveaux entrants travaillaient en logistique.

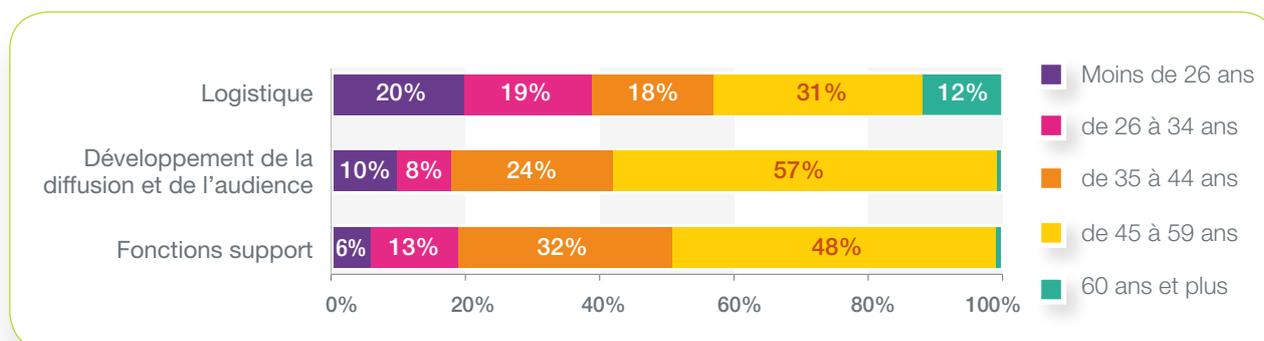
**TABEAU 6 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU ROUTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ<sup>11</sup>**

	%
Logistique	62,3%
Développement de la diffusion et de l'audience	24,2%
Fonctions support	6,7%

**GRAPH.94 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU ROUTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**

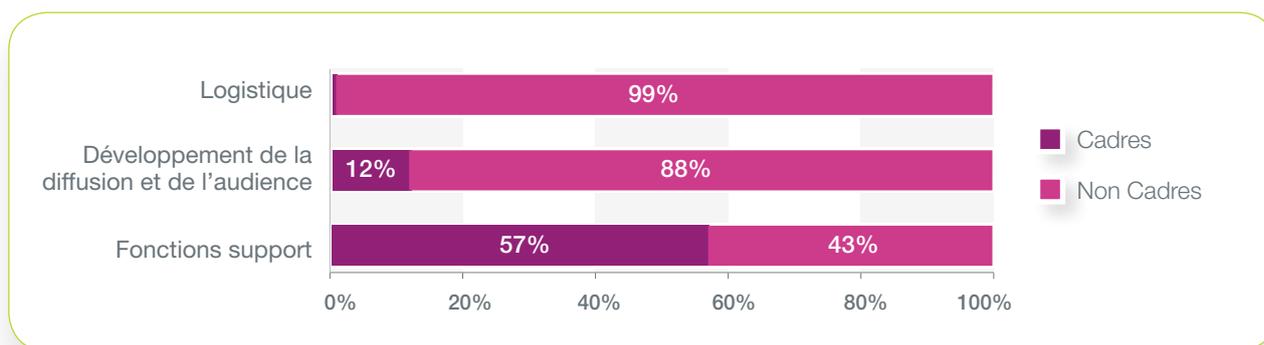


**GRAPH.95 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU ROUTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET ÂGE EN 2010 (EN %)**

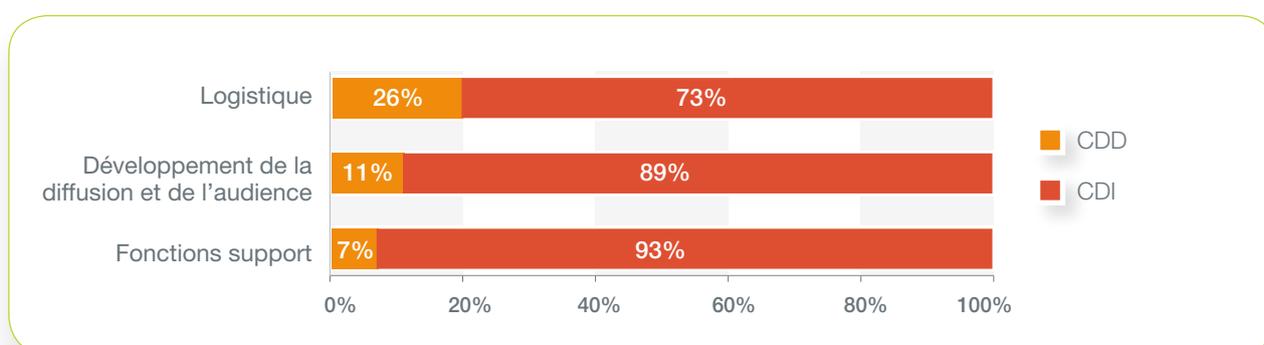


<sup>11</sup>. Sont présentés ici les principaux domaines d'activité.

**GRAPH.96 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU ROUTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.97 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU ROUTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.7. La presse hebdomadaire régionale

57% des 2.060 salariés de la presse hebdomadaire régionale travaillent dans le domaine « élaboration et production des contenus éditoriaux » et près de 20% dans les fonctions support.

Les femmes sont majoritaires dans quatre domaines d'activité : dans les fonctions supports, en impression et fabrication, en développement de la diffusion et de l'audience, et en activités commerciales publicitaires.

46% des salariés du domaine « Elaboration et production des contenus éditoriaux » ont moins de 35 ans et c'est dans ce domaine que les salariés sont les plus jeunes.

Les non cadres sont majoritaires, excepté dans les domaines « Elaboration et production des contenus éditoriaux » (57%) et « Activités commerciales publicitaires » (69%). La majorité des salariés est en CDI. A noter cependant, un pourcentage relativement élevé de CDD en logistique (42%).

### Sorties 2009 et entrées 2010

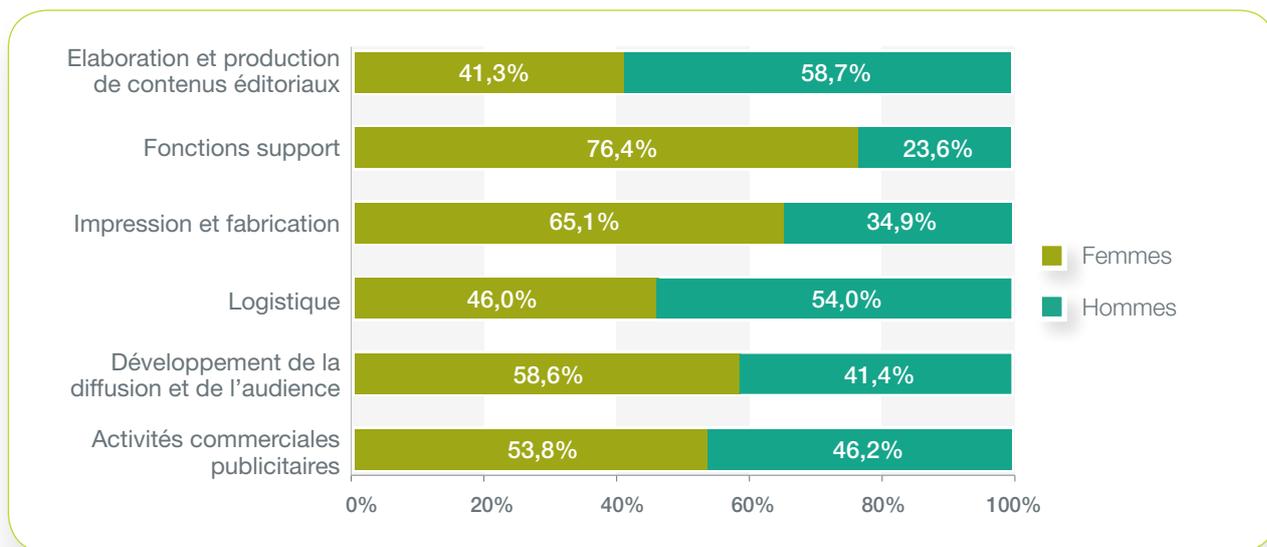
54% des salariés entrés en 2010 et 47% des salariés sortis en 2009 ont travaillé dans le domaine « Elaboration et production des contenus éditoriaux ». 26% des salariés entrés et 20% des salariés sortis ont travaillé dans les fonctions supports.

**TABLEAU 7 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PHR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ<sup>12</sup>**

	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	56,9%
Fonctions support	18,9%
Impression et fabrication	13,6%
Logistique	4,9%
Développement de la diffusion et de l'audience	4,2%
Activités commerciales publicitaires	1,3%

<sup>12</sup>. Sont présentés ici les principaux domaines d'activité.

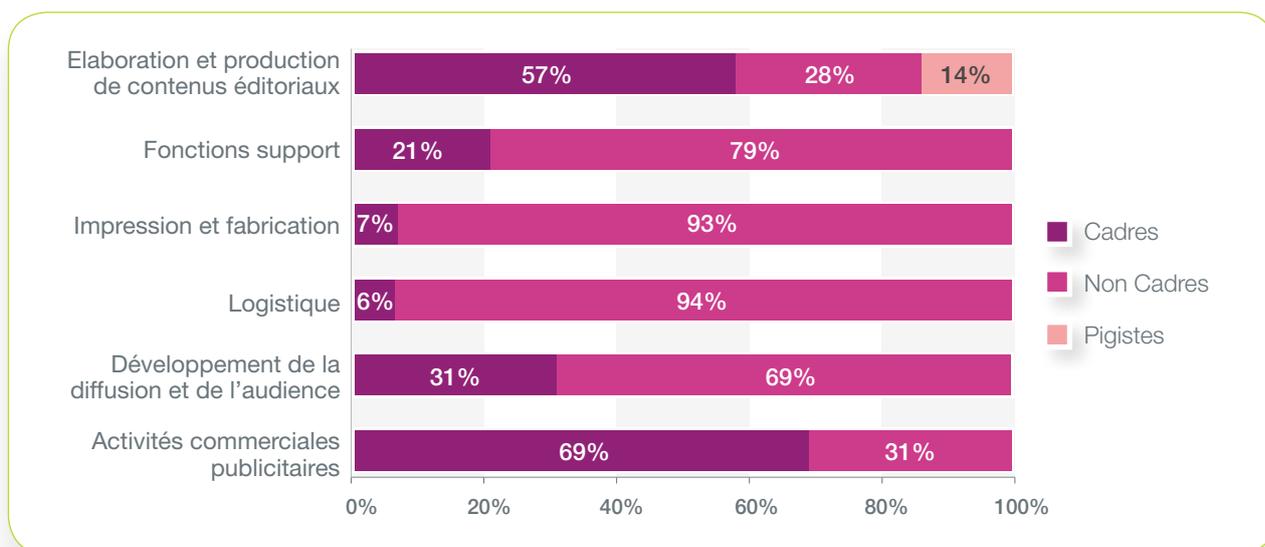
**GRAPH.98 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PHR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



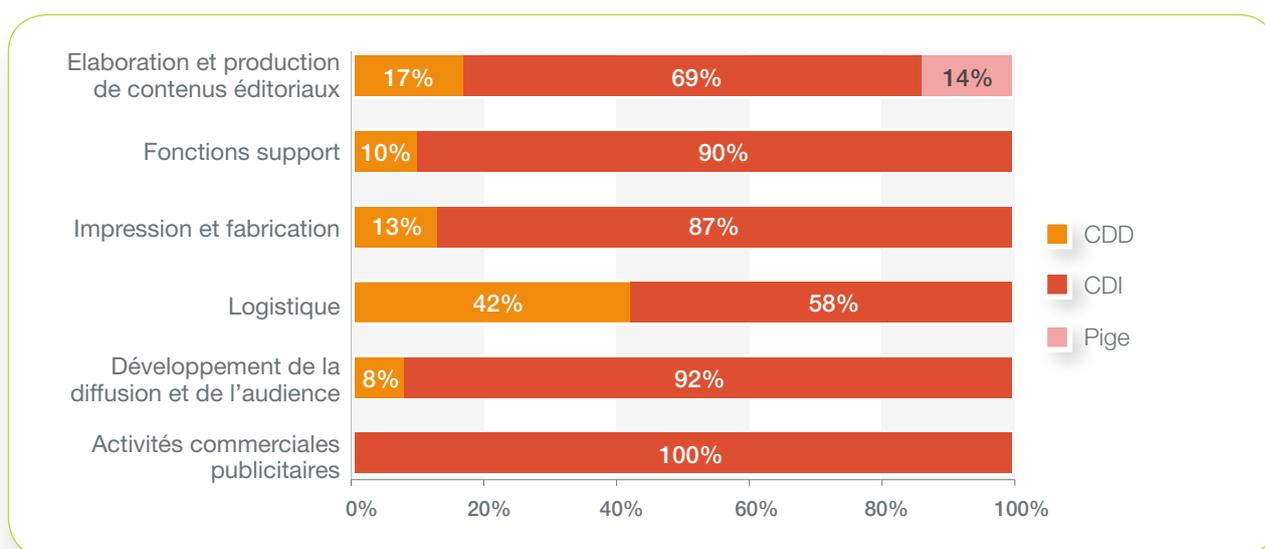
**GRAPH.99 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PHR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.100 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PHR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.101 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PHR PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



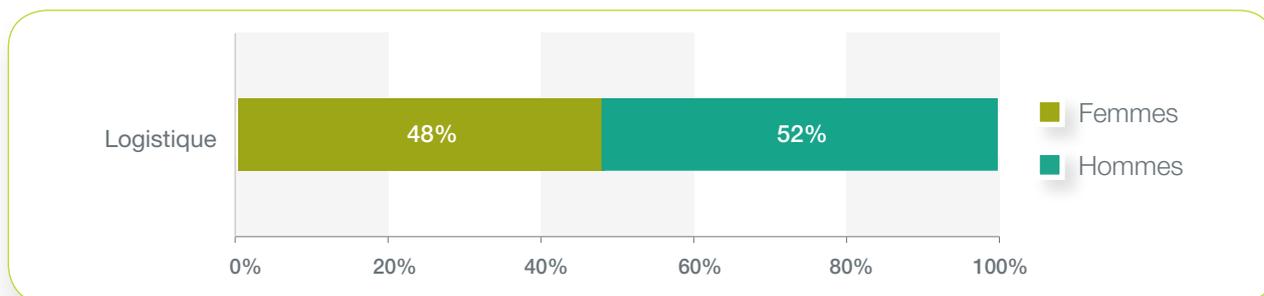
## 5.8. Le portage

La très grande majorité des 1.041 salariés du portage travaillent en logistique (95,5%). La répartition hommes/femmes est plutôt homogène (52% d'hommes pour 48% de femmes). Plus de la moitié des salariés ont 45 ans et plus. Ils sont tous non cadres. 56% d'entre eux sont en CDI.

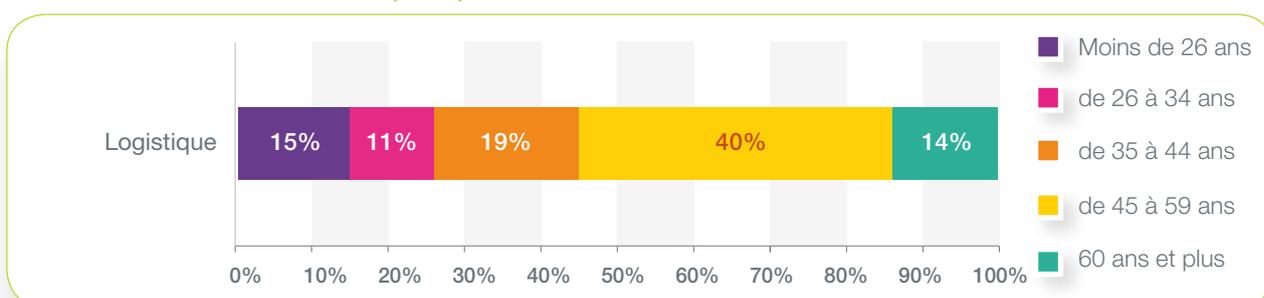
### Sorties 2009 et entrées 2010

93% des entrées et 73% des sorties concernent le métier de porteur de presse.

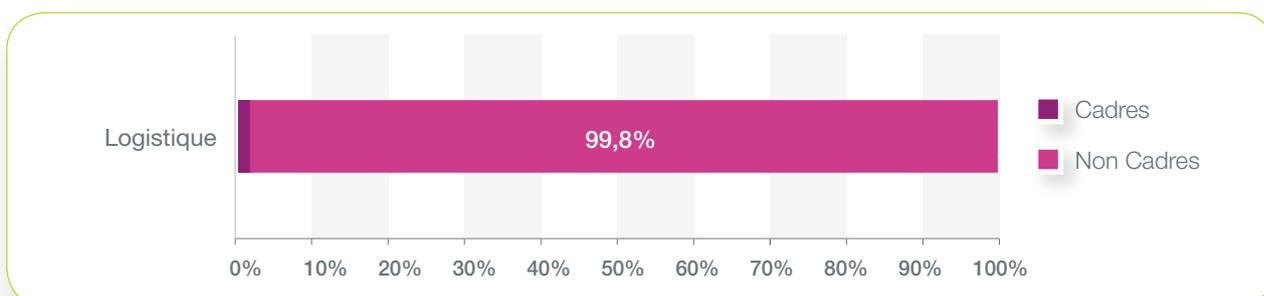
**GRAPH.102 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU PORTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**



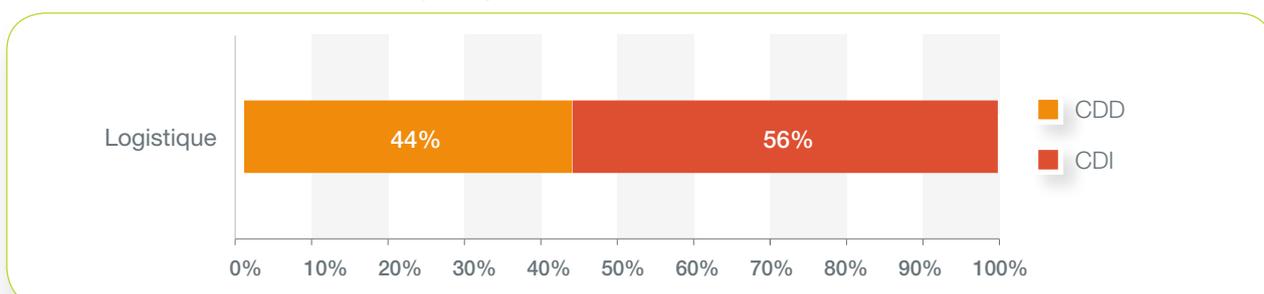
**GRAPH 103 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU PORTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.104 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU PORTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.105 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DU PORTAGE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.9. L'imprimerie de presse

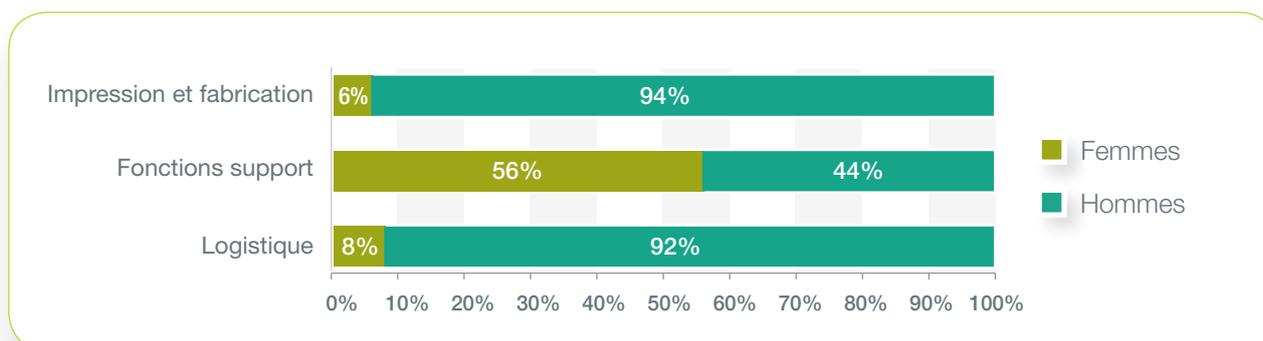
65,7% des 976 salariés des entreprises d'imprimerie de presse travaillent dans le domaine de l'impression et de la fabrication. Ce sont très majoritairement des hommes (94% d'hommes en impression et fabrication et 92% en logistique). Au sein des fonctions support, 56% sont des femmes.

Les salariés des imprimeries sont relativement âgés : 47% de ceux qui travaillent en impression et fabrication ont 45 ans et plus.

**TABEAU 8 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE L'IMPRIMERIE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ<sup>13</sup>**

	%
Impression et fabrication	65,7%
Fonctions support	8,9%
Logistique	3,9%

**GRAPH.106 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE L'IMPRIMERIE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**

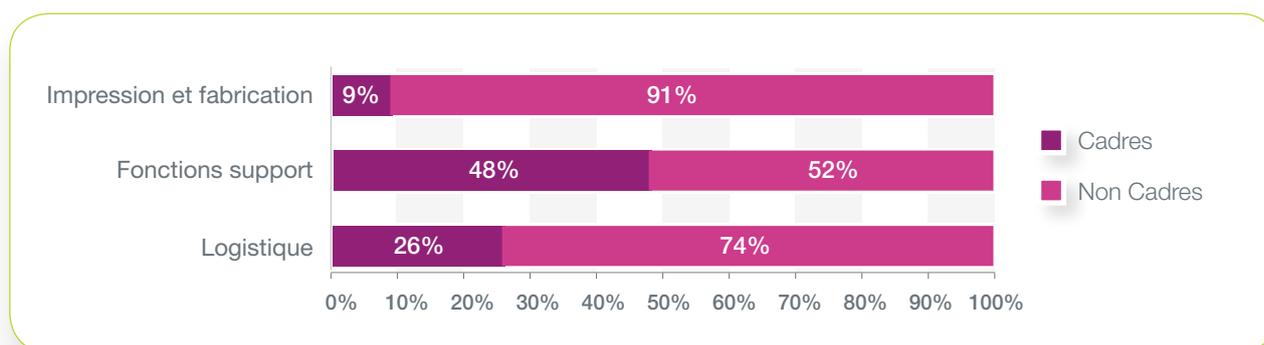


**GRAPH.107 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE L'IMPRIMERIE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET ÂGE EN 2010 (EN %)**

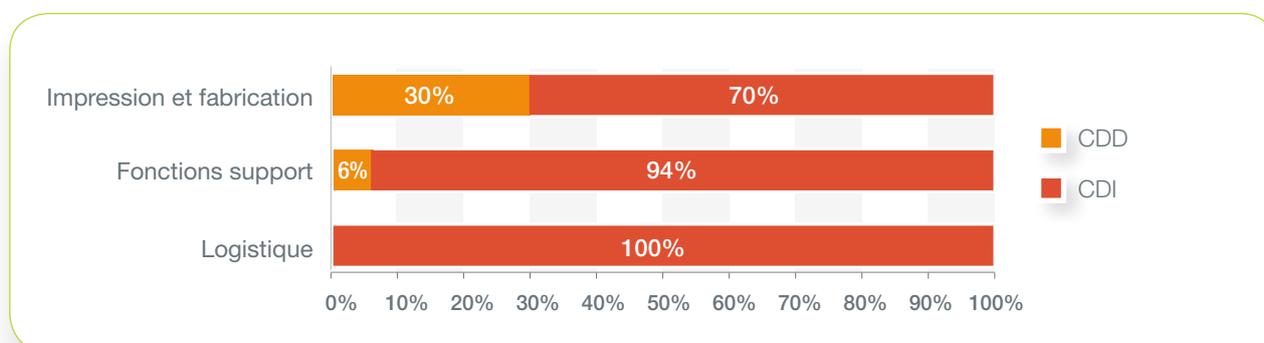


<sup>13</sup>. Sont présentés ici les principaux domaines d'activité.

**GRAPH.108 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE L'IMPRIMERIE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.109 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE L'IMPRIMERIE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TYPE DE CONTRAT EN 2010 (EN %)**



## 5.10. La presse gratuite

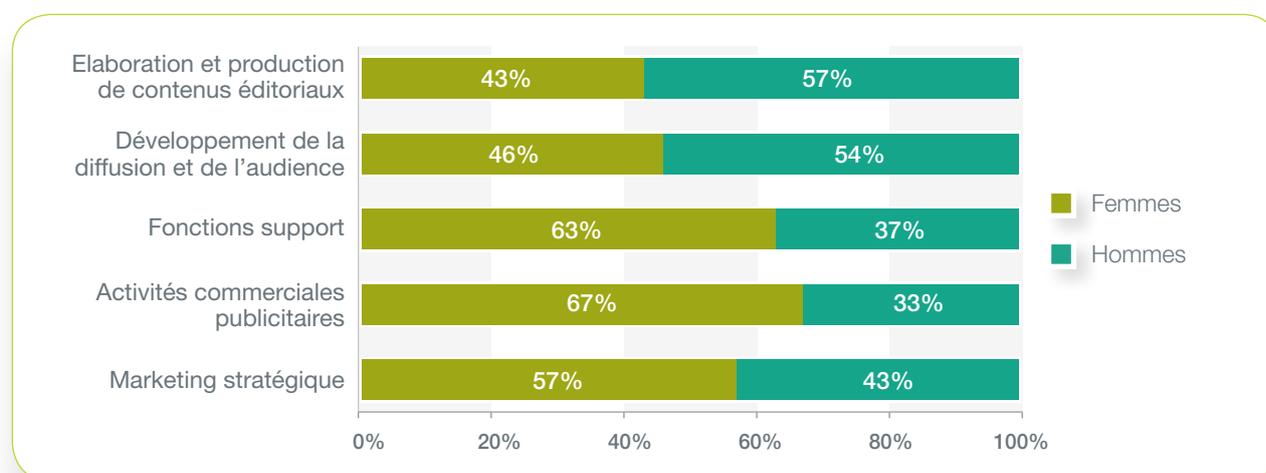
Les deux tiers des salariés de la presse gratuite travaillent dans le domaine «élaboration et production des contenus éditoriaux» et 55% d'entre eux sont pigistes. Parmi les 619 salariés de la presse gratuite, les femmes sont majoritaires dans trois domaines d'activité : en activités commerciales publicitaires (67%), dans les fonctions support (63%) et en marketing stratégique (57%).

Les salariés sont plutôt jeunes, les moins de 35 ans sont majoritaires dans tous les domaines.

**TABEAU 9 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE GRATUITE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ<sup>14</sup>**

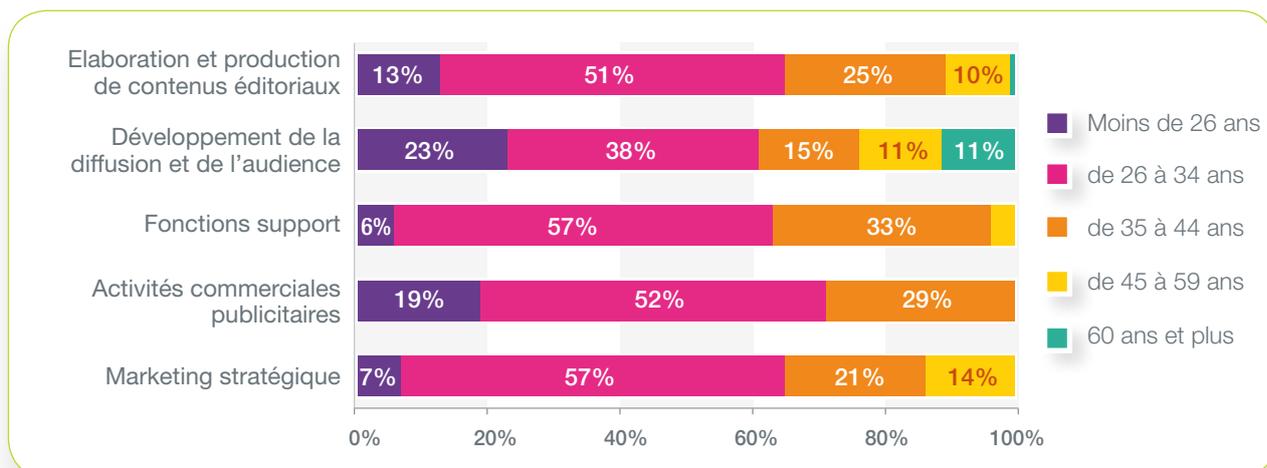
	%
Elaboration et production de contenus éditoriaux	64,5%
Développement de la diffusion et de l'audience	20,2%
Fonctions support	8,2%
Activités commerciales publicitaires	3,4%
Marketing stratégique	2,3%

**GRAPH.110 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE GRATUITE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET SEXE EN 2010 (EN %)**

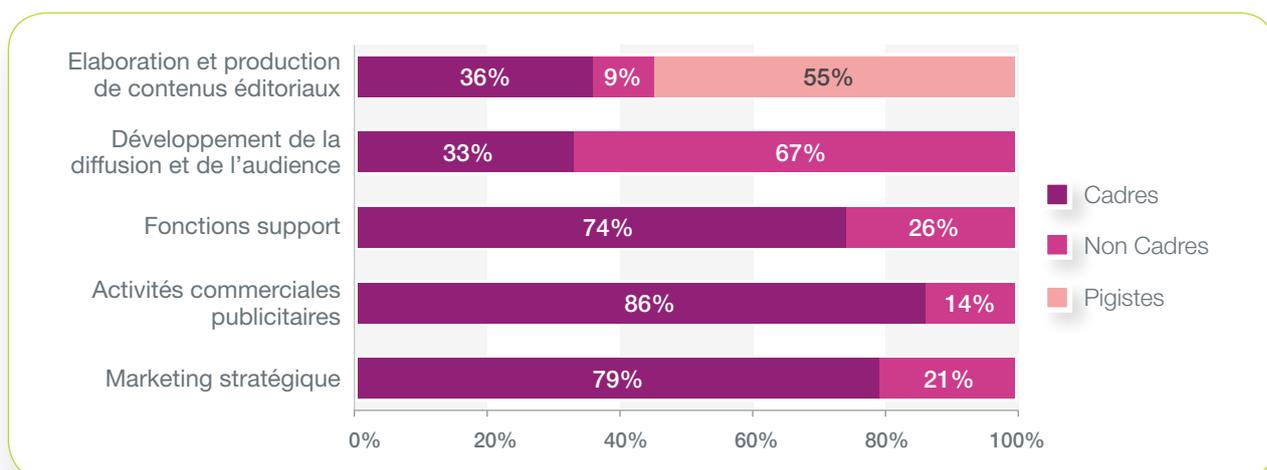


<sup>14</sup>. Sont présentés ici les principaux domaines d'activité.

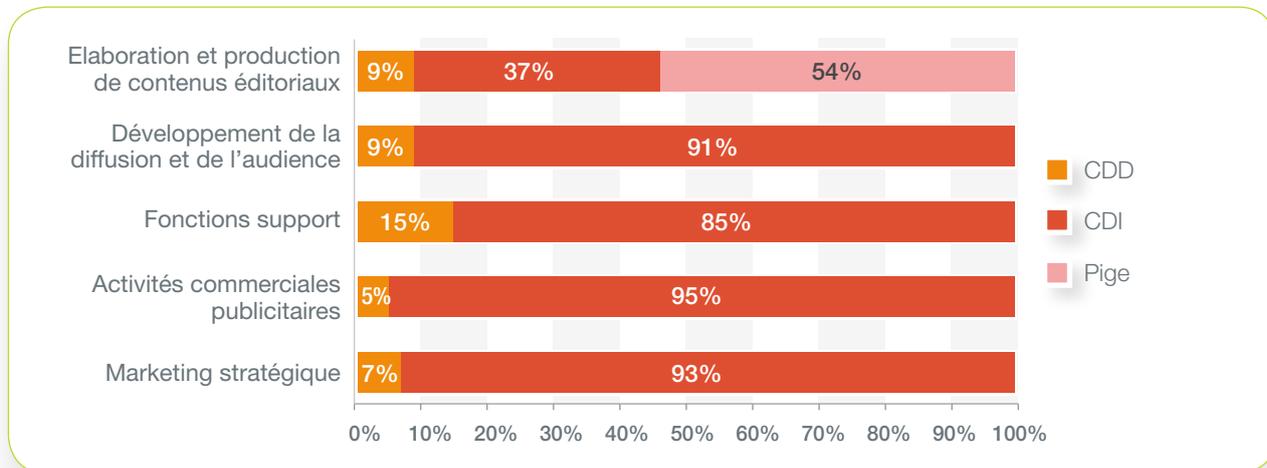
**GRAPH.111 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE GRATUITE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET TRANCHE D'ÂGE EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.112 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE GRATUITE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



**GRAPH.113 : RÉPARTITION DES SALARIÉS DE LA PRESSE GRATUITE PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ ET STATUT EN 2010 (EN %)**



6

# CONCLUSION



## 6. Conclusion

Pour la seconde fois, l'Observatoire des métiers de la presse offre une représentation des métiers et des emplois occupés en presse écrite, en s'appuyant sur la cartographie des métiers de la presse.

Si, globalement, les domaines d'activité enregistrent plus d'entrées (2010) que de sorties (2009), les taux de renouvellement varient de 7 à 31% et la situation est assez contrastée d'un domaine d'activité à l'autre.

**En 2010, le champ « élaboration et production des contenus éditoriaux » demeure le plus important en nombre : il rassemble 48% des effectifs du secteur (soit 35.000 emplois).** Dans ce domaine, plutôt masculin (53% d'hommes), les salariés s'avèrent relativement âgés : près de 40% ont plus de 45 ans. Du côté des métiers, 68% des effectifs se concentrent dans l'emploi de reporter rédacteur.

**Les fonctions éditoriales se caractérisent par une certaine précarité de l'emploi :** la proportion de pigistes s'élève à 38%, en augmentation de sept points par rapport à 2009. À noter : plus de la moitié des reporters rédacteurs sont pigistes.

Relativement émergentes, les fonctions liées au marketing stratégique et au développement de la diffusion et de l'audience regroupent près de 8% des salariés en 2010 (contre 7% en 2009). **Des profils type apparaissent : responsable d'acquisition d'audience, responsable marketing éditorial, responsable marketing stratégique.** Ces activités sont tirées par le développement de nouvelles formes éditoriales, une diversification des supports de diffusion, la connaissance du lectorat, le développement d'actions ciblées de prospection et de fidélisation. Elles attirent une population plutôt jeune et féminine. Ainsi, en marketing stratégique, 70% des salariés sont des femmes et 45% ont moins de 35 ans. Dans ce domaine, le statut professionnel est le plus souvent pérenne (85% des salariés en CDI en marketing stratégique) et les rémunérations se révèlent plus élevées que dans le champ des fonctions éditoriales.

**Les activités liées à l'impression et à la fabrication, quant à elles, perdent du terrain,** ne représentant plus que 5% des effectifs du secteur en 2010, contre 6% l'année précédente. Autre constat, les salariés sont plutôt masculins (77% d'hommes) et âgés (plus de la moitié des salariés ont plus de 45 ans). Les deux tiers d'entre eux sont regroupés dans le profil type de technicien d'impression. C'est dans ce domaine que le taux de renouvellement s'avère le plus bas (6,8% de nouveaux entrants en 2010).

Retrouvez l'ensemble de nos rapports sur notre site internet

[www.metiers-presse.org](http://www.metiers-presse.org)

- Les métiers de la presse en 2010
- Les salariés de la presse en 2010
- Les journalistes encartés en 2011
- La formation professionnelle continue dans les entreprises de presse en 2011 (4ème trimestre 2012)

Si vous souhaitez des données complémentaires, n'hésitez pas à nous contacter :

**NATHALIE BARRET**

n.barret@afdass.com

01.44.78.77.85

**ELISE PLISSONNEAU**

e.plissonneau@afdass.com

01.44.78.36.78

### Informations métiers

La cartographie des métiers de la presse est disponible en ligne :

<http://cartographie.metiers-presse.org/>

Elle fournit **des informations sur les différents métiers** que l'on trouve en presse écrite.

Avec ces informations, vous pouvez décrire votre profil en vous connectant à la cartographie des métiers.

