



Données quantitatives sur les métiers de la presse

Source AUDIENS 2009

Octobre 2011

Sommaire

1. METHODOLOGIE ET DEFINITIONS	3
1.1. METHODOLOGIE	3
1.2. LA CARTOGRAPHIE DES METIERS DE LA PRESSE	3
2. DONNEES GENERALES	6
2.1. LA REPARTITION HOMMES / FEMMES	7
2.2. L'AGE	8
2.3. LE STATUT PROFESSIONNEL	9
2.4. LES PRINCIPAUX PROFILS TYPE	10
3. DONNEES PAR DOMAINE D'ACTIVITE	11
3.1. DOMAINE « ELABORATION ET PRODUCTION DES CONTENUS EDITORIAUX »	11
3.2. DOMAINE « FONCTIONS SUPPORT »	14
3.3. DOMAINE « MARKETING ET DEVELOPPEMENT DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE »	16
3.4. DOMAINE « LOGISTIQUE »	18
3.5. DOMAINE « IMPRESSION ET FABRICATION »	20
3.6. DOMAINE « ACTIVITES COMMERCIALES PUBLICITAIRES »	22
3.7. DOMAINE « GESTION DES RESSOURCES DOCUMENTAIRES »	24
3.8. DOMAINE « DEVELOPPEMENT NUMERIQUE »	26

1. Méthodologie et définitions

1.1. Méthodologie

Les données à l'origine de cette étude qualitative proviennent des DADS-U (norme informatique de « déclaration automatisée de données sociales-unifiée ») reçues en 2009 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, 63% des entreprises ayant envoyé leur déclaration nominative annuelle des salaires 2009 à AUDIENS, ont utilisé la norme DADS-U. Néanmoins, celles-ci captent **92% de la masse salariale, soit 75.129 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.

23,3% des libellés n'ont cependant pas pu être rattachés à un profil type. Ils correspondent à 15% de la masse salariale, soit 17.540 salariés. Parmi ces emplois non rattachés à un profil type, on comptabilise 21,2 % de cadres, 33,2 % de non cadres et 45,6 % de pigistes.

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 a identifié 8 grands domaines d'activité. Ces domaines regroupent l'ensemble des activités que l'on trouve en presse, y compris les fonctions support. L'Observatoire a également identifié **46 profils type**¹. 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.

¹ 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/>.

Ainsi, et pour la première fois, le secteur de la presse écrite dispose d'informations ventilées, non pas par statut, mais 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 presse² ») et de poser des préconisations qui tiennent compte des profils et des caractéristiques des personnes qui occupent les métiers.

Cependant, et même si ces informations permettent d'identifier quelques grandes tendances, 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 une 1^{ère} partie, des données générales et globales sur les salariés, pour l'ensemble des domaines. Dans une 2^{ème} partie, les données sont présentées domaine par domaine.

Les informations disponibles portent sur **l'effectif, l'âge, le sexe, le statut professionnel et les formes de presse** auxquelles sont rattachées les entreprises dans lesquelles ont travaillé les salariés.

² Voir le site internet de l'Observatoire des métiers de la presse / Réflexions prospectives / Prospective Métiers : <http://www.metiers-presse.org/?uid=5>

Les 8 domaines d'activité et les 46 profils type de la cartographie des métiers de la presse³

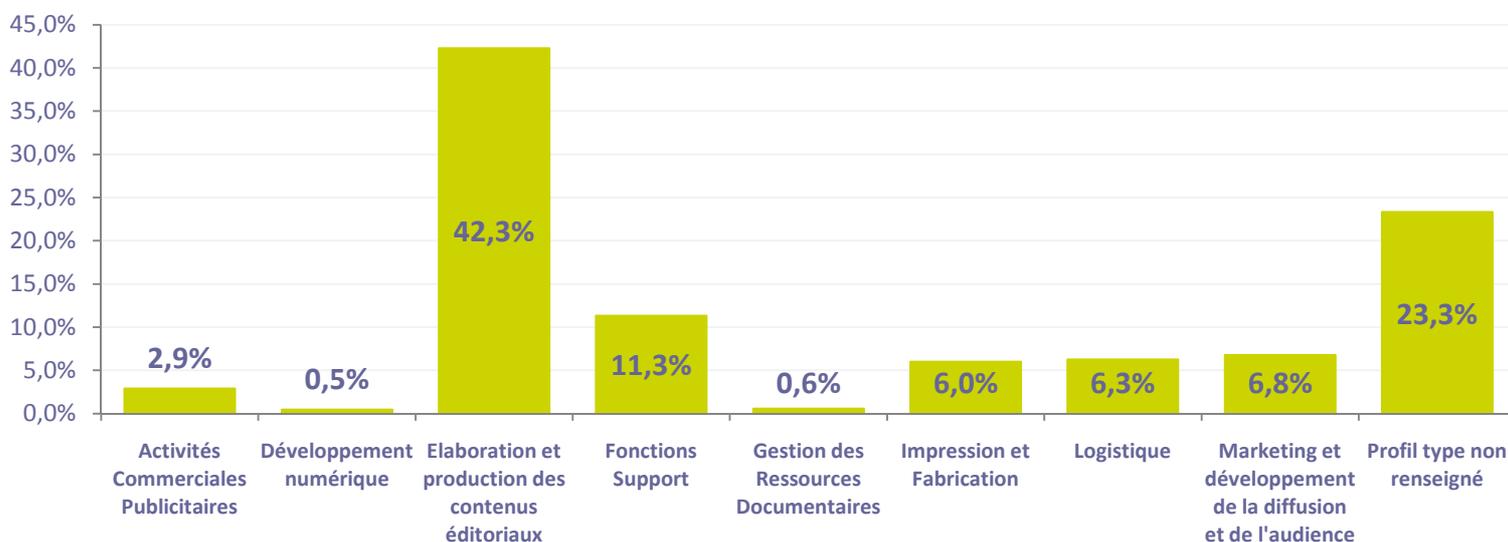


³ Version de la cartographie au 15 octobre 2011. La cartographie des métiers de la presse est en ligne : <http://cartographie.metiers-presse.org/>

* Les deux domaines « Développement Numérique » et « Impression et Fabrication » sont initialement regroupés dans un seul et même domaine : « Impression, Fabrication et mise en ligne web ».

2. Données générales

Répartition des effectifs par domaine d'activité (en %)



Des 8 domaines d'activité qui composent la cartographie des métiers, c'est le domaine « **Elaboration et production des contenus éditoriaux** » qui regroupe le plus grand nombre de salariés, avec **42,3% des effectifs** du secteur (soit **31.765 salariés**). C'est un constat sans surprise, puisqu'on retrouve dans ce domaine l'ensemble des activités liées à la production des contenus, quelle que soit leur nature (textes et images), et que la majorité des journalistes (rédacteur, rédacteur en chef, responsable d'édition, chef de service, secrétaire de rédaction... mais aussi les métiers de l'image, comme les directeurs artistiques) sont rattachés à ce domaine.

Précisons que tous les salariés déclarés ont été comptabilisés, quels que soient leurs statuts. On y trouve donc également les **pigistes**, qui représentent **31 % des effectifs** du domaine « **Elaboration et production des contenus éditoriaux** ». **Ce chiffre est particulièrement élevé**, comparé aux autres données dont dispose l'Observatoire, et en particulier celles en provenance de la CCIJP⁴, qui faisait état, en 2010, d'environ 18% de pigistes parmi les journalistes encartés, chiffre en constante augmentation depuis les années 80, avec une reprise après 2002, plus soutenue depuis 2008⁵.

Il nous est cependant difficile de comparer ces chiffres car les données AUDIENS regroupent des journalistes n'ayant pas toujours une carte de presse⁶. AUDIENS comptabilise l'ensemble des personnes ayant réalisé une pige, quel que soit le revenu associé (il peut donc s'agir, dans certains cas, de très petits montants). Par ailleurs, une personne ayant réalisé des piges dans des entreprises différentes sera comptabilisé plusieurs fois.

⁴ Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels : www.ccijp.net

⁵ Pour plus d'informations, voir le rapport statistique « *Les journalistes encartés en 2010* » disponibles sur le site de l'Observatoire / Données chiffrées / Les journalistes : <http://www.metiers-presse.org/?uid=19>

⁶ Pour des raisons liées aux différences de traitement social (prévoyance et retraite), AUDIENS identifie les pigistes comme un groupe à part, alors que les journalistes sont comptabilisés comme cadres et qu'il est donc impossible de les repérer par leur statut.

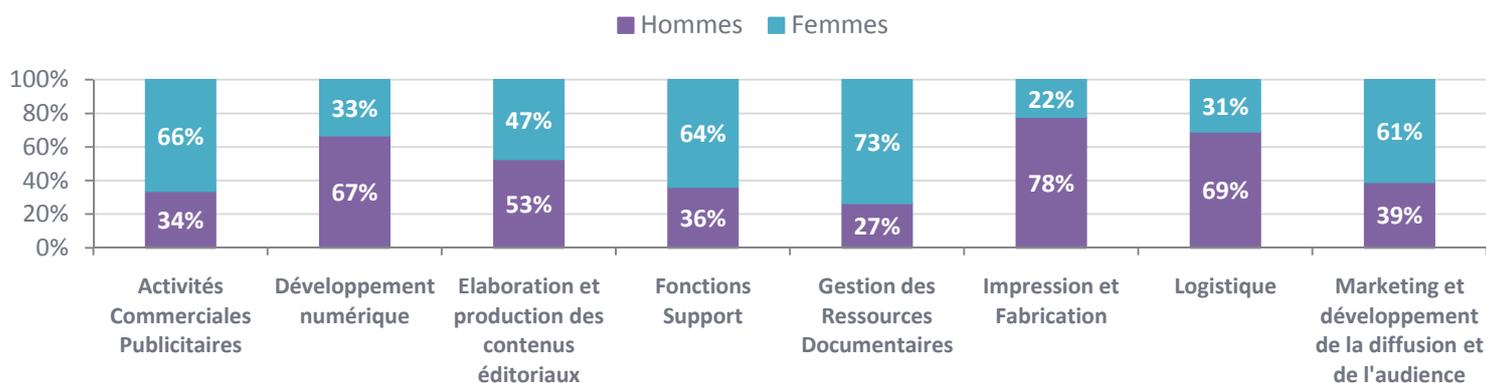
Comme nous le verrons plus tard dans les données relatives à ce domaine, **les pigistes se concentrent essentiellement sur deux profils type**, celui de **reporter rédacteur** et celui de **responsable images**. Ces deux profils type représentant **71%** des effectifs du domaine, soit **23.970 salariés**.

Le deuxième domaine le plus important en nombre de salariés est le domaine des fonctions support, qui regroupe **11 % des effectifs**, soit **8.251 salariés**. Parmi ceux-ci, ce sont les secrétaires qui sont les plus nombreux, avec 1/3 des salariés de ce domaine.

Le troisième domaine en nombre de salariés est celui qui regroupe les activités de « Marketing et de développement de la diffusion et de l’audience », avec **7 % des effectifs**, soit **5.107 salariés**. Près des 2/3 de ces salariés occupent le profil type de « Responsable vente au numéro », fonction commerciale que l’on va essentiellement retrouver au niveau des réseaux de distribution de la presse, et qui a en charge la diffusion, l’animation commerciale du réseau de distributeurs et le suivi des ventes et de l’audience.

2.1. La répartition Hommes / Femmes

Répartition Hommes/Femmes par domaine d’activité (en %)



Les répartitions des salariés par sexe sont très inégales : certains domaines sont très **féminins**, comme le **marketing**, les **activités publicitaires et la documentation**, les femmes représentant plus de 60 % des salariés et jusqu’à 73% pour les ressources documentaires.

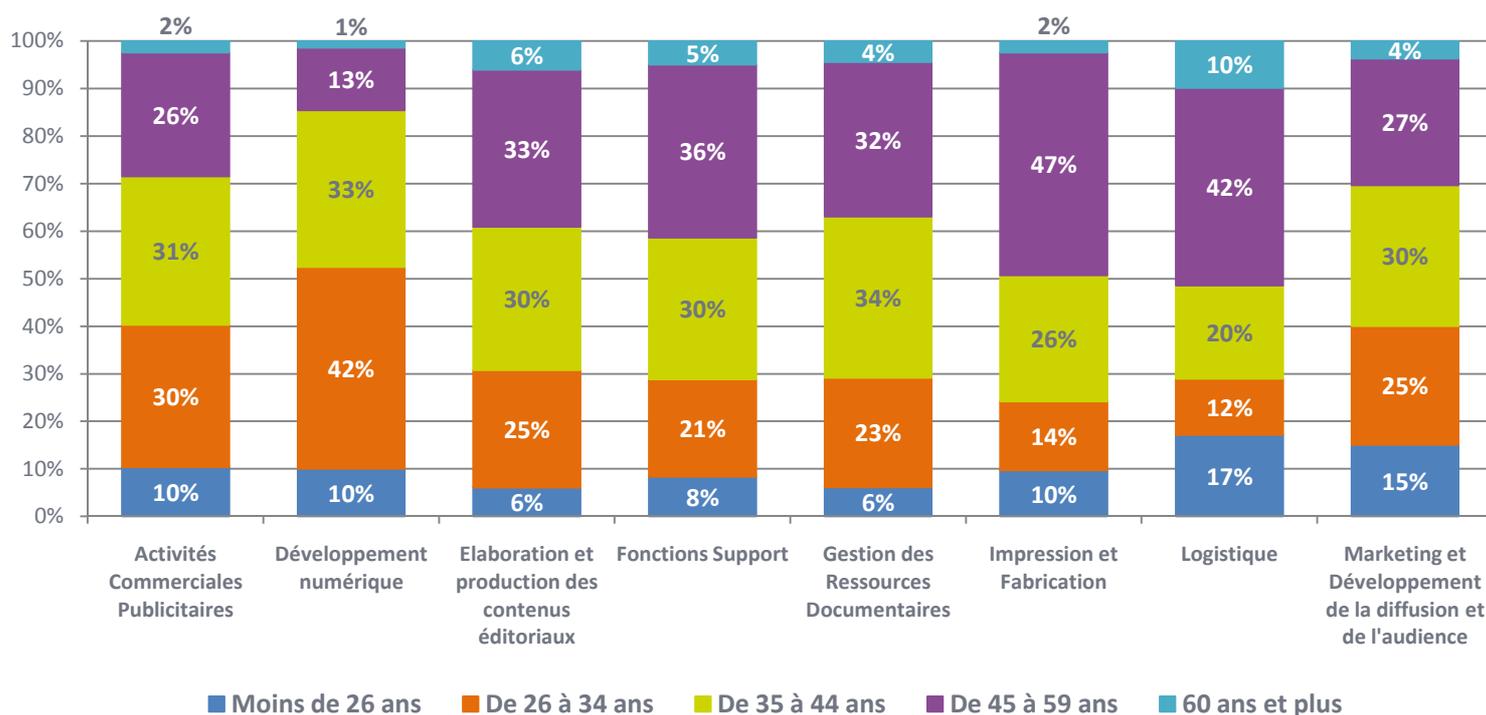
A contrario, on retrouve **une majorité d’hommes dans les domaines « Logistique » et « Impression et Fabrication »** (respectivement 69% et 54%), mais aussi dans le domaine « **Développement numérique** » (67 % d’hommes). Ce domaine, qui regroupe peu de salariés (349 salariés), couvre essentiellement des fonctions techniques (chef de projet numérique, directeur de la stratégie numérique, éditeur numérique), ce qui peut expliquer, en partie, pourquoi ce domaine est essentiellement masculin.

Dans le domaine « **Elaboration et production de contenus éditoriaux** », les **hommes** sont également majoritaires, mais la différence est faible (**53 % d’hommes et 47 % de femmes**). Ces chiffres correspondent également à ceux du profil « reporter rédacteur », qui représente 62,7 % des effectifs

de ce domaine. On constate, de manière générale, une féminisation des métiers du journalisme, et les données de la CCIJP ont mis en évidence, pour 2010, une inversion des rapports pour les journalistes nouvellement encartés, avec 55 % de femmes parmi les nouvelles cartes.

2.2. L'âge

Répartition des salariés par domaine d'activité et tranche d'âge (en %)



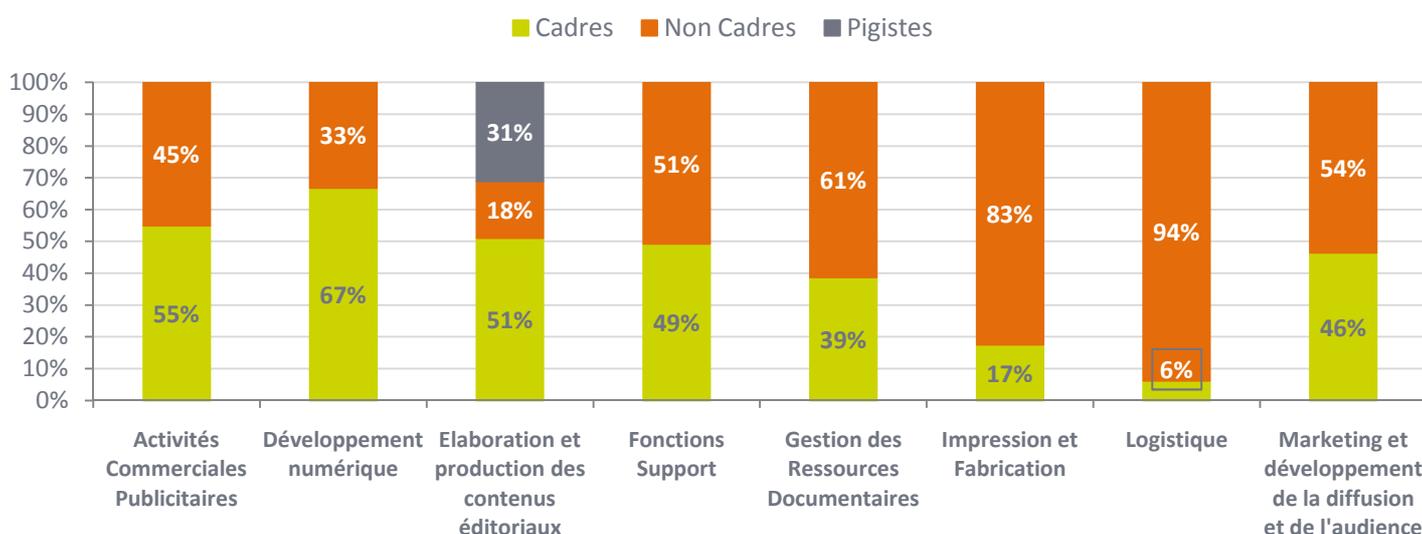
Les tranches d'âge les plus élevées sont occupées majoritairement par les salariés provenant des domaines « **Impression et Fabrication** » et « **Logistique** » (environ **50 % de salariés ont plus de 45 ans** dans chacun de ces domaines). Ils sont suivis par le domaine « **Fonctions support** » avec **41 % de salariés de plus de 45 ans**, puis le domaine « **Elaboration et production des contenus éditoriaux** », avec **39 %**. On a donc une forte proportion de salariés âgés, ces 4 domaines regroupant 65 % des salariés de la presse. Si les deux premiers domaines que sont l'impression et fabrication et la logistique ne sont pas dans une logique de renouvellement (les salariés partent sans être remplacés et les fonctions sont de plus en plus externalisées), l'âge relativement avancé des salariés peut soulever un certain nombre de problèmes pour les deux autres domaines, en particulier celui qui concerne la production des contenus éditoriaux, dont les évolutions d'activités vont probablement conduire à des renouvellements de compétences et des nouveaux parcours de mobilités.

On sait par ailleurs que dans ce domaine d'activité, la majorité des salariés de plus de 45 ans se concentre dans les formes de presse plus traditionnelles (presse quotidienne)⁷.

A contrario, les salariés sont beaucoup plus jeunes dans les domaines d'activité « **Marketing et développement de la diffusion et de l'audience** » et « **Activités commerciales publicitaires** » (**40 % ont moins de 35 ans**), ainsi que le « **Développement numérique** » (**52 %**). Ce dernier domaine est relativement nouveau pour la presse ce qui explique en partie la jeunesse de ses salariés.

2.3. Le statut professionnel

Répartition des salariés par domaine d'activité et statut professionnel (en %)



Le domaine d'activité où l'on a le plus de **cadres** proportionnellement à l'ensemble des salariés, est le domaine « **Développement numérique** », avec **67%** des salariés de ce domaine concernés par ce statut. Ce point est intéressant, car ce domaine est relativement récent, et on y trouve donc beaucoup de jeunes salariés, comme on l'a dit plus haut.

Les **pigistes** sont tous regroupés dans le domaine « **Elaboration et production des contenus éditoriaux** » et représentent **31 %** de ce domaine, ce qui, comme on l'a dit plus haut, est un chiffre relativement élevé par rapport aux autres données en possession de l'observatoire. Il est important de préciser que les pigistes relèvent exclusivement de ce domaine et que le taux de 31 % correspond au rapport entre le nombre de salariés qui occupent ce domaine et le nombre de pigistes.

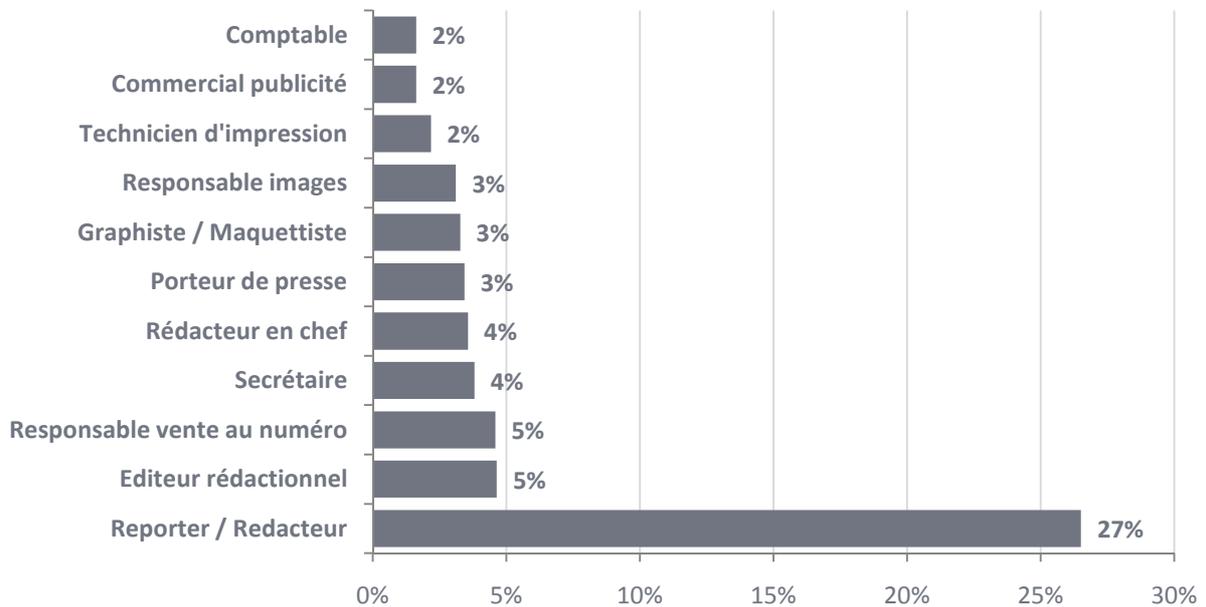
Si l'on ramène le pourcentage de pigistes au total du nombre de salariés dans le secteur de la presse, il tombe à 17,6 %, ce pourcentage correspondant peu ou prou à celui des pigistes comptabilisés par la CCIJP⁸.

⁷ Voir le rapport statistique « *Les salariés de la presse en 2009* », source AUDIENS, disponible sur le site de l'Observatoire / Données chiffrées / Les salariés de la presse : <http://www.metiers-presse.org/?uid=20>

⁸ Rappelons cependant que parmi les emplois non rattachés à un profil type, on comptabilise 45,6 % de pigistes

2.4. Les principaux profils type

Les 11 premiers profils type en termes d'effectif (en %)



Quels que soient les domaines, le profil type qui regroupe le plus grand nombre de salariés est le **reporter rédacteur** : il regroupe **27 % des effectifs**, soit **19.921 salariés**. Il est suivi de **l'éditeur rédactionnel**⁹, avec **5 % des effectifs**, soit **3.492 salariés**. Comme le reporter rédacteur, l'éditeur rédactionnel fait partie du domaine « Elaboration et production des contenus éditoriaux ».

Le **responsable vente au numéro**, qui appartient au domaine « Marketing et développement de la diffusion et de l'audience » regroupe également **5 % des effectifs**, soit **3.451 salariés**.

⁹ L'éditeur rédactionnel couvre les fonctions de secrétaire de rédaction, correcteur, réviseur, chef d'édition...

3. Données par domaine d'activité

3.1. Domaine « Elaboration et production des contenus éditoriaux »

Ce domaine, qui comporte 31.765 salariés soit 42% des effectifs, est **le plus important du secteur de la presse**. Il se caractérise par un **nombre d'hommes légèrement supérieur** à celui des femmes (53% d'hommes, pourcentage qui varie beaucoup d'un profil type à l'autre), **un nombre de pigistes élevé** (31%), **une population relativement âgée** (près de 40 % des salariés ont plus de 45 ans) et des salariés qui se concentrent en presse magazine (36 %).

Près de **63 % des effectifs** du domaine sont regroupés dans le profil type « **reporter rédacteur** ».

Les **répartitions hommes / femmes** sont très inégales : on trouve par exemple beaucoup de femmes dans la fonction de **gestionnaire de communauté** (Community Manager) (78%), dont l'activité principale est la gestion des communautés de lecteurs. Mais ce profil type ne représente que 0,1 % de l'effectif total de ce domaine. C'est dans le profil type **d'éditeur rédactionnel** qu'elles sont également très représentées (avec 65% des effectifs du domaine). Ce profil type a pour caractéristique la vérification des contenus rédactionnels et visuels et la coordination de la production éditoriale.

Comme nous l'avons dit plus haut, **le profil type de reporter rédacteur tend à la parité** (47% de femmes et 53% d'hommes), les premières demandes de cartes de journaliste professionnel étant dorénavant davantage à l'initiative des femmes que des hommes. Par contre, **les rédacteurs en chef** sont encore **majoritairement masculins**, comme **les responsables images**. Ces derniers regroupent souvent des fonctions dont les caractéristiques freinent peut-être davantage l'accès des femmes à ces fonctions (conditions de travail parfois contraignantes).

Les **pigistes** sont davantage représentés dans les profils type de **reporter rédacteur** et de **responsable images**. Ces deux profils type regroupent 71% des salariés de ce domaine. Ils correspondent aux fonctions de production de contenus qui sont le cœur des activités éditoriales, mais pour autant on y trouve plus de 40% de salariés pigistes (41 % pour le reporter rédacteur, 48 % pour le responsable images).

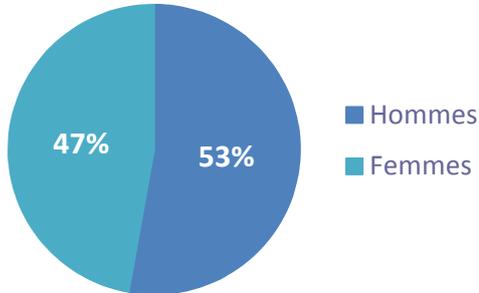
Comme nous avons pu le constater au travers des discussions des groupes de travail réunis dans le cadre du chantier « Prospective Métiers », les métiers de l'image sont de plus en plus « en dehors » de l'entreprise. Ce phénomène fragilise la profession des journalistes spécialistes de l'image (photographes, vidéastes,), les entreprises de presse sollicitant de plus en plus souvent leurs compétences via des piges et à des tarifs de moins en moins élevés.

On constatera également que les **pigistes**, pour ces deux profils type, **sont davantage composés d'hommes** : 54 % pour le profil type de reporter rédacteur, et 79 % pour le profil type de responsable images. Ces pigistes travaillent majoritairement pour la **presse magazine (47 %)**.

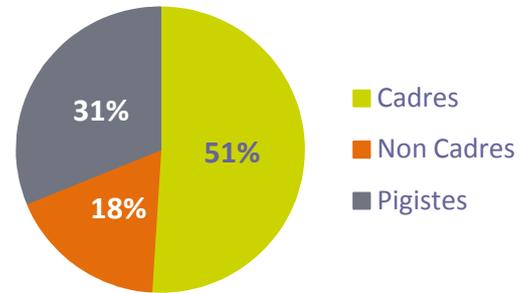
Elaboration et production des contenus éditoriaux

👁️ 31.765 salariés soit **42% des effectifs** du secteur de la presse

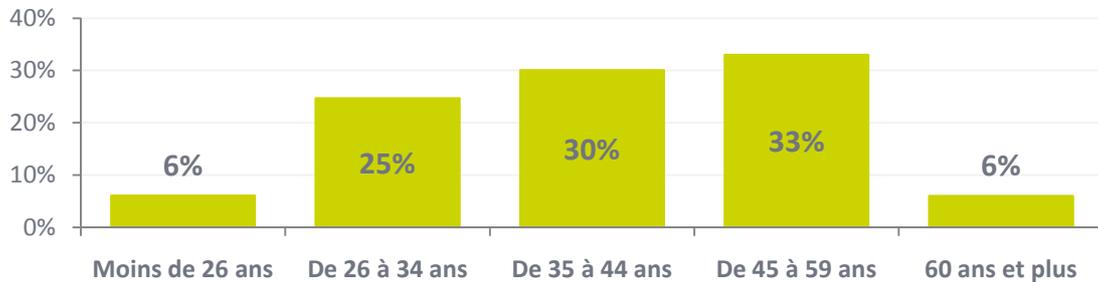
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



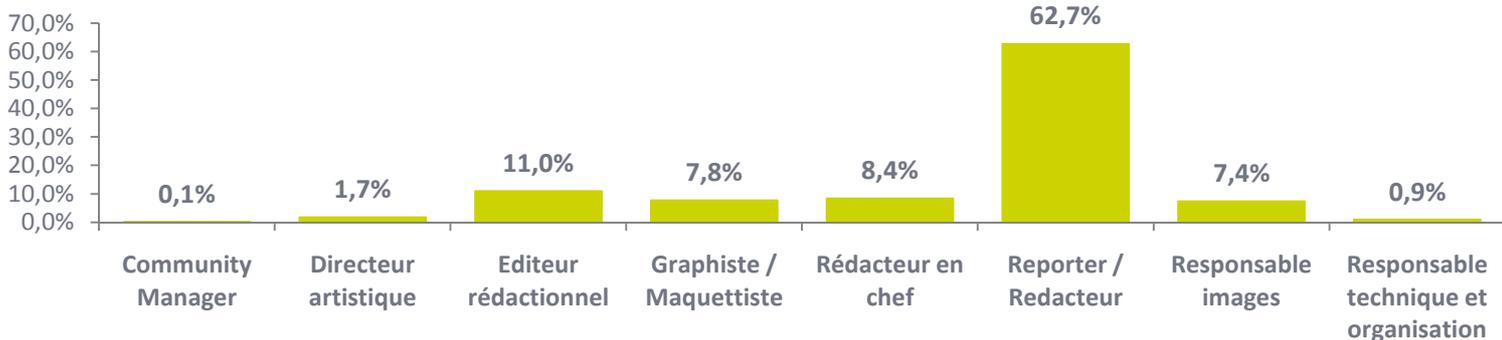
Répartition par tranche d'âge (en %)



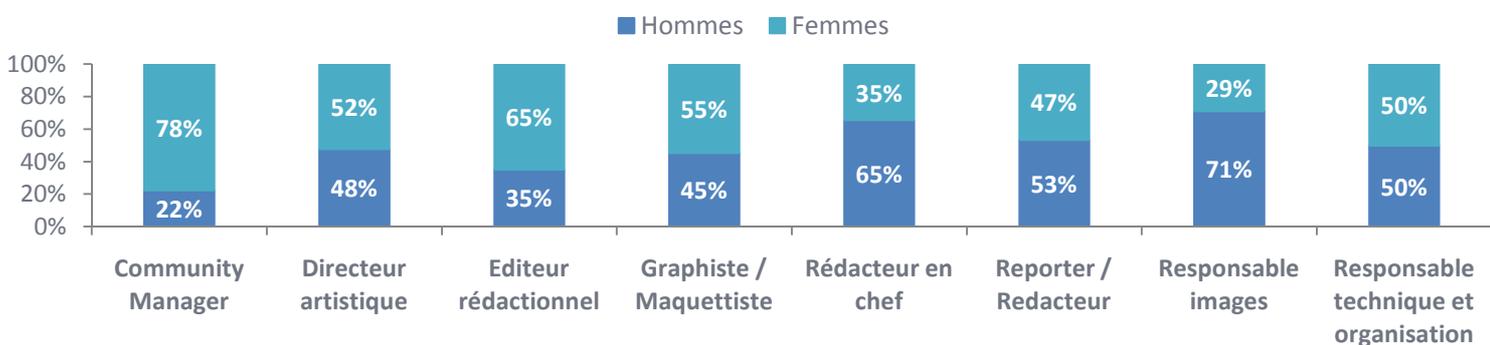
Répartition par forme de presse

👁️ Presse magazine :	36%
👁️ Presse quotidienne régionale :	19%
👁️ Presse spécialisée :	18%
👁️ Agence de presse :	13%
👁️ Presse quotidienne nationale :	10%

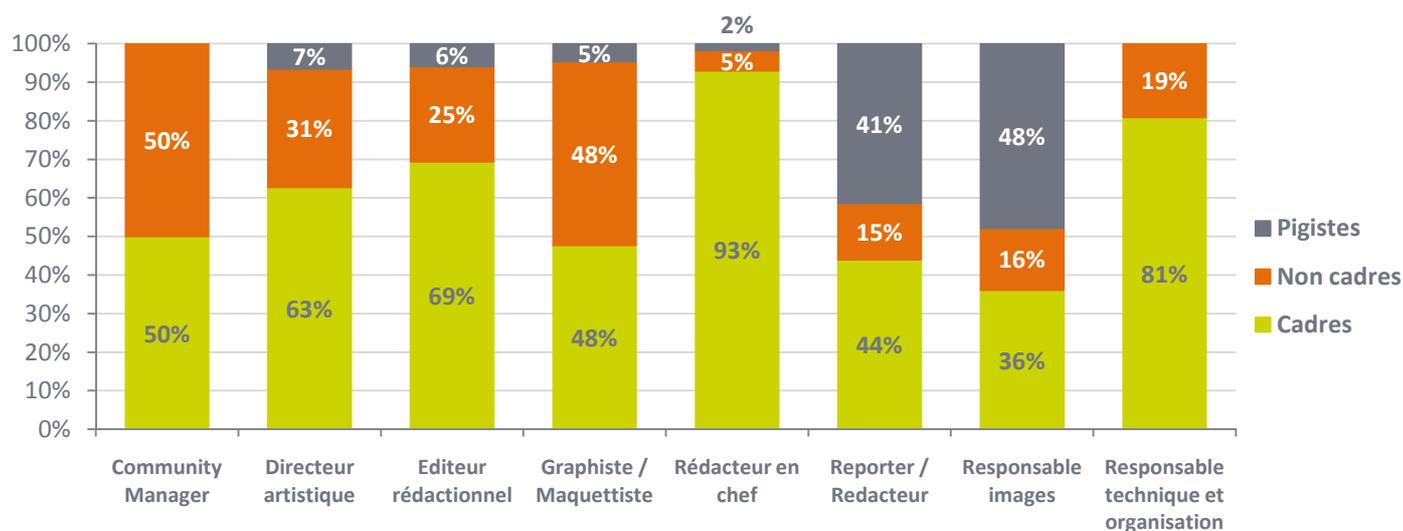
Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)

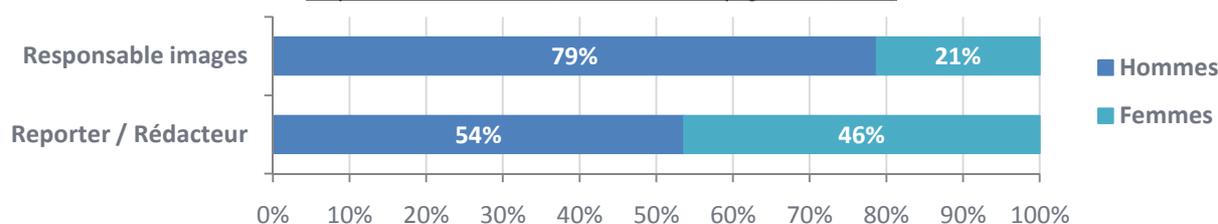


Répartition par statut professionnel (en %)

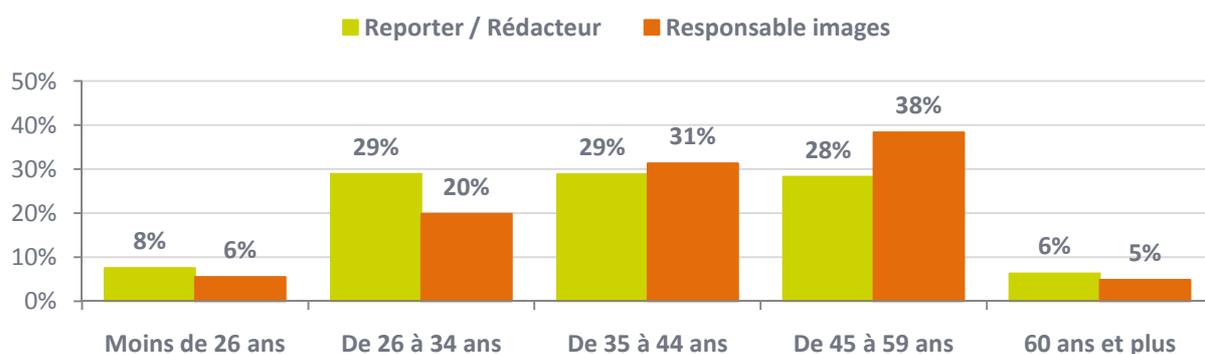


Photographie des pigistes pour 2 profils type

Répartition Hommes/Femmes des pigistes (en %)



Répartition par tranche d'âge des pigistes (en %)



Répartition des pigistes dans les principales formes de presse

Reporter Rédacteur		Responsable images	
Presse magazine	46%	Presse magazine	56%
Presse spécialisée	21%	Presse quotidienne nationale	18%
Agence de presse	16%	Agence de presse	15%
Presse quotidienne nationale	12%	Presse spécialisée	10%

3.2. Domaine « Fonctions support »

Ce domaine représente **11 % des effectifs** du secteur, soit 8.521 salariés. Il regroupe toutes les fonctions support que l'on retrouve habituellement dans une entreprise : secrétariat, comptabilité, administration, achats et approvisionnements, ressources humaines, informatique, juridique...

Pour faciliter les traitements statistiques et en raison de leur nombre élevé, nous avons regroupé des effectifs sous les appellations « **secrétaires** », « **directeurs administratifs et financiers** » (DAF) et « **directeurs** ». Ces profils type ne figurent pas dans la cartographie des métiers de la presse.

Ce domaine se caractérise par **une population relativement âgée** (plus de 40 % des salariés ont plus de 45 ans) et **majoritairement féminine** (64% de femmes contre 36% d'hommes).

1/3 des salariés de ce domaine travaille pour des entreprises de presse magazine.

Ce sont les **secrétaires** qui constituent le plus gros bataillon, avec 33,6 % des salariés de ce domaine. Ils sont constitués à 90 % par des femmes. 44% des secrétaires ont plus de 45 ans.

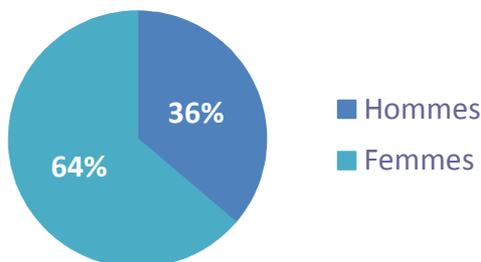
Les **comptables**, qui constituent près de 15 % des effectifs, sont aussi constitués en majorité par des femmes (73 %). On trouve ensuite, avec 10 % des effectifs concernés, les « directeurs ». Cette fonction regroupe l'ensemble des intitulés qui ont été déclarés comme tel. Il n'est malheureusement pas possible de dire ce que couvre exactement cette catégorie.

De façon assez classique, les profils type plus « féminins » sont les fonctions RH, secrétariat, juridique, administration des ventes et contrôle de gestion. De façon plus surprenante, l'administration de bases de données (qui ne représente que 1,6 % des profils type, soit 138 salariés) est majoritairement occupée par des femmes (68 %).

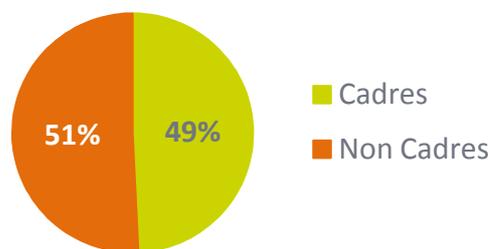
Fonctions Support

8.251 salariés soit **11% des effectifs** du secteur de la presse

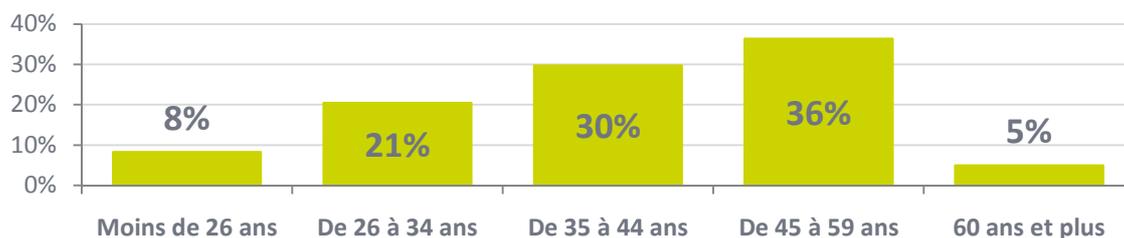
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en effectif)



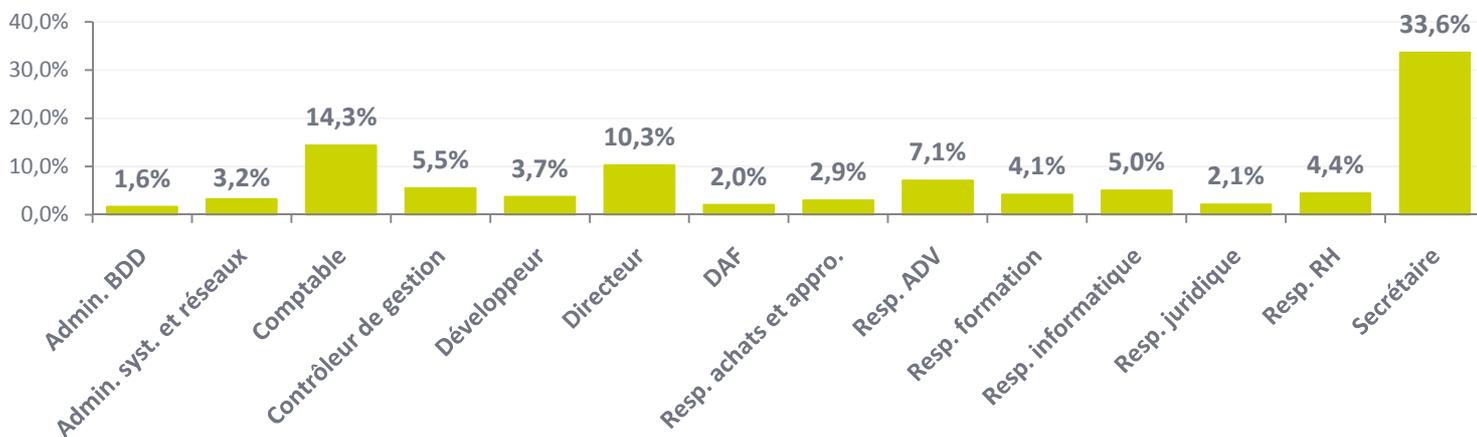
Répartition par tranche d'âge (en effectif)



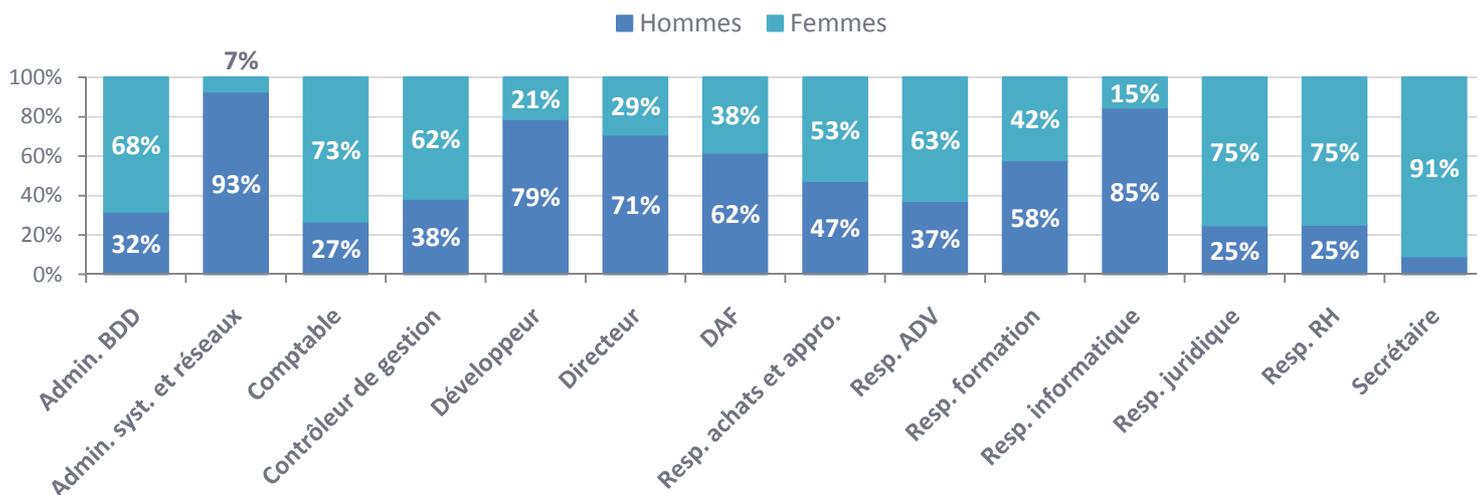
Répartition par forme de presse

Presse magazine :	33%
Presse quotidienne régionale :	26%
Presse spécialisée :	21%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.3. Domaine « Marketing et développement de la diffusion et de l'audience »

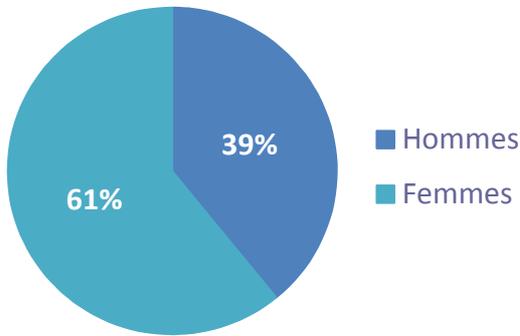
Ce domaine couvre plus de 5.000 salariés, et représente **7 % des effectifs** du secteur de la presse. Les salariés y sont **plus jeunes** que dans d'autres secteurs (40 % des salariés ayant moins de 35 ans). On y trouve **une majorité de femmes** (61%), et **une concentration en presse magazine** (36 %).

C'est le profil type « **responsable vente au numéro** » qui couvre les 2/3 des effectifs (67,6 %), ce profil type correspondant aux activités de diffusion, d'animation commerciale du réseau et du suivi des ventes et de l'audience. C'est dans ce profil que l'on trouve le moins de femmes comparativement aux autres profils du domaine (56 % de femmes contre 44% d'hommes).

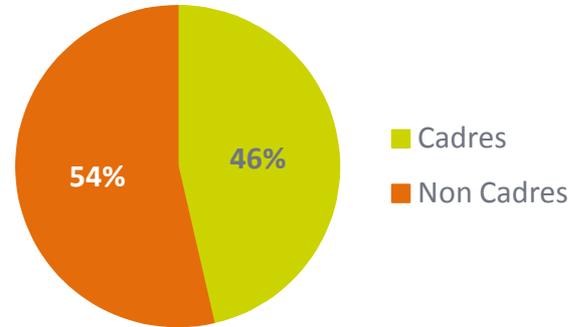
Marketing et développement de la diffusion et de l'audience

🕒 5.107 salariés soit **7% des effectifs** du secteur de la presse

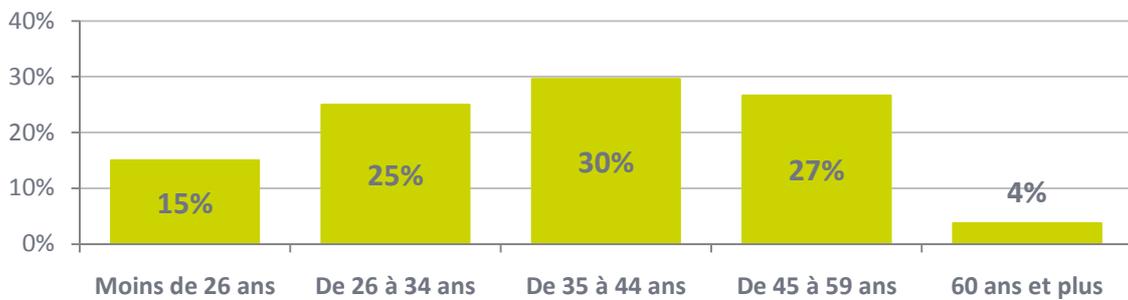
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



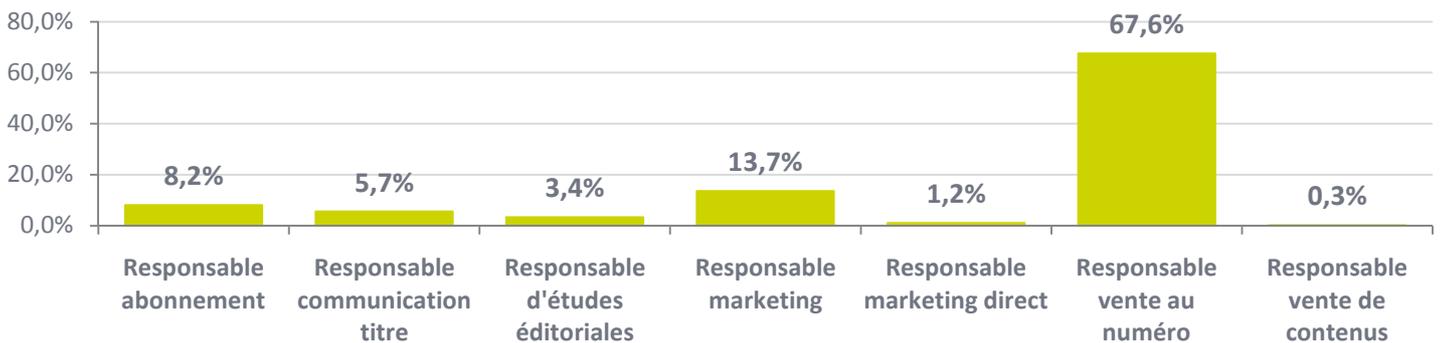
Répartition par tranche d'âge (en %)



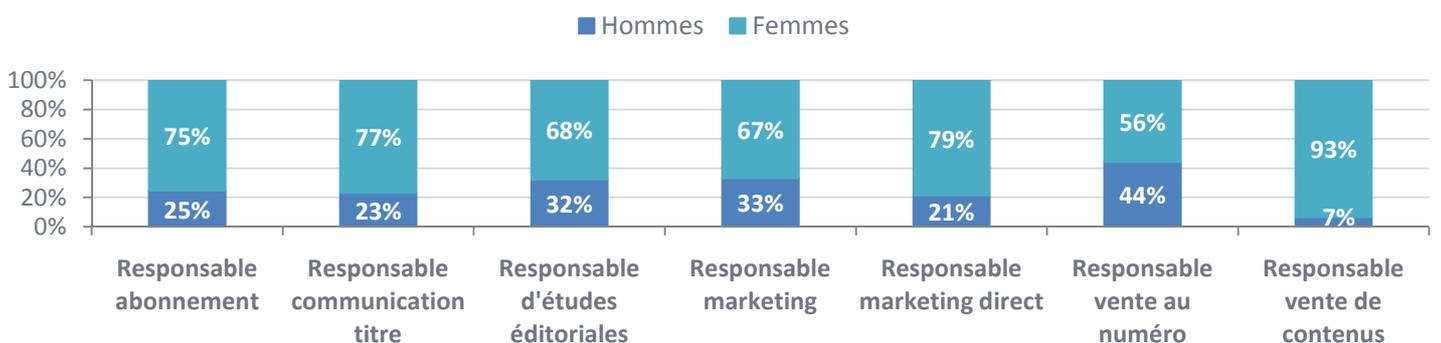
Répartition par forme de presse

🕒 Presse magazine :	36%
🕒 Presse quotidienne régionale :	24%
🕒 Presse spécialisée :	20%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.4. Domaine « Logistique »

Ce domaine regroupe **6 % des effectifs**, soit 4.710 salariés. Il est constitué des personnes chargées de la distribution et de l'expédition des titres de presse, manutentionnaires, porteurs de presse, responsables d'expédition et techniciens d'exploitation. Ils ont en charge l'expédition et l'acheminement des produits, ainsi que la gestion des invendus.

Les salariés sont relativement âgés : plus de 50 % d'entre eux ont plus de 45 ans.

Ce sont les **porteurs de presse** qui représentent le volume le plus important de salariés (**55 % des effectifs**). On y trouve également un nombre relativement élevé de **femmes** : elles représentent **40%** des salariés de ce profil alors que les autres profils sont à très forte majorité masculins.

Les porteurs de presse sont relativement âgés puisque 52% d'entre eux ont plus de 45 ans. 16% ont moins de 26 ans. Il n'y a pas de salariés cadre occupant ce profil type.

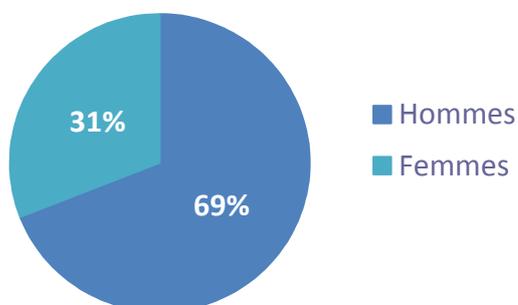
On notera cependant que ce profil type correspond sans doute à des emplois partiels, le portage s'exerçant à des moments précis dans la journée (en général tôt le matin).

Les salariés de ce domaine d'activité sont regroupés, pour 30 % d'entre eux, dans des entreprises de portage, qui travaillent pour les entreprises de presse.

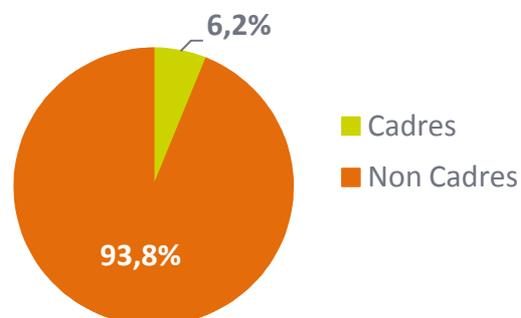
Logistique

📍 4.710 salariés soit **6% des effectifs** du secteur de la presse

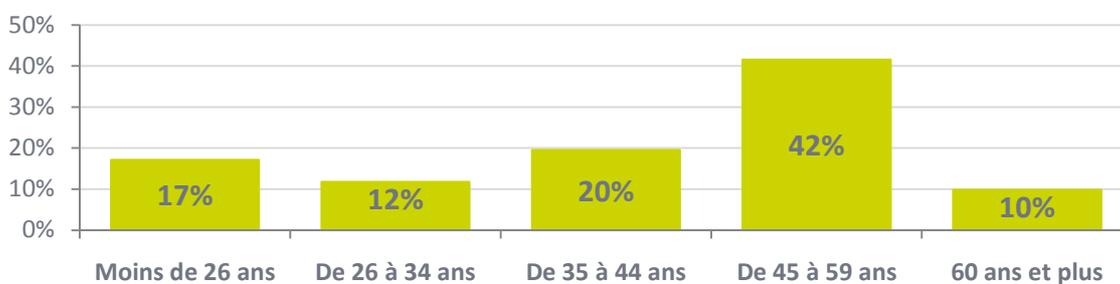
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



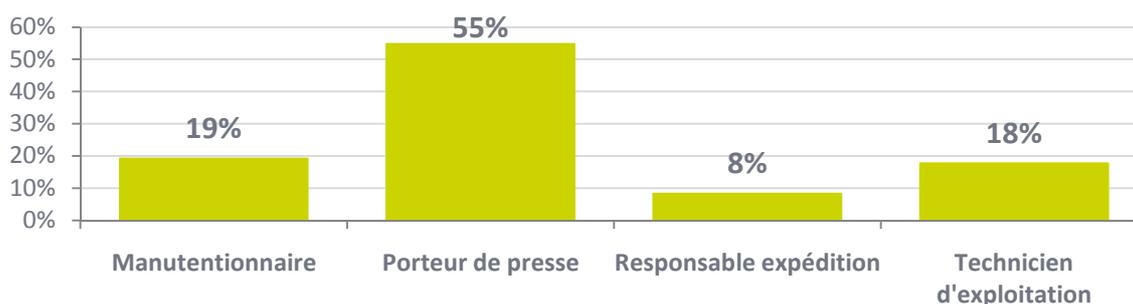
Répartition par tranche d'âge (en %)



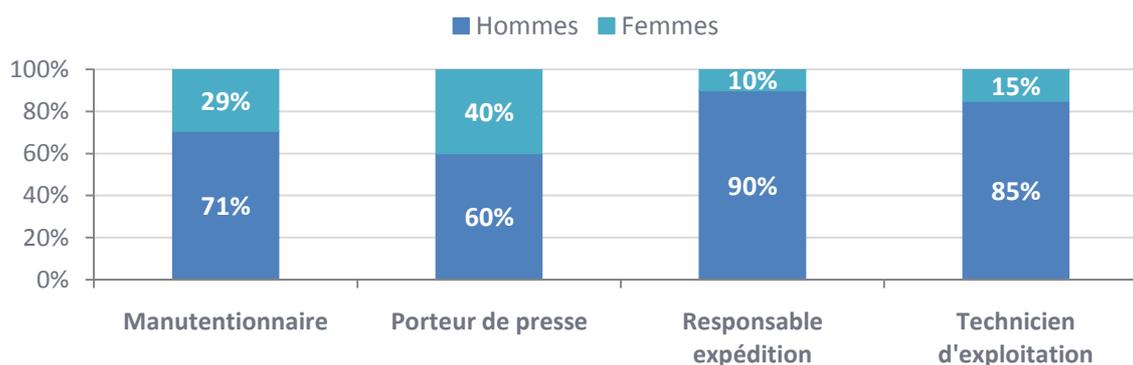
Répartition par forme de presse

📍 Portage de presse :	29%
📍 Routage de presse écrite :	25%
📍 Presse quotidienne régionale :	26%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.5. Domaine « Impression et fabrication »

Ce domaine représente également **6% des effectifs** des salariés de la presse, soit 4.515 salariés. Il regroupe les salariés des centres d'impression de la presse quotidienne (nationale et régionale) et se caractérise par **un grand nombre d'hommes (78%)**, **une faible proportion de cadres (17%)**, et **une population relativement âgée** (près de 50% des salariés de ce domaine ont plus de 45 ans).

Ce sont les **techniciens d'impression** qui sont les plus représentés, avec 1/3 des salariés. Ces personnes, majoritairement des hommes (96%), travaillent dans les centres d'impression et ont pour activité l'impression des produits, de la préparation des machines à leur mise à disposition pour l'expédition.

On note également une **proportion relativement élevée de femmes pour le profil type de « fabricant » (63 %)** : ce profil couvre les activités de responsable de fabrication, qui a la responsabilité de définir les projets d'impression. Ce pourcentage est élevé, mais ces activités ne s'exercent pas nécessairement dans un centre d'impression et peuvent être sous-traitées, notamment en presse magazine.

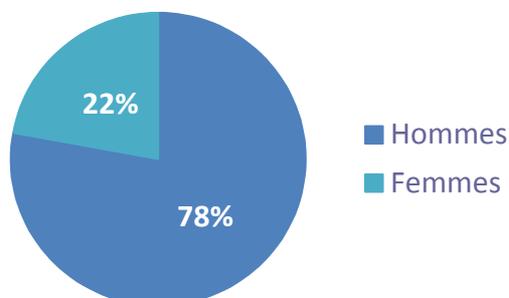
Le profil type de technicien pré-presse comporte également un nombre plus élevé de femmes (53 %). Ce profil type couvre les fonctions de préparation des éléments pour l'impression papier (contrôle de conformité technique, traitement visuel, assemblage des contenus).

C'est en presse quotidienne régionale que les salariés sont les plus nombreux (54%).

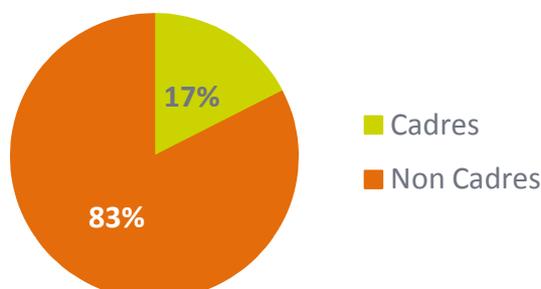
Impression et Fabrication

📍 4.515 salariés soit **6% des effectifs** du secteur de la presse

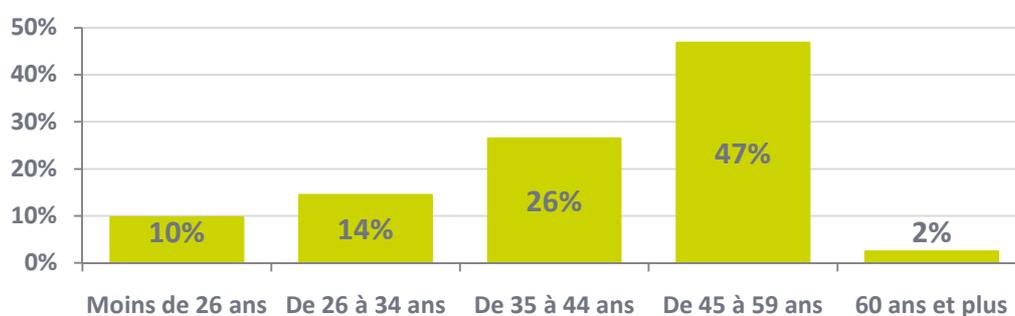
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en effectif)



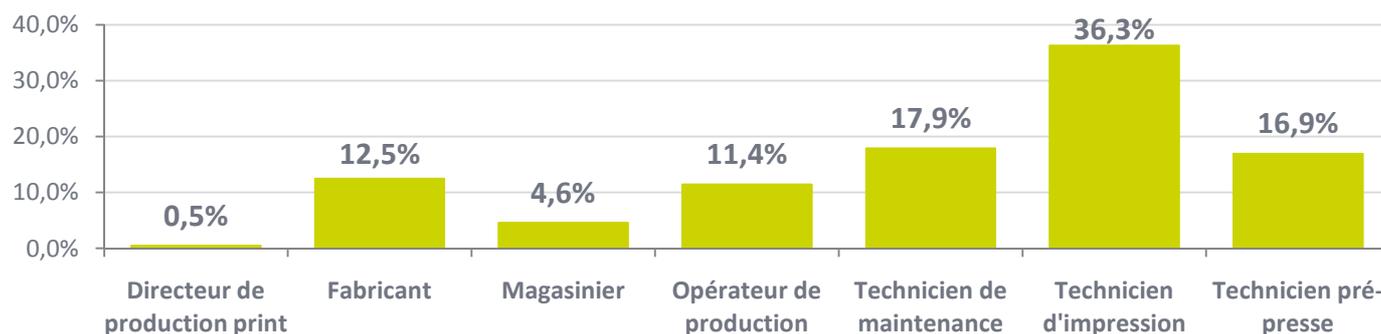
Répartition par tranche d'âge (en %)



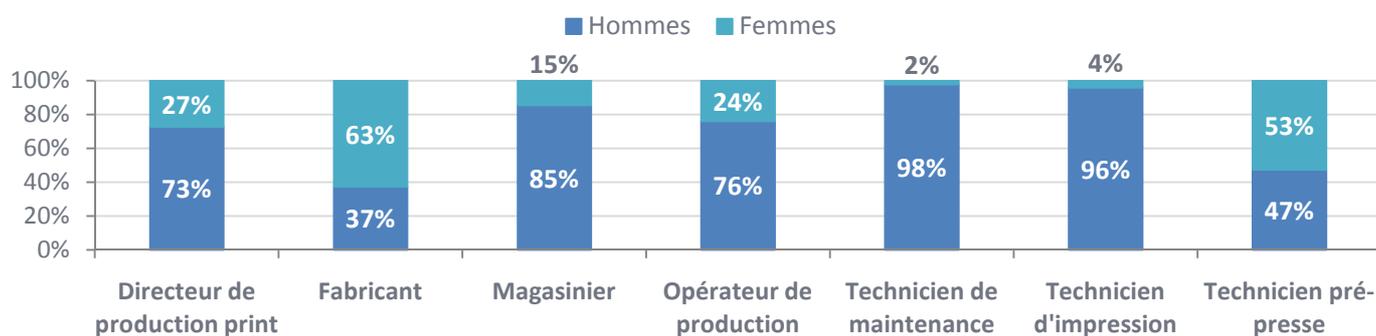
Répartition par forme de presse

📍 Presse quotidienne régionale :	54%
📍 Imprimerie de presse écrite :	15%
📍 Presse magazine :	10%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.6. Domaine « Activités commerciales publicitaires »

Ce domaine couvre **3% des effectifs**, soit un peu plus de 2.000 salariés. Comme pour les activités marketing et commerciales, on y trouve **essentiellement des femmes** (66 %). Les salariés sont **relativement jeunes** (40 % ont moins de 35 ans) et travaillent majoritairement en presse magazine (35 % d'entre eux).

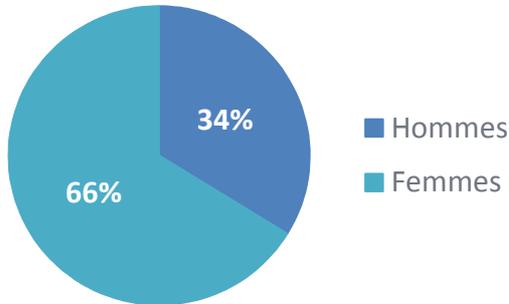
C'est le profil de « **commercial publicité** », en charge de la stratégie commerciale publicitaire, qui regroupe la majorité des salariés (56%), essentiellement des femmes (74% de femmes). Il est suivi du **responsable de production publicitaire**, dont la fonction principale est la production print et web des campagnes publicitaires.

Le profil de **responsable des études publicitaires** est insignifiant (0,3%). C'est une fonction a priori peu développée dans les entreprises de presse, mais qui pourrait prendre de l'importance dans les années à venir. Il a en effet pour mission de développer des outils d'aide à la vente, qui vont devenir cruciaux pour les entreprises de presse.

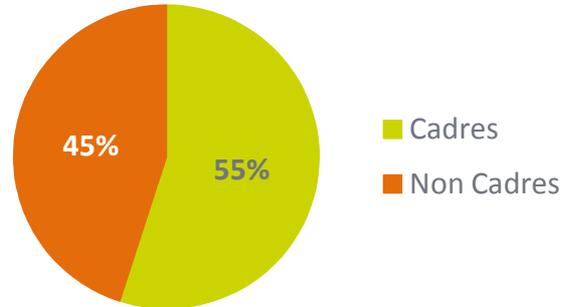
Activités commerciales publicitaires

🕒 2.197 salariés soit **3% des effectifs** du secteur de la presse

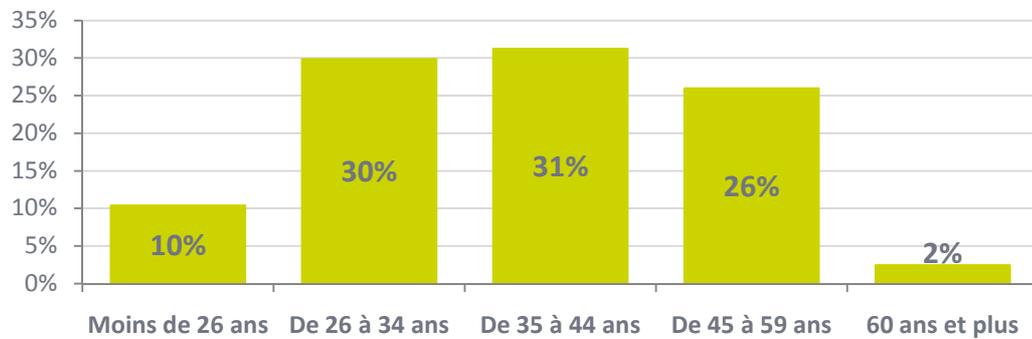
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



Répartition par tranche d'âge (en %)



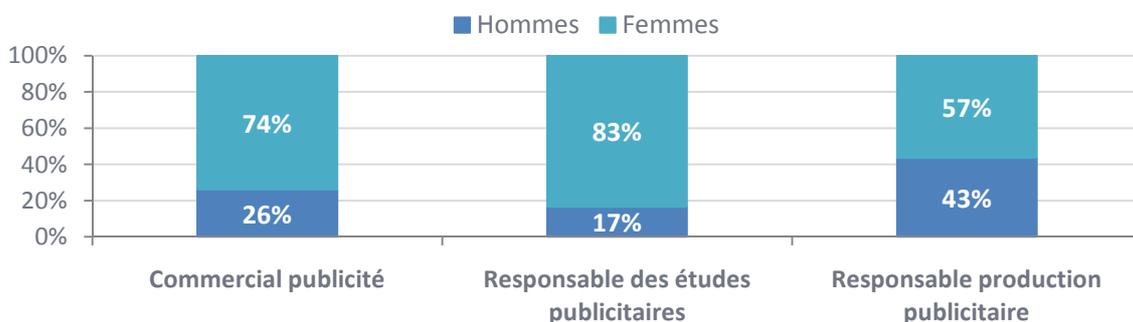
Répartition par forme de presse

🕒 Presse magazine :	35%
🕒 Presse spécialisée :	30%
🕒 Presse quotidienne régionale :	21%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.7. Domaine « Gestion des ressources documentaires »

Ce domaine couvre à peine **1% des effectifs**, avec 425 salariés. Il a subi de nombreuses réductions d'effectifs depuis ces dernières années.

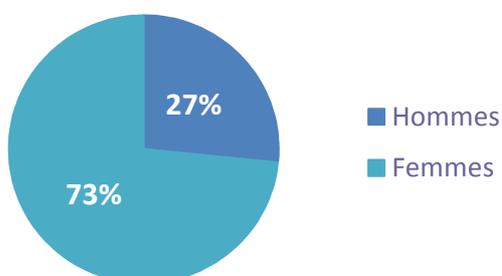
On y trouve **une majorité de femmes** (73%) et les salariés sont **relativement âgés** (36% ont plus de 45 ans).

Ils travaillent en majorité en presse magazine (37%) et en presse quotidienne nationale (32%).

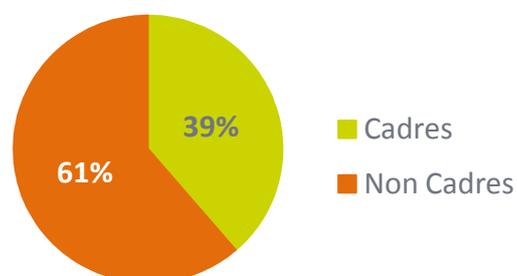
Gestion des ressources documentaires

📍 425 salariés soit **1% des effectifs** du secteur de la presse

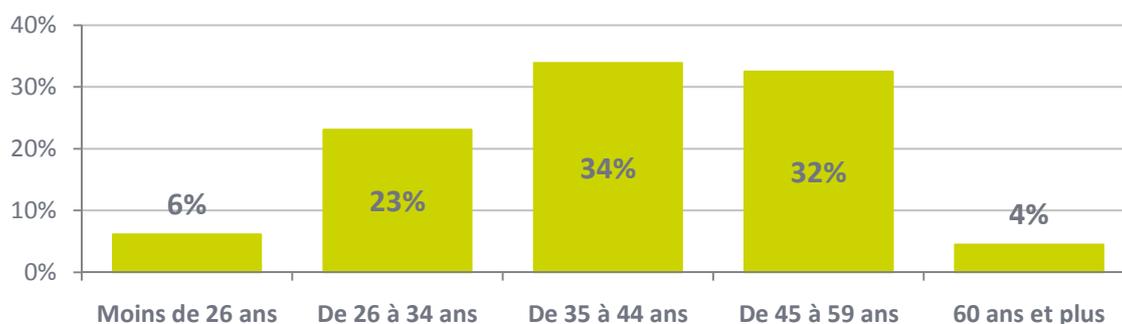
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



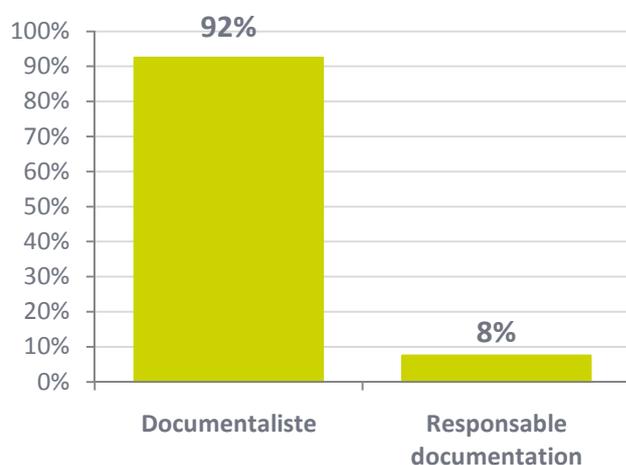
Répartition par tranche d'âge (en %)



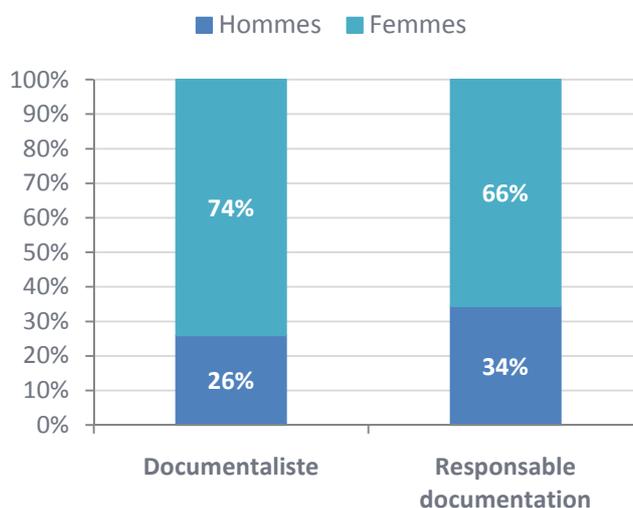
Répartition par forme de presse

📍 Presse magazine :	37%
📍 Presse quotidienne nationale :	32%
📍 Presse spécialisée :	15%
📍 Agence de presse :	15%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)



3.8. Domaine « Développement numérique »

Ce domaine couvre **un effectif très faible** (349 salariés, soit 0,5 % de l'effectif), et cela est sans doute lié à sa nouveauté. On y trouve trois profils type, **le chef de projet numérique, le directeur de la stratégie numérique et l'éditeur numérique**, qui sont nés avec les avancées technologiques, mais qui pourraient bien connaître de fortes évolutions dans les années à venir. Ces profils type couvrent des activités que sont la mise en scène et l'enrichissement des contenus sur les supports multimédias et le développement de nouveaux supports numériques et applications logiciels.

C'est **l'éditeur numérique** qui concentre les 2/3 des salariés de ce domaine.

On y trouve **plus d'hommes que de femmes** (67% contre 33%), et cette proportion monte jusqu'à 75% pour le directeur de la stratégie numérique. **Le chef de projet numérique** est le profil type où la proportion de femmes est la plus élevée (39% de femmes).

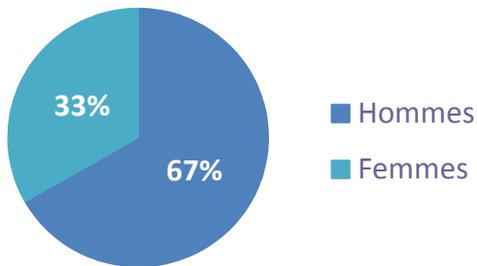
Les salariés y sont jeunes (plus de 50 % ont moins de 35 ans) et **majoritairement cadres** : il s'agit là de fonctions de plus en plus essentielles dans les entreprises de presse, si l'on se réfère à leur positionnement statutaire.

C'est en presse magazine que se concentrent les salariés de ce domaine (48 % d'entre eux).

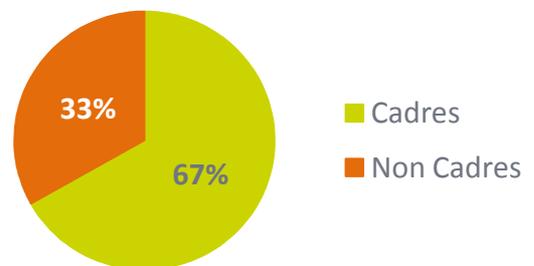
Développement numérique

👁️ 349 salariés soit **0,5% des effectifs** du secteur de la presse

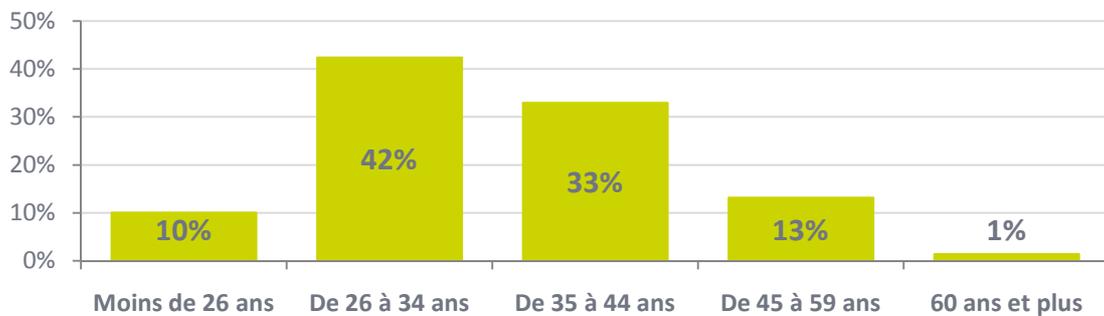
Répartition Hommes / Femmes (en %)



Répartition par statut professionnel (en %)



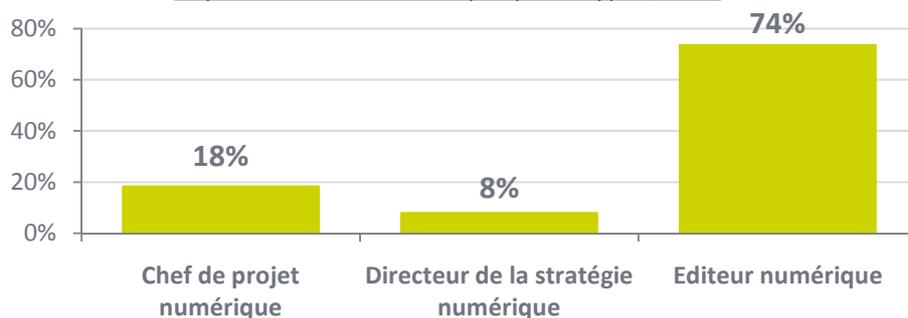
Répartition par tranche d'âge (en %)



Répartition par forme de presse

👁️ Presse magazine :	48%
👁️ Presse spécialisée :	22%
👁️ Agence de presse :	10%

Répartition des effectifs par profil type (en %)



Répartition Hommes / Femmes par profil type (en %)

