



Etudes & Tendances

La psychologie, phénomène de société ?

En tous cas, ses interventions sont omniprésentes dans les médias, toutes les questions de société y font appel. Les éditeurs de presse, eux, y consacrent de plus en plus de titres.



Presse psychologie

Août 2011

Panorama du segment	page 2
Les chiffres clés	page 4
Les évolutions	page 5
Les français et la psychologie	page 6



> Volumes

14 titres, dont 6 nouveautés

63 parutions

1,16 million d'exemplaires fournis

345 000 exemplaires vendus

1,93 million d'€ de chiffre d'affaires

> Données moyennes

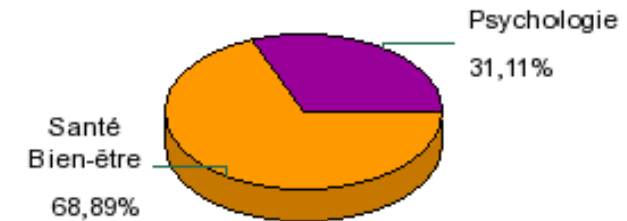
Fournis moyens : **18 500** exemplaires

Ventes moyennes : **5 500** exemplaires

Taux de vente : **30%**

Prix moyen : **5,60 €**

> Répartition du CA par sous-segment sur la période d'analyse



Le segment PSYCHOLOGIE enregistre plus du tiers des ventes face au segment de la SANTÉ et du BIEN-ÊTRE.



Évolution des volumes

Le panel des titres « psychologie » est croissant. On dénombre **14 titres** sur la période d'analyse contre **8** sur la période de référence.

La fourniture : **+76%**

Les ventes : **+81%**

Le CA : **+89%**



Évolution des données moyennes

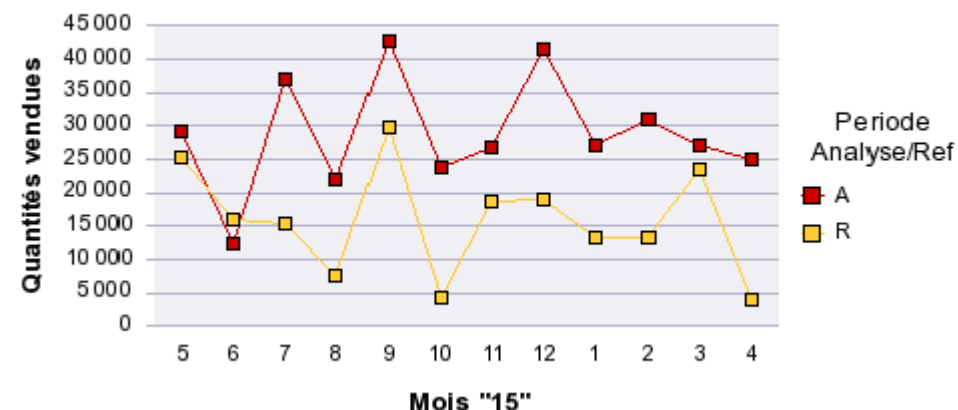
Fournis moyens : **+20%**

Ventes moyennes : **+24%**

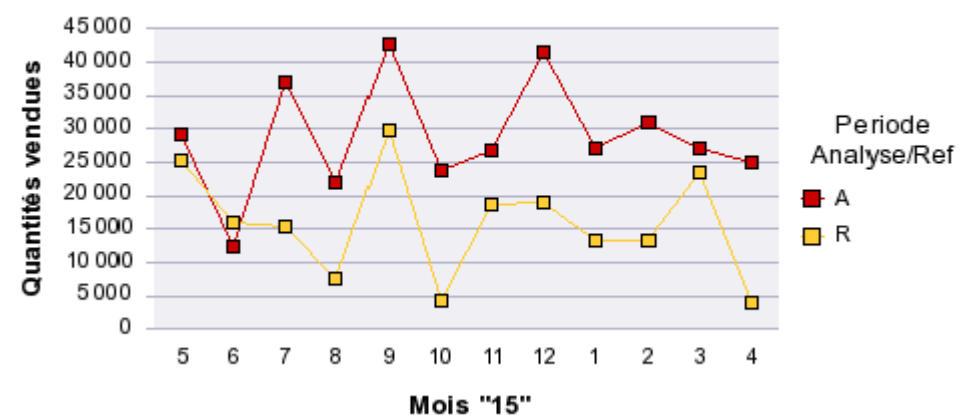
Prix moyen : **+0,23€**

Les nouveautés gonflent les volumes de ce segment sans ébranler les ventes moyennes, bien au contraire, les lecteurs sont donc au rendez-vous.

Evolution saisonnière des quantités vendues



Evolution saisonnière des quantités vendues



A chacun son psy...

Que ce soit sur les conseils d'un médecin ou d'un ami, que ce soit par nécessité ou par curiosité, 5 millions de français ont déjà poussé la porte d'un thérapeute.

Auparavant réservées aux grands névrosés et aux intellos qui en avaient les moyens, ces pratiques se sont ouvertes à une population plus large.

Selon deux chercheurs, le portrait type du consommateur de thérapie est une femme, de 35 à 44 ans, cadre et habitant en région parisienne.

Les principales raisons de consultation invoquées sont : la dépression, les "événements de vie" (deuil, rupture, difficultés professionnelles...), un sentiment de mal-être et, enfin, un désir de mieux se connaître.

Les séances se déroulent en général une fois par semaine et prennent fin moins d'un an plus tard (60%), même si, dans 15% des cas, elles se prolongent au-delà de trois ans. Parmi les patients, 58% qualifient leurs problèmes comme ayant "diminué" après une thérapie, et ils ont même "disparu" pour 26% d'entre eux.

Les techniques sont nombreuses: psychothérapie d'inspiration psychanalytique pour le plus grand nombre (30%), devant les thérapies humanistes, cognitivo-comportementales (TCC) ou interpersonnelles à égalité, avec 15% environ. Sans oublier les consultations sur Internet, autorisées en France depuis octobre 2010, ainsi que les thérapies virtuelles, par visio-casque ou en 3D sur écran.



Etudes & Tendances

L'étude a été réalisée par la **Direction des Publications MLP**

Contact : leneel@mlp.fr

MLP vous propose des études documentées, basées sur des résultats de vente des différents marchés de la presse, des données sociodémographiques et des enquêtes consommateurs. L'analyse croisée des résultats du marché et des modes de consommation, permet de décrypter les nouvelles tendances, mettre en relief les mutations du marché et des réseaux de distribution. www.mlp.fr

Etudes de Marché : Panoramas de l'offre d'un segment de presse spécifique, les volumes, les performances moyennes et les tendances du segment.

Etudes de consommation : études documentaires qui proposent une synthèse de résultats d'enquêtes, de rapports statistiques INSEE sur les habitudes et les modes des consommateurs et lecteurs.

Etudes des circuits de distribution : synthèses chiffrées et documentées sur des réseaux de vente spécifiques tels que la GMS, les enseignes culturelles.