

# CHIFFRES CLES DE LA PRESSE

---

CHIFFRES CLES DE LA PRESSE  
1997  
RÉSULTATS PROVISOIRES

PREMIER MINISTRE



## PUBLICATIONS STATISTIQUES

*Presse et Statistiques de 1972 à 1986*  
SJTJ - Hôtel de Clermont - 69, rue de Varenne - 75700 Paris -  
sur demande

*Tableaux Statistiques de la Presse de 1987 à 1991*  
La Documentation Française - 31, Quai Voltaire - 75007 Paris  
Tél. 40 15 70 00 - Prix : 60 F

*Dix ans de Statistiques Presse 1982-1992*  
*Tableaux Statistiques de la Presse 1992*  
La Documentation Française -  
Prix global : 150 F

*Tableaux Statistiques de la Presse 1993, 1994, 1995*  
La Documentation Française - Prix : 60 F, 80 F

*Chiffres-clés de 1991 à 1997*  
SJTJ - Gratuit

*Indicateurs Statistiques de l'Audiovisuel*  
Edition 1998  
SJTJ/CNC/CSA/INA  
La Documentation Française - Prix : 140 F

*Indicateurs Statistiques de la Radio*  
Edition 1997  
SJTJ/CSA/Ministère de la Culture  
La Documentation Française - Prix : 120 F

*Indicateurs Statistiques de la Publicité*  
Edition 1997  
SJTJ/CSA/Ministère de la Culture  
La Documentation Française - Prix : 90 F

## AUTRES PUBLICATIONS

*Les agences de presse en France*  
Philippe Baudelot  
1991 - La Documentation Française - Prix : 60 F

*Les jeunes et leur télévision*  
INA/MEDIAMETRIE/DIAPASON  
1991 - La Documentation Française - Prix : 95 F

*L'industrie française des programmes de télévision*  
Michel Fansten  
1991 - La Documentation Française - Prix : 60 F

*Les journalistes français en 1990*  
Institut Français de Presse  
1992 - La Documentation Française - Prix : 110 F

*Observatoire de la création audiovisuelle*  
France de 1989 à 1992  
CSA/CNC/SJTJ/INA  
La Documentation Française - Prix : 75 F

*Le guide des radios locales associatives*  
Jean-Claude Karsenti  
1991 - SJTI - Gratuit

*Le vade mecum des radios locales associatives*  
Jean-Claude Karsenti  
1991 - SJTI - Gratuit

*Les radios locales associatives en France métropolitaine  
et dans les départements et territoires d'Outre-Mer*  
1991 - SJTI - Gratuit

*La télévision en genre et en nombre*  
Sylviane Saincy  
SJTJ/INA  
1992 - La Documentation Française - Prix : 140 F

*Qu'est-ce qu'un journaliste ?*  
Jacques Vistel  
1993 - La Documentation Française - Prix : 55 F

*Guide du créateur de publication*  
1993 (4<sup>e</sup> édition) - Imprimerie Nationale - 27-29, rue de la  
Convention - 75015 PARIS - Tél. : 40 58 30 00 - Prix : 35 F

*Préfiguration de la presse électronique.*  
*Les leçons de la télématique.*  
Pierre Chapignac  
1995 - La Documentation Française - Prix : 150 F

## LES PUBLICATIONS DU CÂBLE collection «Mémento»<sup>(1)</sup>

*Dicocâble* Ed. 1992

*Architectures et technologies des réseaux câblés* Ed. 1992

*Annuaire du câble* Ed. juin 1995

<sup>(1)</sup>Ces publications sont disponibles, gratuitement, au S.J.T.I. / Département des affaires Techniques.

PREMIER MINISTRE

SERVICE JURIDIQUE ET TECHNIQUE  
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

*Le Chef de Service*

Juillet 1998

Cette dixième édition des « Chiffres-clés de la presse » réalisée par le service statistique du SJTI, fait ressortir une très légère progression du chiffre d'affaires de la presse éditeur, en 1997 ; cette progression résulte d'une quasi-stagnation des ventes de journaux et de magazines, et de la progression de certaines recettes publicitaires.

La presse nationale d'information générale et politique, y compris les quotidiens économiques, a connu l'évolution la plus favorable avec une progression de + 5,4 % du chiffre d'affaires ; la presse gratuite et la presse spécialisée grand public sont aussi en croissance, respectivement de + 2,3 % et de + 1,4 % ; par contre, les recettes de la presse locale d'information générale et politique et de la presse spécialisée technique et professionnelle ont reculé de - 1,2 % et - 2,5 % par rapport à l'année précédente.

Les recettes des ventes de journaux et de magazines ont stagné en 1997 : l'augmentation des ventes par abonnement a compensé le faible recul des ventes au numéro ; la presse nationale d'information générale et politique a connu une croissance sensible des ventes.

Seules les recettes publicitaires provenant de l'insertion de petites annonces ont progressé de manière très significative, avec l'amélioration de la conjoncture économique générale, et surtout, avec le rétablissement des marchés du travail et de l'immobilier.

Ce premier bilan de l'année 1997 fait apparaître des situations assez contrastées selon les catégories de presse ; les points marquants en sont le ralentissement de l'ensemble des ventes, à l'exception des ventes de la presse nationale d'information, et la reprise, souvent vive et, pour certaines catégories de presse, très forte, des petites annonces.

Francis BRUN-BUISSON

## COMMENTAIRES

### Le chiffre d'affaires de la presse éditeur progresse de 1 % en 1997

Ce résultat marque un ralentissement par rapport à l'année précédente, où la croissance du chiffre d'affaires de la presse éditeur avait été d'un peu plus de + 3 %.

Les recettes de vente sont en quasi-stagnation avec une progression de + 0,1 %, tandis que les recettes de publicité s'accroissent de + 2,2 %.

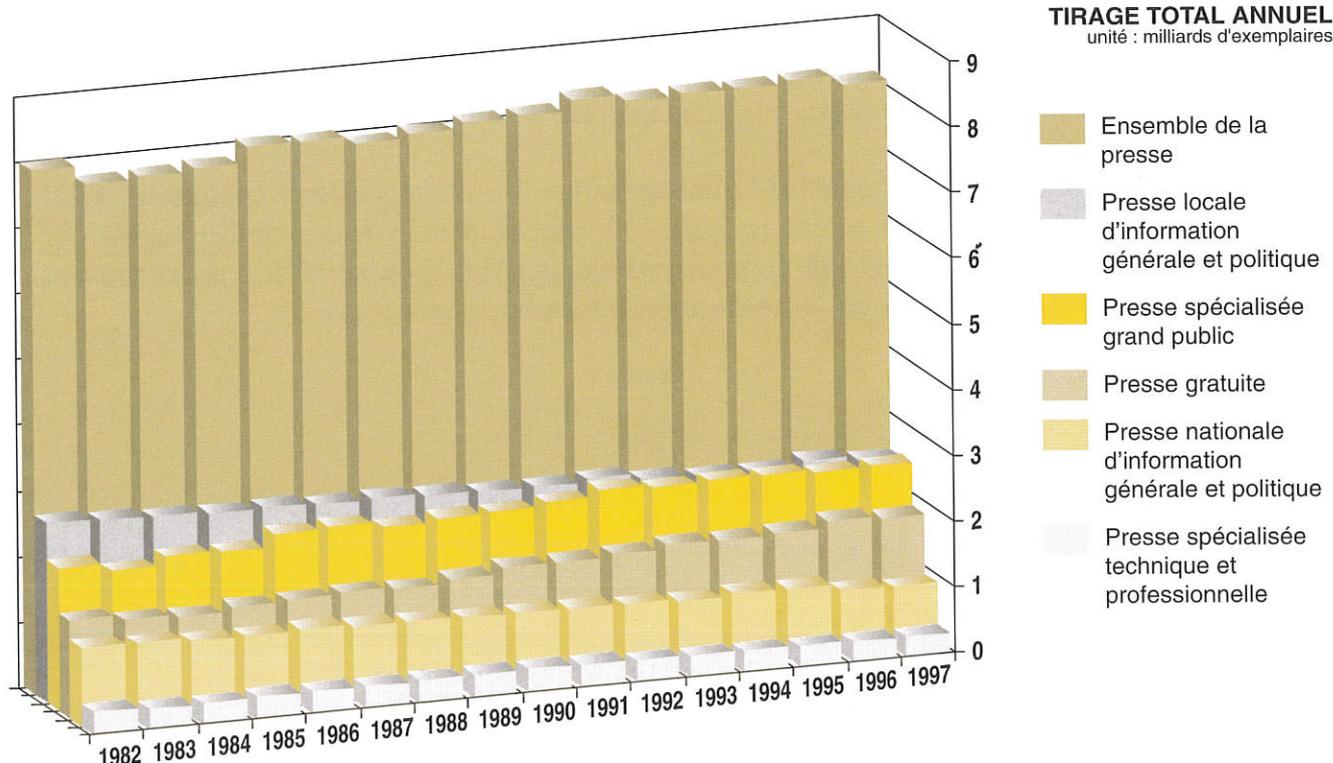
Les évolutions des différentes catégories de presse sont assez divergentes. Pour les comparaisons, il faut tenir compte de deux modifications majeures introduites dans la composition des catégories de presse pour 1996 : les quotidiens économiques, dont le contenu rédactionnel s'est beaucoup élargi depuis leur création, sont, à partir de 1996, classés dans la presse nationale d'information générale et politique ; la création d'une édition nationale du journal " Le Parisien " - le titre " Aujourd'hui " - a entraîné le reclassement de ce journal en presse locale d'information générale et politique.

Trois catégories de presse connaissent une évolution positive de leur chiffre d'affaires : la presse nationale d'information générale et politique progresse de + 5,4 %, la presse gratuite de + 2,3 %, et la presse spécialisée grand public de + 1,4 %.

Le chiffre d'affaires de la presse locale d'information générale et politique est, par contre, en recul de - 1,2 %, et celui de la presse spécialisée technique et professionnelle est en recul de - 2,5 %.

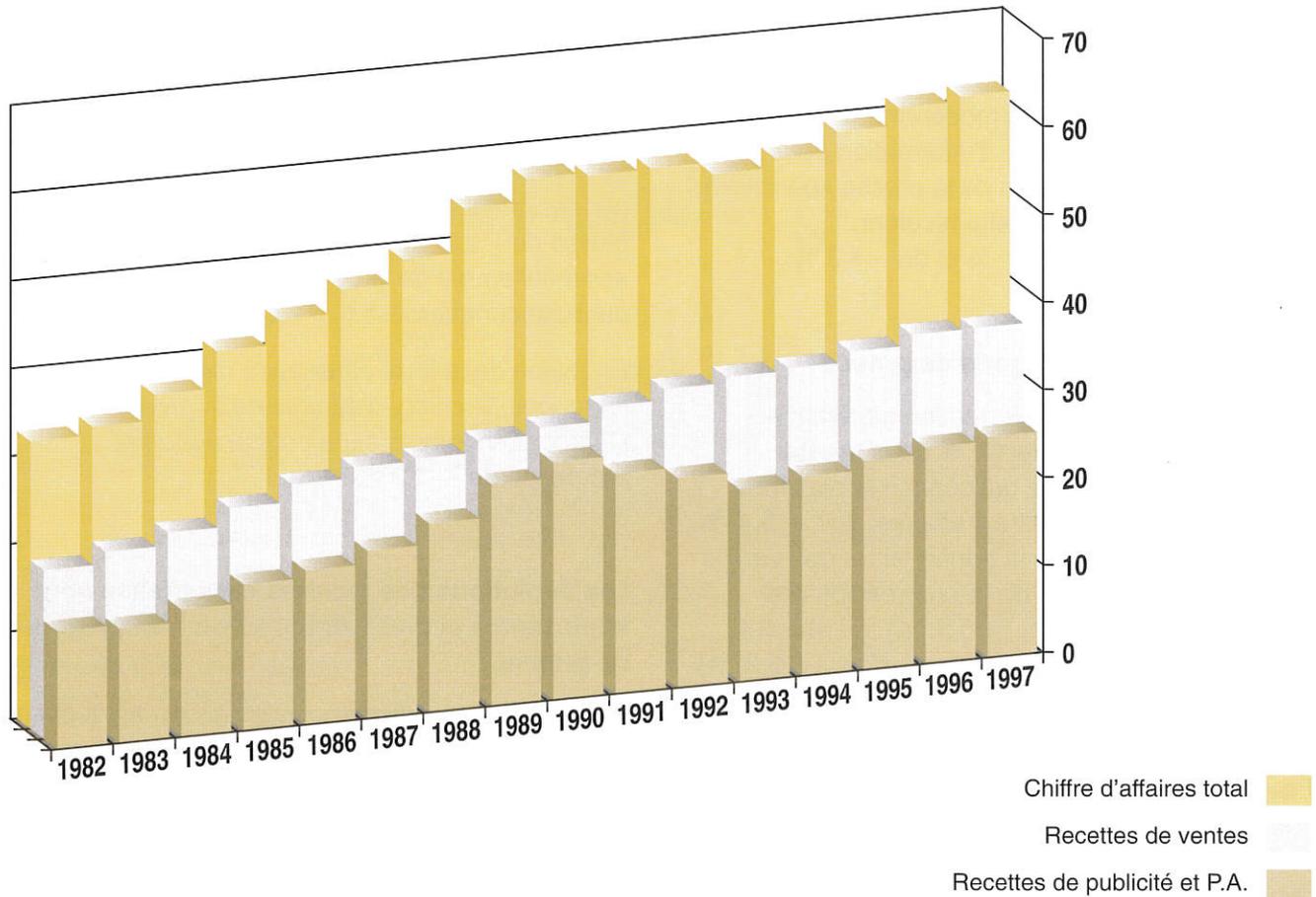
### Le tirage diminue de - 1,6 %

Ce résultat porte sur l'ensemble de la presse éditeur, y compris la presse gratuite. Selon les catégories, le tirage de la presse nationale d'information générale et politique baisse de - 2,8 %, celui de la presse locale d'information générale et politique de - 3,2 %, et le tirage de la presse gratuite de - 2,1 %. Le tirage de la presse spécialisée grand public progresse de + 0,6 %, et celui de la presse spécialisée technique et professionnelle reste à peu près stable, soit + 0,3 %.



## CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL (ventes et publicité)

unité : milliards de francs



### Les recettes de vente, qui représentent 60 % du chiffre d'affaires, stagnent

L'évolution des recettes de ventes de journaux et de magazines, soit + 0,1 %, est inférieure à l'augmentation des prix estimée, à partir de l'indice INSEE, à + 0,5 % pour l'année 1997. La faible augmentation des ventes par abonnement (+ 1,8 %) compense le léger recul des ventes au numéro (- 0,6 %) ; toutefois, cette compensation en valeur ne paraît pas correspondre, en terme de volume, à un effet de transfert des ventes au numéro vers les abonnements.

Seule la presse nationale d'information générale et politique voit ses recettes de vente augmenter de + 4,1 %, alors que des diminutions sont observées

dans les autres catégories, notamment dans la presse locale (- 1,3 %).

### Les recettes des petites annonces progressent fortement

Globalement, la croissance des recettes publicitaires reste dans la tendance orientée à la hausse depuis 1994. Mais, cette évolution favorable est, en 1997, uniquement le fait de la croissance très forte des recettes de petites annonces, entraînée par l'amélioration de la conjoncture économique sur les marchés du travail et de l'immobilier.

Pour l'ensemble des recettes publicitaires, les évolutions enregistrées sont très variables d'une

catégorie de presse à l'autre : la presse nationale d'information générale et politique et la presse spécialisée grand public connaissent les plus fortes progressions, avec respectivement + 7,2 % et + 5,8 % ; les recettes publicitaires de la presse gratuite augmentent plus modérément (+ 2,3 %) ; celles de la presse locale d'information générale et politique et surtout, celles de la presse spécialisée technique et professionnelle reculent, respectivement, de - 1,1 % et de - 4,3 %.

### **Les résultats par catégorie de presse**

La presse nationale d'information générale et politique, qui représente 17 % de la presse éditeur, est la catégorie qui connaît la plus forte progression de son chiffre d'affaires, soit + 5,4 %. Ce résultat provient de la bonne tenue des ventes au numéro (+ 3,6 %), de la progression des ventes par abonnement (+ 5,1 %), du résultat favorable pour la publicité commerciale (+ 5,2 %) et aussi, de la forte croissance des petites annonces (+ 14,7 %).

Pour la presse quotidienne nationale, principale composante de cette catégorie, on observe une croissance significative, quoique plus modérée, de l'ensemble des recettes (+ 3,8 %).

Seconde composante importante de cette catégorie, les magazines d'information générale et politique qui avaient connu un recul en 1996, sont en forte croissance en 1997 : les recettes de ventes et de publicité progressent de + 10 % avec, en particulier, une augmentation de + 37 % des recettes de petites annonces.

La presse locale d'information générale et politique, essentiellement les quotidiens et hebdomadaires locaux, représente un peu plus du quart de la presse éditeur ; son chiffre d'affaires est en repli de - 1,2 % en raison d'une part, de la diminution des recettes des ventes au numéro, et d'autre part, du recul de la publicité commerciale, deux résultats négatifs qui ne sont pas compensés par les progressions pourtant sensibles des abonnements et des petites annonces.

Le chiffre d'affaires de la presse spécialisée grand public, qui représente 38% de l'ensemble, progresse de + 1,4 % ; le léger recul des ventes

au numéro et par abonnement est, en effet, nettement compensé par la progression de la publicité commerciale et des petites annonces. Il faut également noter qu'au cours de l'année 1997, les prix des magazines sont restés stables.

Après avoir progressé en 1996, le chiffre d'affaires de la presse spécialisée technique et professionnelle (10 % de la presse éditeur) est en baisse de - 2,5 % ; ce recul provient essentiellement de la diminution des recettes de publicité commerciale (- 7 %).

En raison de la forte croissance des petites annonces, le chiffre d'affaires de la presse gratuite (7 % de l'ensemble de la presse éditeur) progresse de + 2,3 %.

### **Les évolutions des recettes hors presse sont importantes et divergentes selon les catégories de presse.**

La part du chiffre d'affaires réalisée par les éditeurs dans des activités hors presse (exploitation de services télématiques, travaux d'impression, édition ...) est variable selon la catégorie de presse : elle tend à diminuer légèrement, sauf pour la presse d'information spécialisée technique et professionnelle où elle s'élève à 30 % du total ; dans les autres catégories, les recettes hors presse représentent de 4 % à 9 % du chiffre d'affaires.

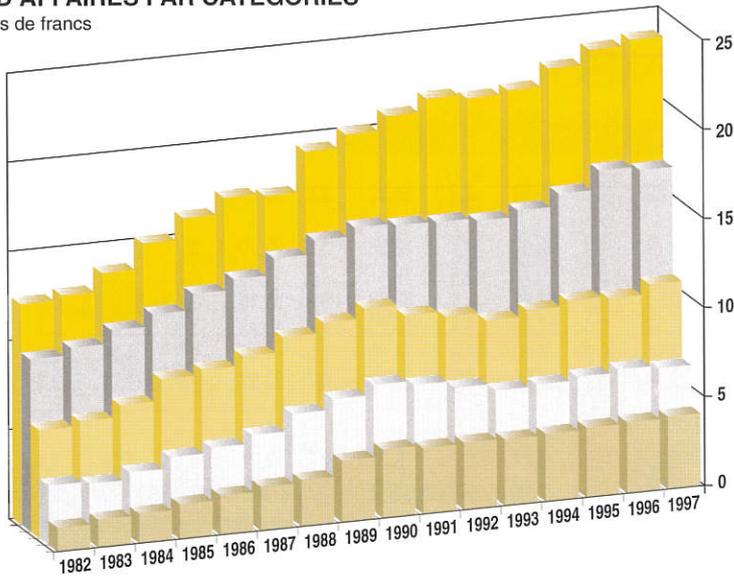
Ces recettes ont progressé pour la presse nationale d'information générale et politique et la presse spécialisée technique et professionnelle ; elles ont diminué pour les autres catégories.

### **Le taux de couverture de l'enquête**

Les réponses à l'enquête permettent de couvrir 80 % de la " presse éditeur ". Comme pour les années précédentes, il est très élevé pour la presse d'information générale (86 % et 91 %) ainsi que pour la presse gratuite (81 %) ; il est satisfaisant pour la presse spécialisée grand public (74 %), et progresse pour la presse spécialisée technique et professionnelle qui atteint 68 % au lieu de 56 % en 1996.

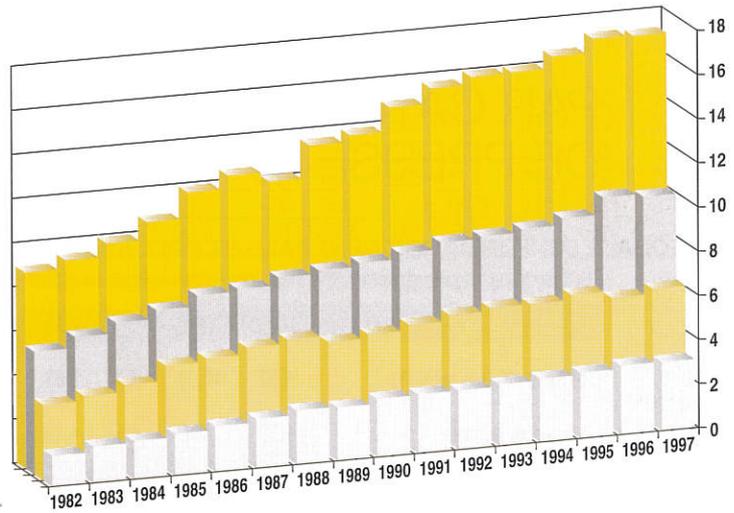
**CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIES**

unité : milliards de francs



**RECETTES DE VENTES**

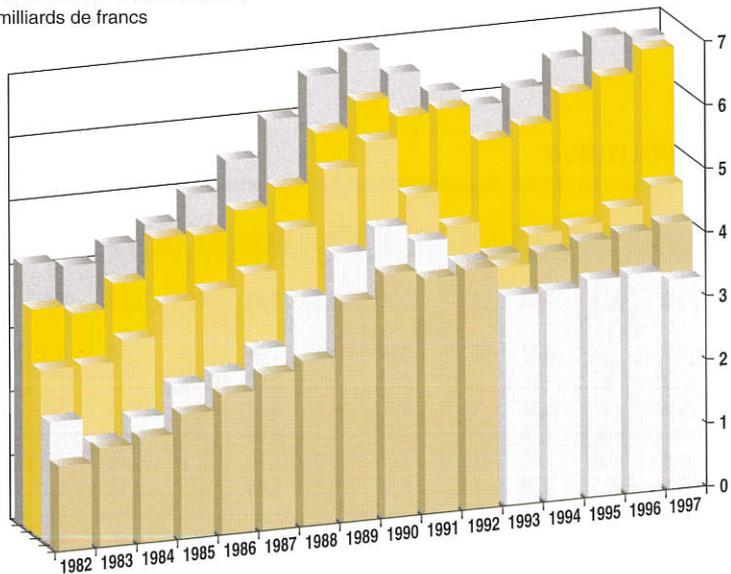
unité : milliards de francs



- Presse spécialisée grand public
- Presse locale d'information générale et politique
- Presse nationale d'information générale et politique
- Presse spécialisée technique et professionnelle
- Presse gratuite

**RECETTES DE PUBLICITÉ**

unité : milliards de francs



## CHIFFRES CLÉS 1982/1997

### TOUTES CATÉGORIES DE PRESSE RÉUNIES

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires presse (1)</b>	<b>32,81</b>	<b>56,89</b>	<b>0,2</b>	<b>55,63</b>	<b>-2,2</b>	<b>56,72</b>	<b>2,0</b>	<b>59,07</b>	<b>4,1</b>	(P) <b>61,08</b>	<b>3,4</b>	(P) <b>61,68</b>	<b>1,0</b>
Ventes au numéro	14,01	22,72	3,3	22,88	0,7	22,96	0,4	23,70	3,2	24,54	3,6	24,39	-0,6
Ventes par abonnement	5,29	10,21	5,7	10,77	5,4	10,97	1,8	11,45	4,3	11,83	3,3	12,04	1,8
<b>Total ventes</b>	<b>19,30</b>	<b>32,93</b>	<b>4,0</b>	<b>33,65</b>	<b>2,1</b>	<b>33,93</b>	<b>0,9</b>	<b>35,15</b>	<b>3,6</b>	<b>36,38</b>	<b>3,5</b>	<b>36,43</b>	<b>0,1</b>
Publicité commerciale	10,86	19,19	-1,4	17,88	-6,8	18,70	4,6	19,43	3,9	20,34	4,7	20,38	0,2
Petites annonces	2,65	4,77	-16,0	4,10	-14,3	4,09	0,0	4,49	9,6	4,36	-2,8	4,87	11,6
<b>Total publicité</b>	<b>13,51</b>	<b>23,96</b>	<b>-4,7</b>	<b>21,98</b>	<b>-8,3</b>	<b>22,79</b>	<b>3,7</b>	<b>23,92</b>	<b>4,9</b>	<b>24,71</b>	<b>3,3</b>	<b>25,25</b>	<b>2,2</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>													
Ensemble	8,00	8,28	2,0	8,17	-1,2	8,21	0,5	8,21	0,0	8,25	0,4	8,12	-1,6
Hors gratuits d'annonces	6,49	6,57	1,8	6,40	-2,4	6,45	0,7	6,41	-0,5	6,35	-1,2	6,25	-1,5

### 2 PAR CATÉGORIES DE PRESSE

#### PRESSE NATIONALE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE

Publications apportant de façon permanente informations et commentaires sur l'actualité politique et nationale. (Quotidiens nationaux et grands hebdomadaires d'information.)

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>6,07</b>	<b>10,09</b>	<b>-2,7</b>	<b>9,63</b>	<b>-4,6</b>	<b>9,98</b>	<b>3,6</b>	<b>10,29</b>	<b>3,1</b>	(P) <b>10,19</b>	<b>-1,0</b>	(P) <b>10,74</b>	<b>5,4</b>
Ventes au numéro	2,53	4,10	4,1	4,18	2,0	4,12	-1,4	4,29	4,0	3,90	-9,2	4,03	3,6
Ventes par abonnement	0,90	1,73	6,3	1,80	4,1	1,86	3,1	1,94	4,3	2,02	4,2	2,13	5,1
<b>Total ventes</b>	<b>3,43</b>	<b>5,83</b>	<b>4,8</b>	<b>5,98</b>	<b>2,6</b>	<b>5,98</b>	<b>0,0</b>	<b>6,23</b>	<b>4,1</b>	<b>5,92</b>	<b>-5,0</b>	<b>6,16</b>	<b>4,1</b>
Publicité commerciale	1,85	3,13	-3,9	2,86	-8,6	3,22	12,7	3,22	0,0	3,35	4,0	3,52	5,2
Petites annonces	0,79	1,13	-27,1	0,79	-30,7	0,78	-1,3	0,84	8,1	0,92	9,6	1,06	14,7
<b>Total publicité</b>	<b>2,64</b>	<b>4,26</b>	<b>-11,4</b>	<b>3,65</b>	<b>-14,5</b>	<b>4,00</b>	<b>9,7</b>	<b>4,06</b>	<b>1,6</b>	<b>4,27</b>	<b>5,1</b>	<b>4,58</b>	<b>7,2</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>1,21</b>	<b>1,06</b>	<b>-1,9</b>	<b>1,03</b>	<b>-2,6</b>	<b>1,08</b>	<b>4,7</b>	<b>1,07</b>	<b>-1,4</b>	<b>0,96</b>	<b>-10,6</b>	<b>0,93</b>	<b>-2,8</b>

#### PRESSE LOCALE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE

Publications répondant aux mêmes principes que la catégorie précédente, mais avec des pages d'information traitant de l'actualité dans un cadre local. (Quotidiens régionaux et départementaux, hebdomadaires locaux et A.J.L.)

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>9,67</b>	<b>15,00</b>	<b>-0,3</b>	<b>14,84</b>	<b>-1,1</b>	<b>15,20</b>	<b>2,4</b>	<b>15,91</b>	<b>4,7</b>	(P) <b>16,97</b>	<b>6,6</b>	(P) <b>16,76</b>	<b>-1,2</b>
Ventes au numéro	4,31	6,77	3,6	6,75	-0,3	6,84	1,4	7,04	2,9	7,48	6,3	7,21	-3,7
Ventes par abonnement	1,26	2,08	3,9	2,21	6,4	2,28	3,0	2,39	4,9	2,72	13,7	2,86	5,2
<b>Total ventes</b>	<b>5,57</b>	<b>8,85</b>	<b>3,7</b>	<b>8,96</b>	<b>1,3</b>	<b>9,12</b>	<b>1,8</b>	<b>9,43</b>	<b>3,4</b>	<b>10,21</b>	<b>8,2</b>	<b>10,07</b>	<b>-1,3</b>
Publicité commerciale	3,22	4,34	-1,6	4,28	-1,5	4,50	5,1	4,69	4,3	5,00	6,5	4,74	-5,2
Petites annonces	0,88	1,81	-13,6	1,60	-11,8	1,58	-1,0	1,79	12,9	1,76	-1,2	1,95	10,5
<b>Total publicité</b>	<b>4,10</b>	<b>6,15</b>	<b>-5,5</b>	<b>5,88</b>	<b>-4,5</b>	<b>6,08</b>	<b>3,5</b>	<b>6,48</b>	<b>6,5</b>	<b>6,76</b>	<b>4,4</b>	<b>6,69</b>	<b>-1,1</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>2,74</b>	<b>2,61</b>	<b>1,8</b>	<b>2,53</b>	<b>-3,3</b>	<b>2,50</b>	<b>-1,0</b>	<b>2,49</b>	<b>-0,6</b>	<b>2,58</b>	<b>3,6</b>	<b>2,49</b>	<b>-3,2</b>

(1) En milliards de Francs

(2) En milliards d'exemplaires

\* en % : année n/n-1

(P) Résultat provisoire

## PRESSE SPÉCIALISÉE GRAND PUBLIC

Publications traitant d'un thème principal plus ou moins spécialisé, le cyclisme ou le sport en général, la mode..., et dont le contenu est accessible à tous publics.

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>12,39</b>	<b>21,55</b>	<b>3,6</b>	<b>21,34</b>	<b>-1,0</b>	<b>21,55</b>	<b>1,0</b>	<b>22,55</b>	<b>4,6</b>	<b>23,36</b>	<b>3,6</b>	<b>23,69</b>	<b>1,4</b>
Ventes au numéro	7,02	11,54	3,1	11,66	1,0	11,68	0,2	12,04	3,1	12,80	6,3	12,78	-0,2
Ventes par abonnement	1,87	4,02	9,6	4,25	5,7	4,27	0,5	4,46	4,4	4,32	-3,0	4,30	-0,4
<b>Total ventes</b>	<b>8,89</b>	<b>15,56</b>	<b>4,6</b>	<b>15,91</b>	<b>2,2</b>	<b>15,95</b>	<b>0,3</b>	<b>16,50</b>	<b>3,5</b>	<b>17,12</b>	<b>3,8</b>	<b>17,08</b>	<b>-0,2</b>
Publicité commerciale	3,30	5,52	2,5	4,96	-10,0	5,10	2,8	5,50	7,8	5,75	4,6	6,08	5,8
Petites annonces	0,20	0,47	-14,7	0,47	-1,7	0,50	6,4	0,55	8,6	0,49	-10,1	0,52	6,8
<b>Total publicité</b>	<b>3,50</b>	<b>5,99</b>	<b>0,9</b>	<b>5,43</b>	<b>-9,4</b>	<b>5,60</b>	<b>3,1</b>	<b>6,05</b>	<b>7,9</b>	<b>6,24</b>	<b>3,3</b>	<b>6,61</b>	<b>5,8</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>2,18</b>	<b>2,57</b>	<b>4,7</b>	<b>2,52</b>	<b>-1,6</b>	<b>2,55</b>	<b>1,0</b>	<b>2,54</b>	<b>-0,1</b>	<b>2,51</b>	<b>-1,4</b>	<b>2,52</b>	<b>0,6</b>

## PRESSE SPÉCIALISÉE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

Publications à thème principal et dont la teneur des articles est trop technique pour susciter l'intérêt au-delà des professions correspondant aux sujets traités.

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>3,34</b>	<b>6,47</b>	<b>-5,6</b>	<b>6,08</b>	<b>-6,0</b>	<b>6,19</b>	<b>1,7</b>	<b>6,40</b>	<b>3,2</b>	<b>6,57</b>	<b>2,7</b>	<b>6,41</b>	<b>-2,5</b>
Ventes au numéro	0,14	0,31	-4,7	0,29	-5,6	0,32	10,1	0,32	0,2	0,36	13,2	0,36	0,8
Ventes par abonnement	1,26	2,38	1,0	2,50	5,0	2,56	2,1	2,66	3,7	2,76	3,9	2,75	-0,6
<b>Total ventes</b>	<b>1,40</b>	<b>2,69</b>	<b>0,3</b>	<b>2,79</b>	<b>3,8</b>	<b>2,88</b>	<b>2,9</b>	<b>2,98</b>	<b>3,3</b>	<b>3,13</b>	<b>4,9</b>	<b>3,11</b>	<b>-0,4</b>
Publicité commerciale	1,63	3,16	-4,8	2,81	-11,1	2,81	0,0	2,85	1,4	2,90	1,8	2,71	-6,7
Petites annonces	0,31	0,62	-27,5	0,48	-21,9	0,50	3,9	0,57	13,2	0,55	-4,0	0,59	8,3
<b>Total publicité</b>	<b>1,94</b>	<b>3,78</b>	<b>-9,4</b>	<b>3,29</b>	<b>-12,9</b>	<b>3,31</b>	<b>0,6</b>	<b>3,42</b>	<b>3,2</b>	<b>3,45</b>	<b>0,8</b>	<b>3,30</b>	<b>-4,3</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>0,36</b>	<b>0,33</b>	<b>-6,6</b>	<b>0,32</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,32</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,32</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,30</b>	<b>-5,1</b>	<b>0,30</b>	<b>0,3</b>

## PRESSE GRATUITE D'ANNONCES

Publications distribuées gratuitement auprès des particuliers et constituées de petites annonces et de publicité.

	1982	1992	*	1993	*	1994	*	1995	*	1996	*	1997	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>1,34</b>	<b>3,78</b>	<b>2,0</b>	<b>3,73</b>	<b>-1,3</b>	<b>3,80</b>	<b>2,0</b>	<b>3,91</b>	<b>2,9</b>	<b>3,99</b>	<b>-1,8</b>	<b>4,08</b>	<b>2,3</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>1,51</b>	<b>1,71</b>	<b>2,8</b>	<b>1,77</b>	<b>3,4</b>	<b>1,76</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,80</b>	<b>1,8</b>	<b>1,90</b>	<b>5,9</b>	<b>1,86</b>	<b>-2,1</b>

(1) En milliards de Francs

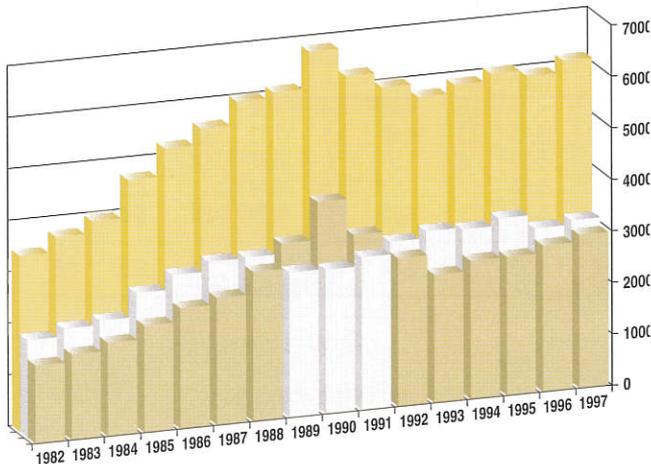
(2) En milliards d'exemplaires

\* en % : année n/n-1

(P) Résultat provisoire

# 3 POUR QUELQUES FAMILLES DE PRESSE

## QUOTIDIENS NATIONAUX D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE



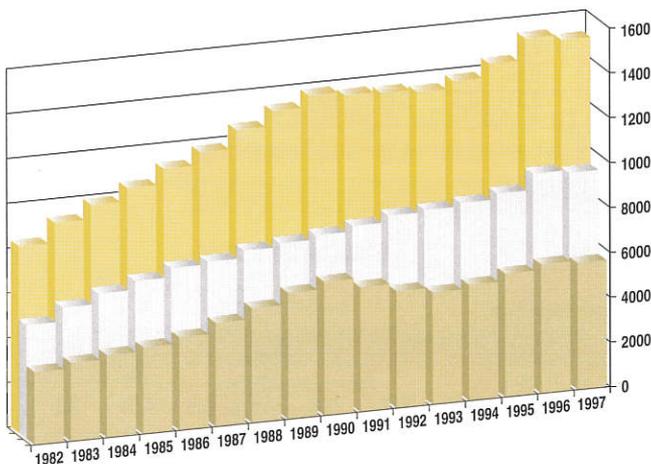
	1982	1995 *	1996 *	1997 *
<b>Chiffre d'affaires presse (1)</b>	3415	6022	5905 (P)	6127 (P)
Ventes au numéro	1570	2585	2247	2307
Ventes par abonnement	324	743	811	838
<b>Total ventes</b>	1894	3328	3058	3145
Publicité commerciale	889	2040	2116	2192
Petites annonces	632	655	731	790
<b>Total publicité</b>	1521	2694	2847	2982
<b>Tirage total annuel (2)</b>	846	766	652	648

■ Total  
■ Ventes  
■ Publicité

(1) En millions de Francs  
 (2) En millions d'exemplaires

\* en % : année n/n-1  
 (P) Résultat provisoire

## QUOTIDIENS LOCAUX D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE



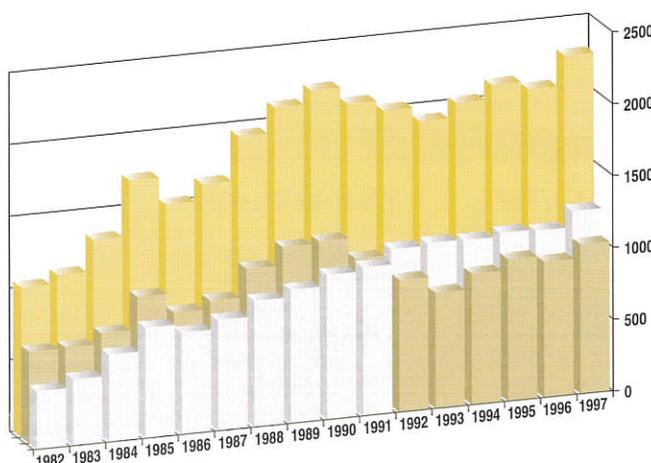
	1982	1995 *	1996 *	1997 *
<b>Chiffre d'affaires presse (1)</b>	8335	14327	15307 (P)	15071 (P)
Ventes au numéro	4050	6676	7094	6833
Ventes par abonnement	1036	2141	2449	2576
<b>Total ventes</b>	5086	8816	9543	9408
Publicité commerciale	2507	4231	4512	4279
Petites annonces	742	1280	1251	1384
<b>Total publicité</b>	3249	5511	5764	5662
<b>Tirage total annuel (2)</b>	2476	2304	2404	2327

■ Total  
■ Ventes  
■ Publicité

(1) En millions de Francs  
 (2) En millions d'exemplaires

\* en % : année n/n-1  
 (P) Résultat provisoire

## MAGAZINES D'INFORMATIONS



	1982	1995 *	1996 *	1997 *
<b>Chiffre d'affaires presse (1)</b>	1043	2119	2066 (P)	2273 (P)
Ventes au numéro	196	512	498	556
Ventes par abonnement	209	618	622	666
<b>Total ventes</b>	405	1130	1120	1232
Publicité commerciale	493	818	767	796
Petites annonces	145	171	179	244
<b>Total publicité</b>	638	988	946	1041
<b>Tirage total annuel (2)</b>	84	93	102	99

■ Total  
■ Ventes  
■ Publicité

(1) En millions de Francs  
 (2) En millions d'exemplaires

\* en % : année n/n-1  
 (P) Résultat provisoire

## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DES EFFECTIFS

	Information générale & politique nationale	Information générale & politique locale	Information spécialisée grand public	Information spécialisée technique & pro.	Journaux gratuits d'annonces	Ensemble Presse
<b>Évolutions (1)</b>						
Chiffre d'affaires total	4,4%	-0,1%	7,7%	4,1%	2,0%	3,8%
dont						
Hors presse	16,4%	-4,9%	-18,0%	7,3%	-11,3%	-3,6%
Presse	3,6%	0,2%	11,3%	2,8%	2,7%	4,7%
<b>Répartition (1)</b>						
Chiffre d'affaires total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Hors presse	9,7%	4,5%	9,4%	30,4%	4,3%	7,1%
Presse	90,3%	95,5%	90,6%	69,6%	95,7%	92,9%
Proportion de journalistes dans les effectifs	45,2%	25,1%	33,8%	26,8%	5,4%	27,7%
Taux de couverture de l'enquête	85,9%	91,0%	73,9%	67,9%	81,1%	80,5%

(1) Calcul sur un sous-ensemble de l'échantillon (Taux de couverture : 58%)

## PROPORTION DE JOURNALISTES DANS LES EFFECTIFS PAR TRANCHES D'EFFECTIFS DES ENTREPRISES HORS "JOURNAUX GRATUITS D'ANNONCES"

Plus de 500 salariés	30,0%
de 100 à 499 salariés	29,6%
de 20 à 99 salariés	35,8%
Moins de 20 salariés	36,3%
<b>Ensemble</b>	<b>30,4%</b>

## INDICE DES PRIX A LA CONSOMMATION

	1982	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1996
Journaux - Quotidiens	66,7	100,0	105,6	110,7	113,4	114,7	118,0	122,2	124,0
Revues - Magazines	61,9	100,0	104,1	107,1	108,3	108,0	108,9	108,6	108,5

## FICHE TECHNIQUE

L'enquête rapide produite par le Service statistique du SJTI repose sur un questionnaire léger adressé à plus de 300 éditeurs de la presse écrite. Visée par le Conseil National de l'Information Statistique, elle est obligatoire et couverte par le secret statistique.

Le questionnaire a été modifié pour l'enquête relative à l'année 1996 : il concerne maintenant l'entreprise dans son ensemble et non plus seulement chaque titre édité.

Les réponses permettent d'effectuer une estimation des principales données de cadrage pour l'ensemble de la presse et ses cinq catégories.

Les questions posées concernent la périodicité et le tirage des publications, le chiffre d'affaires brut total et les effectifs de l'entreprise.

Le chiffre d'affaires brut total est ensuite ventilé selon qu'il concerne la presse ou le hors presse.

Le chiffre d'affaires presse est enfin réparti selon ses principales composantes : recettes de vente des titres, en distinguant ventes au numéro et ventes par abonnement, et recettes de publicité.

### Quelques définitions :

*Chiffre d'affaires total* : ensemble (HT) des recettes de ventes et de publicité, commissions et rémunérations d'intermédiaire incluses.

*Tirage total annuel* : somme, sur l'année civile, des tirages au numéro de l'ensemble des parutions des titres de la catégorie

*Taux de couverture (en%)*: total, en chiffre d'affaires, des réponses à l'enquête rapide, rapporté à celui de l'enquête détaillée exhaustive de l'année précédente.



PREMIER MINISTRE

69, rue de Varenne - 75700 PARIS - Tél. 01 42 75 80 00

*Rédaction* : Cellule statistique presse

*Responsable* : M. Jean-Marie NIVLET

*Contact* : 01 42 75 57 35