

PRESSE & STATISTIQUES

n° 10

BULLETIN REALISE PAR LE BUREAU
DE LA STATISTIQUE DU SERVICE JURIDIQUE
ET TECHNIQUE DE L'INFORMATION

» CHEF DU SERVICE : MARC-ANDRE FEFFER

» SOUS DIRECTEUR DE LA PRESSE ECRITE : MICHEL SUVEG

» RESPONSABLE DE LA STATISTIQUE : BERNARD LAINE

» REDACTION : BERNARD LAINE

PATRICK KIRCHHOFER

» ONT COLLABORE A L'ELABORATION DE CE NUMERO :

HELENE BARBIER

MARTINE BROCHOT

MARIE-ANNE GRAVET

SOPHIE PAUCHARD

BRIGITTE VINSON

SOURCE ICONOGRAPHIQUE : PHOTOTHEQUE

DOCUMENTATION FRANCAISE

→ REPRODUCTION AUTORISEE SOUS RESERVE
D'INDICATION DE LA SOURCE

» PHOTO DE COUVERTURE : BIBLIOTHEQUE NATIONALE

○	AVANT PROPOS	P. 2
○	PRESENTATION	P. 3
○	TERMINOLOGIE	P. 5
○	RECAPITULATIF PRESSE EDATEUR 1983	P. 7
○	DENOMBREMENT DES TITRES	P. 11
	PAR PERIODICITE	
	PAR SUJET PRINCIPAL	
○	TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE	P. 25
	CONSUMMATION DE PAPIER	
	TIRAGE ET DIFFUSION	P. 26
	CONSUMMATION DE PAPIER	P. 46
○	CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE	P. 51
	PRESSE NATIONALE	
	PRESSE LOCALE	
	PERIODIQUES SPECIALISES	
○	ANNEXE	P. 77
	A PRESSE QUOTIDIENNE, PRESSE HEBDOMADAIRE	
	[Couverture géographique]	
	B PRESSE QUOTIDIENNE [TIRAGE 1945 - 1983]	
	C PRESSE QUOTIDIENNE DE PROVINCE	
	[Analyse statistique par tranche de tirage]	
	D MAGAZINES D'INFORMATION	
	E PRESSE TELEVISION	
	F PRESSE MEDICALE GENERALISTE	
	G ENQUETE ANNUELLE D'ENTREPRISE [N.A.P. 5120]	
	NOMENCLATURE DE CLASSEMENT DE LA PRESSE	

Le Service Juridique et Technique de l'Information établit chaque année les séries statistiques relatives aux publications périodiques éditées en France depuis l'année 1958.

Ces chiffres ont été publiés, sous forme d'extraits de 1958 à 1961 puis de manière complète de 1962 à 1971 sous forme de feuillets ronéotés.

A compter de l'année 1972 et, excepté pour l'année 1980 ces chiffres ont été publiés dans les 9 éditions précédentes du présent bulletin. Le bulletin n° 1 paru en 1974 inclut, par ailleurs, un récapitulatif des principales données chiffrées portant sur les années 1965 à 1971. Les chiffres du bulletin "PRESSE ET STATISTIQUES" sont publiés, depuis la parution de la 8ème édition, sur une base méthodologique renouvelée. La nomenclature de classement par sujet des publications périodiques qui constitue l'apport essentiel de cette rénovation figure à la dernière page du bulletin.

Cette 10ème édition du bulletin présente, comme l'édition précédente, des séries chiffrées classées à la fois par catégorie de périodiques (définies selon le sujet ou contenu principal de chaque périodique) et par périodicité de parution.

La présentation chiffrée concernant les périodiques spécialisés "professionnels" a pu être améliorée et inclut cette année des rubriques plus détaillées.

Enfin, le présent bulletin reprend les séries chronologiques concernant la presse radio-télévision et la presse féminine publiées en annexe à la 9ème édition et les complète des chiffres de l'année 1983 ; il comprend en outre une nouvelle annexe concernant les chiffres de la presse médicale de 1972 à 1983 et de nouvelles données sur la couverture géographique de la presse hebdomadaire de province.

Quelques développements préliminaires intéressant la présentation et le contenu du bulletin PRESSE ET STATISTIQUES N° 10 sont utiles à sa compréhension. De même, les éléments de terminologie concernant les principales variables étudiées pour chaque catégorie de sujet et de périodicité doivent faciliter la lecture du bulletin.

Le Service Juridique et Technique de l'Information s'efforce de publier le résultat de ses études et travaux statistiques en illustrant les tableaux chiffrés de nouvelles formes de représentation graphique destinées à faciliter la lecture de l'ensemble de l'ouvrage.

Pour ce qui concerne le classement des chiffres, cet effort de clarification s'accompagne, pour la troisième année consécutive, d'une volonté de normalisation des types de tableaux.

Reprenant pour l'essentiel ceux du bulletin précédent, les développements qui suivent concernent successivement le choix du mode de présentation des résultats au sein de chaque chapitre, la définition des catégories de périodicité de parution et celle des unités de chiffrage.

I - UN CHAPITRE PAR VARIABLE OBSERVEE

Ce mode de présentation offre l'avantage sur le classement par forme de périodiques, c'est-à-dire par type de sujet, de réduire le nombre des répétitions.

Un mode de classement premier d'après les périodicités de parution susciterait un nombre excessif de redites puisqu'il existe des formes particulières de périodiques, propres à chaque périodicité de parution - quotidienne, hebdomadaire, mensuelle et autre -, d'une part, dans la presse de province et, d'autre part, dans la presse parisienne.

Les variables ayant fait l'objet d'une exploitation statistique pour l'année 1983 sont le dénombrement de la population, le tirage et la diffusion, les chiffres d'affaires de vente et de publicité, les éléments constitutifs du prix de revient des publications - frais d'achat de papier, frais d'impression, frais de rédaction, autres frais. Leur définition figure sous la rubrique "Terminologie".

Ces différents aspects de l'activité de la presse sont traités dans les quatre principaux chapitres du bulletin.

II - DES RUBRIQUES DETAILLEES PAR PERIODICITE ET PAR SUJET

Le premier chapitre présente la synthèse chiffrée des observations statistiques de l'année 1983.

Le deuxième chapitre offre une vue d'ensemble de la population statistique, en 1983, pour chaque segment ou rubrique de la nomenclature encartée dans le bulletin, et par catégories de périodicité.

Pour les chapitre 3 et 4, un tableau chiffré récapitulatif précède la description détaillée donnée pour chacun des ensembles :

PRESSE NATIONALE
PRESSE DE PROVINCE
PUBLICATIONS SPECIALISEES "GRAND PUBLIC"
PUBLICATIONS PROFESSIONNELLES

Dans ces deux chapitres, presse nationale et presse de province sont présentées, pour ce qui concerne les quotidiens et les hebdomadaires, sous forme de séries chronologiques (1982, 1983). Les chiffres de 1983 sont ensuite intégrés dans des tableaux reprenant, d'une part, le détail par périodicité de parution, et, d'autre part, le détail par catégorie de sujet principal.

Les périodiques spécialisés, qu'il s'agisse de publications destinées au grand public ou de publications techniques professionnelles, sont traités par catégorie de sujet principal (toutes

périodicités confondues) puis détaillés selon les catégories de périodicité de parution les plus fréquentes : "Hebdomadaire", "Mensuelle" et "Trimestrielle".

III - DEFINITION DES CATEGORIES DE PERIODICITE DE PARUTION

QUOTIDIENS : Publications paraissant de 5 à 6 fois par semaine, réparties, si nécessaire, en quotidiens du matin, quotidiens du soir, et journaux du 7ème jour. L'édition dite du 7ème jour est assimilée à cette catégorie.

HEBDOMADAIRES : Publications paraissant de 3 à 12 fois par mois. Cette catégorie regroupe les "Tri- et bi-hebdomadaires", les "hebdomadaires", et les "tri-mensuels".

MENSUELS : Publications paraissant 1 ou 2 fois par mois. Cette catégorie regroupe les "mensuels" et les "bi-mensuels".

TRIMESTRIELS : Publications paraissant 2 ou 3 fois par semestre, c'est-à-dire trimestrielles ou bimestrielles.

AUTRES : Publications semestrielles, saisonnières, annuelles ou irrégulières.

IV - LES UNITES DE CHIFFRAGE

Dans chaque tableau l'indication de l'unité de chiffrage figure soit, dans la partie supérieure soit, dans l'encadré de désignation des colonnes de chiffres ; les volumes de tirage sont toujours fournis en milliers d'exemplaires. L'emploi d'une position décimale a été limité aux calculs des tirages moyens par titre et des pourcentages moyens de diffusion et pour les seules catégories de périodiques qui justifiaient une telle précision de calcul.

Les données en valeur sont exprimées en francs de l'année concernée (1).

Dans le présent bulletin, toutes les évolutions en francs constants peuvent, le cas échéant, être calculées en utilisant les indices annuels de prix à la consommation publiés par l'INSEE soit 318,7 pour 1982 et 349,3 pour 1983 (base 100 en 1970).

(1) Excepté dans les études annexées qui incluent des chiffrages en francs constants - 1982.

(Les moyennes arithmétiques calculées en valeur absolue ou relative -pourcentage-, résultent d'observations annuelles).

TIRAGE DES PUBLICATIONS PERIODIQUES

TIRAGE AU NUMERO (OU TIRAGE NOMINAL) : (d'un titre concerné)

o Nombre d'exemplaires tirés d'un numéro donné du titre concerné.

TIRAGE MOYEN AU NUMERO : (d'un titre donné)

o Moyenne arithmétique des tirages au numéro du titre concerné sur une période de temps déterminée (l'année pour ce qui concerne les chiffres issus de l'enquête).

TIRAGE ANNUEL : (d'un titre donné)

o Désigne la somme des tirages au numéro de l'ensemble des parutions d'une année civile déterminée.

TIRAGE TOTAL AU NUMERO : (d'une catégorie de publications ou de périodicité donnée)

o Somme des tirages moyens au numéro des titres appartenant à la catégorie étudiée.

TIRAGE MOYEN PAR TITRE : (d'une catégorie de publications ou de périodicité donnée)

o Moyenne arithmétique des tirages moyens au numéro des titres appartenant à la catégorie de publications ou de périodicité étudiée.

TIRAGE TOTAL ANNUEL : (d'une catégorie de publications ou de périodicité donnée)

o Désigne la somme des tirages annuels des titres appartenant à la catégorie de publications ou de périodicité étudiée.

DIFFUSION DES PUBLICATIONS PERIODIQUES

(Les pourcentages **moyens** de diffusion de chaque type sont calculés pour toute catégorie de publication ou de périodicité).

POURCENTAGE MOYEN DE VENTE AU NUMERO (1) :

o Désigne le rapport (exprimé pour 100 exemplaires) du nombre d'exemplaires vendus au numéro au tirage total annuel de la catégorie étudiée.

POURCENTAGE MOYEN DE VENTE PAR ABONNEMENT (1) :

o Désigne le rapport (exprimé pour 100 exemplaires) du nombre d'exemplaires vendus par abonnement au tirage total annuel de la catégorie étudiée.

POURCENTAGE MOYEN DE SERVICE GRATUIT (OU DIFFUSION NON PAYEE) :

o Désigne le rapport (exprimé pour 100 exemplaires) du nombre d'exemplaires distribués gratuitement au tirage total annuel de la catégorie étudiée.

(1) Vente au numéro et vente par abonnement constituent la diffusion payée.

POURCENTAGE MOYEN DE DIFFUSION TOTALE (1) :

o Désigne le rapport (exprimé pour 100 exemplaires) du nombre d'exemplaires mis en distribution payante ou non au tirage total annuel de la catégorie étudiée.

PRODUITS ANNUELS D'EXPLOITATION :

RECETTES DE VENTE : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de recettes de vente (au numéro et par abonnement), recettes **incluant** les **commissions** à la distribution et aux agents de la vente et exprimée "Hors-TVA".

RECETTES DE PUBLICITE : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de recettes de publicité **incluant** les **commissions** et rémunérations d'intermédiaires et exprimée "Hors-TVA".

CHARGES ANNUELLES D'EXPLOITATION : (éléments du prix de revient)

FRAIS D'ACHAT DE PAPIER : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de frais ("Hors-TVA") d'achat de papier utilisé pour l'impression des publications de la catégorie et exprimée en pourcentage du total des charges.

FRAIS D'IMPRESSION : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de frais ("Hors-TVA") de composition, clicherie, tirage, brochage des publications de la catégorie (frais de main d'oeuvre inclus) et exprimée en pourcentage du total des charges.

FRAIS DE REDACTION : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de salaires de rédaction et des piges (travaux extérieurs et cotisations sociales inclus) engagés pour la rédaction des publications de la catégorie et exprimée en pourcentage du total des charges.

AUTRES FRAIS : (d'une catégorie de publication donnée)

o Somme, pour la catégorie, des déclarations de frais ("Hors-TVA") de distribution, de commissions d'abonnement, de commissions sur publicité, de frais de promotion, engagés pour la commercialisation des publications de la catégorie et exprimée en pourcentage du total des charges.

(1) Le pourcentage est égal à la somme des trois précédents.

■ ■ ■ RECAPITULATIF PRESSE EDETEUR 1983

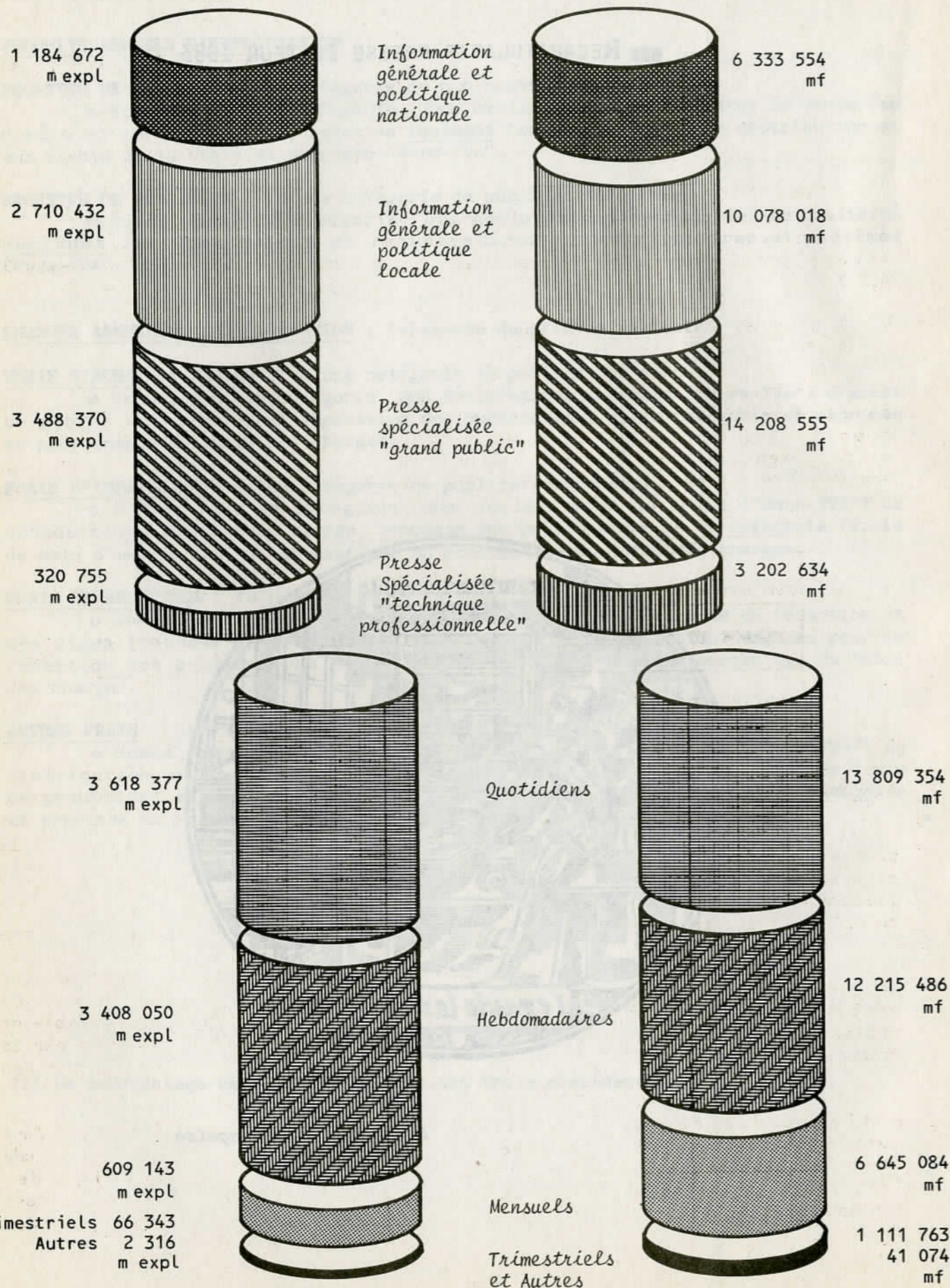


Documentation Française

» TIRAGE TOTAL ANNUEL
milliers d'exemplaires

1983

» CHIFFRE D'AFFAIRES
milliers de francs



» RECAPITULATIF PRESSE EDITEUR 1983

(TIRAGE - CHIFFRE D'AFFAIRES)

Le chiffre d'affaires de la presse éditeur en 1983 a diminué de 6,5 % en francs constants alors que le tirage total annuel régressait de 4,0 %.

I - TIRAGE ET CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE DE SUJET

Le tirage total annuel et le chiffre d'affaires (hors-TVA et commissions incluses) ont évolué différemment en 1983 pour les quatre ensembles de titres suivants :

N : Presse d'information générale et politique nationale

L : Presse d'information générale et politique locale

K : Presse spécialisée destinée au grand public

T : Presse spécialisée destinée aux professionnels

L'évolution de ces deux variables est présentée sur le tableau suivant.

ENSEMBLE DE TITRES	N	L	K	T
EVOLUTION 1982-1983				
TIRAGE TOTAL ANNUEL	- 2,4 %	- 1,2 %	- 5,6 %	- 10,1 %
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL (FRANCS CONSTANTS)	- 2,8 %	- 5,3 %	- 6,2 %	- 13,5 %

1. PRESSE NATIONALE

Le tirage total annuel de la presse nationale d'information générale et politique se chiffre en 1983 à 1,18 milliards d'exemplaires, en diminution de 2,4 % sur le tirage de l'année 1982.

Cette baisse est imputable à la baisse du nombre des mensuels d'opinion dont certains ont été l'objet d'un reclassement au sein des titres de la presse de groupements.

Le tirage annuel des quotidiens nationaux et des hebdomadaires nationaux s'est en fait stabilisé en 1983 au niveau atteint en 1982 (cf. respectivement tableaux 2 et 3, tableaux 4 et 5, pages 30 à 33).

2. PRESSE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE

Le tirage total annuel de la presse régionale et départementale baisse en 1983 de 1,2 point.

Le tableau 8 laisse apparaître une augmentation du tirage des quotidiens régionaux et départementaux de 1,35 % sur la même année. La diminution constatée sur l'ensemble de la presse régionale s'explique par la baisse du tirage des hebdomadaires locaux (cf. tableau 9).

L'évolution du chiffre d'affaires (- 5,3 %) traduit aussi une augmentation des recettes des quotidiens (cf. tableau 21) compensée par une baisse plus importante des recettes des hebdomadaires.

3. PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"

La baisse du tirage annuel pour ces périodiques s'explique par la cessation de parution en 1983 de nombreux magazines (7 % de l'effectif). La faible hausse du chiffre d'affaires résulte principalement de l'importante baisse des recettes publicitaires des magazines grand public en 1983.

4. PERIODIQUES SPECIALISES "TECHNIQUES PROFESSIONNELS"

Le tirage et le chiffre d'affaires de cette catégorie de périodiques ont diminué en 1983. Ces évolutions constituent un renversement de tendance très net par rapport à l'année précédente. La baisse du tirage annuel résulte à la fois de la disparition de certaines revues professionnelles et de la baisse du tirage moyen par parution de l'ensemble des titres de cette catégorie.

II - TIRAGE ET CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE DE PERIODICITE

Les 136 quotidiens dénombrés en 1983 (5 % de l'effectif) représentaient 47 % du tirage annuel de la presse éditeur et 41 % de son chiffre d'affaires.

Les 916 publications hebdomadaires (32 % de l'effectif) représentaient respectivement 44 % du tirage annuel et 36 % du chiffre d'affaires.

La périodicité de parution mensuelle (1 177 titres, soit 41 % de l'effectif) est la plus fréquente au sein de la presse éditeur. Ces titres mensuels ne tirent que 8 % du total du tirage mais représentent néanmoins 20 % du chiffre d'affaires.

CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL RAPPORTE AU TIRAGE TOTAL ANNUEL

- RECAPITULATIF PRESSE EDITEUR 1983 -

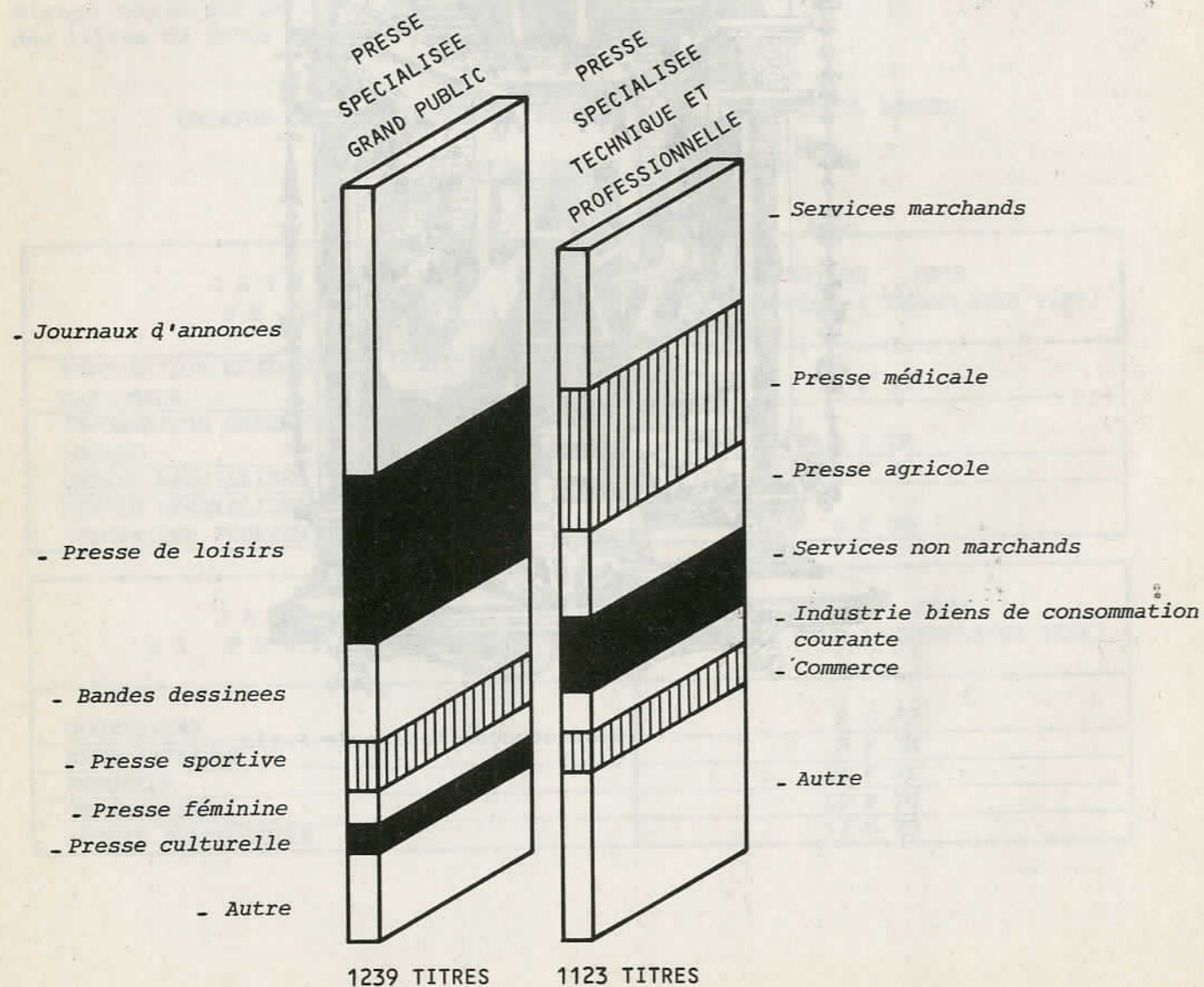
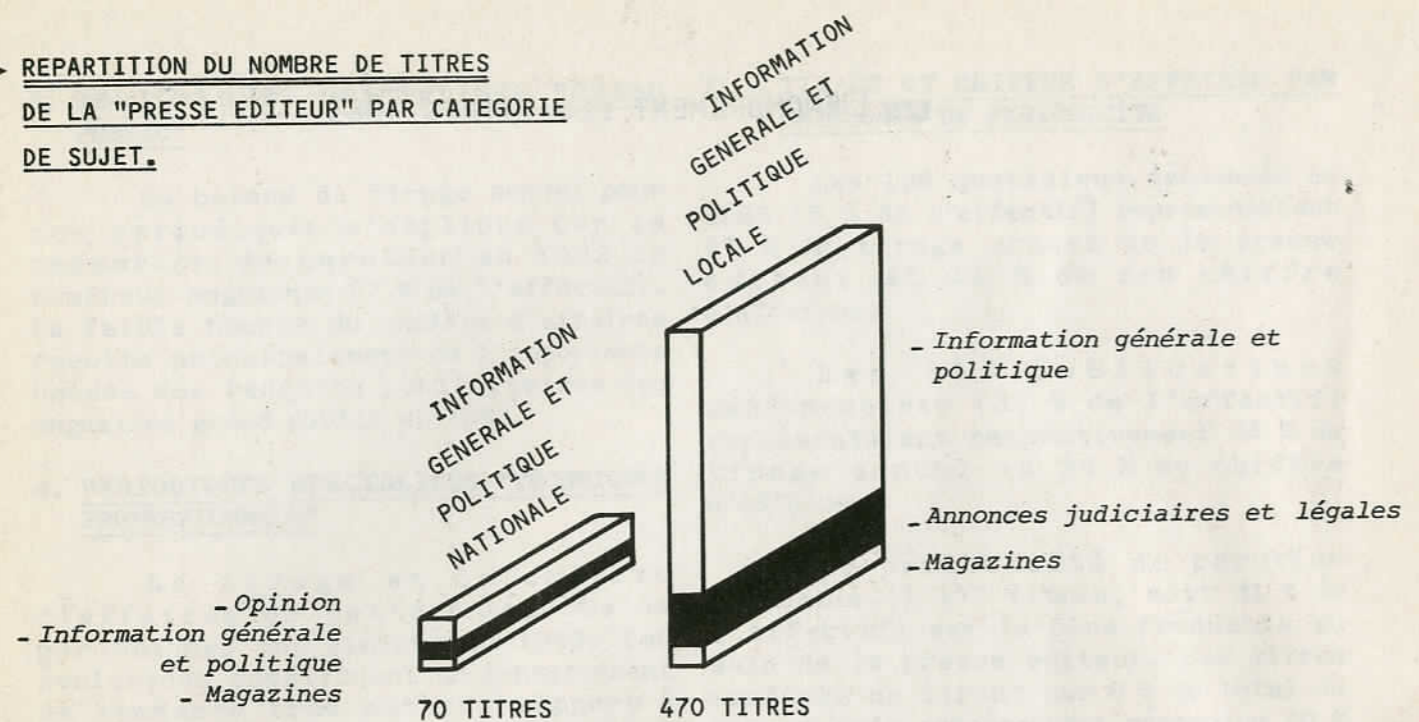
CATEGORIE DE SUJET	RATIOS 1983 (CALCULÉS POUR 1 EXEMPLAIRE TIRE)
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE	5 F 35
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE	3 F 72
PRESSE SPECIALISEE "GRAND PUBLIC"	4 F 07
PRESSE SPECIALISEE "TECHNIQUE PROFESSIONNELLE"	9 F 98

CATEGORIE DE PERIODICITE	RATIOS 1983 (CALCULÉS POUR 1 EXEMPLAIRE TIRE)
QUOTIDIENS	3 F 82
HEBDOMADAIRES	3 F 58
MENSUELS	10 F 91
TRIMESTRIELS	16 F 76
AUTRES PERIODICITE	17 F 73



Bibliothèque Nationale Paris

► REPARTITION DU NOMBRE DE TITRES
DE LA "PRESSE EDATEUR" PAR CATEGORIE
DE SUJET.



➔ DENOMBREMENT DES TITRES 1983

Le dénombrement des titres ayant paru au moins une fois au cours de l'année 1983 a abouti à l'identification de 2 902 titres distincts pour la presse éditeur contre 3 146 en 1982. Ce dénombrement exclut comme chaque année les différentes éditions locales d'un même titre, les suppléments magazines, les numéros hors-série (1).

La catégorie des périodiques d'information générale et politique locale est caractérisée par le nombre élevé des hebdomadaires locaux (332 titres recensés).

La faible proportion des magazines hebdomadaires spécialisés destinés au grand public et la forte proportion des magazines trimestriels constituent une caractéristique singulière du marché français des périodiques.

Pour chacun des 4 ensembles de périodiques, la répartition par sujet principal et par périodicité est fournie dans les tableaux ci-après.

Les 2 902 titres se répartissent en 136 quotidiens (2), 916 hebdomadaires, 1 177 mensuels, 611 trimestriels et 32 titres paraissant moins d'une fois par trimestre.

A l'inverse, le partage des périodicités au sein de la presse technique et professionnelle avec forte prédominance des mensuels et trimestriels est plus conforme à la nature du contenu de ces périodiques.

Parmi les 70 titres de la presse d'information générale et politique nationale, les 11 quotidiens nationaux et les 33 hebdomadaires représentent la quasi totalité du tirage et du chiffre d'affaires de la catégorie (cf. Tableaux 6 et 23).

(1) Les tirages et chiffres d'affaires afférents à ces publications sont néanmoins inclus dans les tableaux statistiques correspondants.

(2) Dont 26 titres paraissant uniquement le 7^{ème} jour de la semaine.

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE (1)
---------------------------------	--------------------	---

▲ PRESSE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE : 16 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
FRANCE-SOIR, LIBERATION ...	16	11	3	2		

OPINION : 42 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* POLITIQUE LUTTE OUVRIERE ...	23		11	7	5	
* SATIRIQUE LE CANARD ENCHAINE ...	5		3		2	
* RELIGIEUSE ET AUTRES REFORME ...	14		6	8		

MAGAZINES D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE : 12 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* MAGAZINES D'INFORMATION LE POINT ...	5		5			
* MAGAZINES D'INFORMATIONS ILLUSTRÉS V.S.D ...	7		5	2		

- (1) TOTAL : Ensemble des titres de la catégorie
 dont
 QUOT. : Quotidiens
 HEBDO. : Hebdomadaires
 MENS. : Mensuels
 TRIM. : Trimestriels
 AUTRE : Autres périodicités (annuel, saisonniers etc...)

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE
---------------------------------	--------------------	---

▲ PRESSE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE - OPINION : 373 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
LE TELEGRAMME DE BREST ET DE L'OUEST ...	373	80				
LES DERNIERES NOUVELLES DU LUNDI ... (1)		26				
LE PAYS ROANNAIS ...			258	9		

MAGAZINES REGIONAUX : 25 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
PERIGORD MAGAZINE ...	25		2	18	5	

ANNONCES JUDICIAIRES ET LEGALES : 72 TITRES	TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
L'INDICATEUR DES FLANDRES ET DE LA VALLEE DE LA LYS ...	72		72			

- (1) JOURNAL DU 7^{ème} JOUR

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
---------------------------------	--------------------	---	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE "GRAND PUBLIC"

PRESSE T.V. SPECTACLES : 32 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* T.V. RADIO	TELE STAR ...	15		15			
* SPECTACLE	L'OFFICIEL DES SPECTACLES ...	17		9	8		

BANDE DESSINEE : 151 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* ADULTE	CHARLIE MENSUEL ...	15			14	1	
* ENFANT ADOLESCENT	NOUVEAU PIF, STRANGE ...	136		4	55	74	3

PRESSE DE MAISON ET DECORATION : 22 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* JARDIN	RUSTICA ...	5			4	1	
* MAISON	MAISON INDIVIDUELLE ...	17		1	7	9	

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
---------------------------------	--------------------	---	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE "GRAND PUBLIC"

PRESSE FAMILIALE ET SOCIALE : 33 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LE PARTICULIER ...	33		3	25	5	

PRESSE A SENSATION : 19 TITRES (Périodiques pornographiques non compris)		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* TOUT PUBLIC	ACTUEL, ICI-PARIS ...	12		7	3	2	
* SCIENCES OCCULTES	VOUS ET VOTRE AVENIR ...	7			6	1	

PRESSE MASCULINE : 11 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	NEWLOOK ...	11		1	9	1	

PRESSE FEMININE ET PRESSE DU COEUR : 49 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* MODE	JARDIN DES MODES ...	14		3	8	2	1
* ARTS MENAGERS	TOUS LES OUVRAGES ...	13		2	7	4	
* AUTRE	VOTRE BEAUTE, VOTRE SANTE, NOUS DEUX ...	22		8	14		

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
---------------------------------	--------------------	---	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE "GRAND PUBLIC"

PRESSE DES JEUNES : 20 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* ENFANT	TOBOGGAN MAGAZINE ...	9		2	5	2	
* ADOLESCENT	MAG'JEUNES ...	8		2	6		
* AUTRE	L'ETUDIANT ...	3			2	1	

PRESSE CULTURELLE : 48 TITRES

* (non détaillé)	LA QUINZAINE LITTERAIRE, L'ART VIVANT ...	48			30	17	1
------------------	--	----	--	--	----	----	---

PRESSE DES LOISIRS : 267 TITRES

* PHOTO, CINEMA, VIDEO	STARFIX, PHOTO REPORTER ...	29			24	5	
* TOURISME ET VOYAGE	CAMPING-CAR ...	15			9	5	1
* SON, HI-FI, MUSIQUE	LE MONDE DE LA MUSIQUE ...	22			19	3	
* GASTRONOMIE	CUISINE ET VINS DE FRANCE ...	4			2	2	
* BRICOLAGE, MODELISME	RADIO COMMANDE MAGAZINE ...	24			21	3	
* MOTS CROISES	COGITO ...	101		1	47	53	
* AUTRES CATEGORIES (non détaillées)	LA PECHE ET LES POISSONS, L'ORDINATEUR INDIVIDUEL ...	72		2	50	19	1

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
---------------------------------	--------------------	---	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE "GRAND PUBLIC"

PRESSE ECONOMIQUE : 17 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	L'EXPANSION ...	17	2	5	7	3	

PRESSE SPORTIVE : 78 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* SPORT MECANIQUE	AUTO-HEBDO ...	16		2	12	2	
* SPORT BALLON	MONDIAL, ONZE ...	12		4	7		1
* HIPPISE	CHEVAL MAGAZINE ...	18	2	8	7	1	
* AUTRE	VELO ...	32	1	2	23	5	1

PRESSE DE VULGARISATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE : 12 TITRES

* (non détaillé)	SCIENCES ET AVENIR ...	12			10	2	
------------------	------------------------	----	--	--	----	---	--

JOURNAUX D'ANNONCES : 473 TITRES

* JOURNAUX "GRATUITS"	LE 83, RENNES ANNONCES ...	443		323	116	3	1
* ANNONCES VENDUES AU NUMERO	L'INDICATEUR BERTRAND ...	30		8	14	6	2

DIVERS : 7 TITRES

* (non détaillé)	REVUE CHIENS 2000 ...	7			6	1	
------------------	-----------------------	---	--	--	---	---	--

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE
---------------------------------	--------------------	---

▲ PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE : 137 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE	TERRES D'ARIEGE, LA NOSELLE AGRICOLE ...	92		51	39	2	
* CULTURE SPECIALISEE	AGROMAIS ...	17	1	1	10	5	
* ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	L'ELEVAGE BOVIN ...	23		1	17	4	1
* AUTRE	LE MARIN ...	5		1	2	2	

INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE : 44 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LE LAIT ...	44	2	7	29	6	

PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE : 20 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PRODUCTION DE PETROLE ET DE GAZ NATUREL	FORAGES ...	10	1		5	4	
* PRODUCTION ET DISTRIBUTION ELECTRICITE GAZ ET EAU	REVUE GENERALE NUCLEAIRE ...	4			3	1	
* AUTRE	LA REVUE DE L'ENERGIE ...	6		1	5		

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE
---------------------------------	--------------------	---

▲ PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

LOCATION ET CREDIT BAIL IMMOBILIER : 13 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER ...	13			8	5	

INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES : 40 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PRODUCTION DE MINERAUX, METAUX FERREUX ET NON FERREUX	GALVANO-ORGANO ...	12			9	3	
* PRODUCTION DE MATERIAUX DE CONSTRUCTION ET CERAMIQUE	LE MAUSOLEE ...	7			4	3	
* INDUSTRIE DU VERRE	L'OPTOMETRIE ...	3			2	1	
* CHIMIE DE BASE	ANNALES DE CHIMIE ...	9		2	5	2	
* INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	REVUE A.T.I.P ...	4			4		
* AUTRE	PLASTIQUES ET ENVIRONNEMENT ...	5			2	3	

INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT : 53 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* CONSTRUCTION MECANIQUE	LE DECOLLETAGE ...	13			8	5	
* CONSTRUCTION ELECTRIQUE, ELECTRONIQUE	ELECTRONIQUE ACTUALITES ...	14		1	7	6	
* CONSTRUCTION AUTOMOBILE ET ASSIMILES	L'ELECTRICITE AUTOMOBILE ...	4			4		
* CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE, ARMEMENT	AVIATION MAGAZINE ...	8		1	4	3	
* AUTRE	LE NOUVEL AUTOMATISME ...	14		1	8	5	

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
------------------------------	--------------------	--	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE : 66 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PARACHIMIE ET INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE	PARFUMS COSMETIQUES ET AROMES ...	4			2	2	
* INDUSTRIE CUIR TEXTILE ET CHAUSSURE	TECHNIQUE CHAUSSURE ...	25		4	9	11	1
* IMPRIMERIE, PRESSE, EDITION	PAPIERS CARTONS FILMS ...	18		2	13	3	
* AUTRE	LA FRANCE HORLOGERE ...	19			10	9	

ASSURANCES : 8 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
	L'ASSURANCE FRANCAISE ...	8		1	6	1	

ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS : 10 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
	FINANCE ...	10	6		2	1	1

INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE : 50 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* TRAVAUX PUBLICS, GROS OEUVRE	CAHIERS TECHNIQUES DU BATIMENT ...	30		4	14	12	
* SECOND OEUVRE	LE JOURNAL DES ELECTRICIENS ...	20			11	9	

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE					
------------------------------	--------------------	--	--	--	--	--	--

▲ PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION : 31 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LE JOURNAL DE LA MARINE MARCHANDE ...	31	1	5	20	3	2

SERVICES NON MARCHANDS : 121 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	ANNALES DE L'INSTITUT HENRI POINCARÉ, ANNALES DE PALEONTOLOGIE ...	79		2	6	60	11
* PEDAGOGIE ET AUTRE (non détaillé)	EASY SPEAKEASY ... L'ELU D'AUJOURD'HUI ...	42		1	25	15	1

COMMERCE : 61 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* COMMERCE ALIMENTAIRE	L'EPICERIE FRANCAISE ...	17		2	13	2	
* COMMERCE NON ALIMENTAIRE	CHAUSSER ...	44		2	32	10	

DEMONBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE
------------------------------	--------------------	--

▲ PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE

SERVICES MARCHANDS : 236 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION	TRAVAIL ET MAITRISE, DICTIONNAIRE PERMANENT FISCAL ...	104	1	11	56	36	
* INFORMATIQUE	DECISION INFORMATIQUE ...	16		3	12	1	
* MANUTENTION, MAINTENANCE, HYGIENE ET SECURITE	MAINTENANCE ...	17			7	10	
* PUBLICITE	PUBLI 10 ...	5		1	2	1	1
* REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	LA REVUE TECHNIQUE CARROSSERIE ...	15		2	8	5	
* HOTELLERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	LA GAZETTE HOTELIERE ...	13		1	9	3	
* AUTRE	FILM ECHANGE ...	66		8	35	23	

PRESSE MEDICALE : 233 TITRES		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* MEDICAL GENERALISTE	LA PRATIQUE MEDICALE ...	49	2	16	23	8	
* MEDICAL SPECIALISTE	JANA, L'HOMÉOPATHIE FRANÇAISE ...	128			42	84	2
* MEDICAL DENTAIRE	LE CHIRURGIEN DENTISTE DE FRANCE ...	11		2	1	8	
* MEDICAL HOSPITALIER	L'HOSPITALISATION NOUVELLE ...	12			8	4	
* PARAMEDICAL	KINESITHERAPIE ACTUALITE ...	10		1	1	8	
* PHARMACEUTIQUE	LES ACTUALITES PHARMACEUTIQUES ...	15		2	9	4	
* VETERINAIRE	L'ACTION VETERINAIRE ...	8		2	3	3	



Cette figure vous montre comment on imprime les planches de taille douce.
 Lancer en est faite d'huile de noix, brulée et de non de bois de vin dont le meilleur vient D'Allemagne. L'imprimeur prend de cette encre avec un tampon de lin ou en creux la planche en peu chaude le tire avec le grain avec d'autre lin et a bas de la nettoyer avec la paume de la main. Ça fait il met cette planche a l'encre sur la table de sa presse adaptée depuis avec de la poudre de papier trempé et repassé. et Couvre cela avec une feuille d'autre papier et d'un ou deux Lances puis en tirant les bois de sa presse il fait passer la table sous la planche entre deux rouleaux fait a leur force par Boiffe a Paris en Liffle du palais lan 1842. avec privilège

Bibliothèque Nationale Paris

Les chiffres de tirage et de diffusion détaillés dans les pages suivantes sont ceux de l'année 1983 ; toutefois, pour la presse d'information générale et politique, certains chiffres concernant les années antérieures sont rappelés à titre d'éléments de comparaison ; il s'agit de l'année 1982 pour la presse parisienne et des années 1981 et 1982 pour la presse de province.

TABLEAU 1

Ce tableau rassemble les données les plus importantes : Le tirage moyen par titre, le tirage annuel et la structure de la diffusion payée.

Les tirages moyens par titre les plus élevés concernent la presse à diffusion nationale : 143 000 exemplaires en moyenne par parution pour la presse d'information générale et politique et 95 000 pour les périodiques spécialisés vendus au grand public.

Les tirages moyens les plus faibles (32 000 pour la presse d'information générale et politique locale et 12 000 pour les publications professionnelles) reflètent la part relative plus faible du lectorat compte tenu de la zone de diffusion concentrée dans le premier cas et de la spécificité du contenu des publications dans le second.

Les tirages totaux annuels des quatre types de presse se répartissent comme suit : 15 %, 35 %, 45 %, 5 %. Ces éléments permettent de situer les ordres de grandeur pour la répartition du tonnage de papier consommé par type de presse.

La répartition de la diffusion payée entre la vente au numéro et l'abonnement fait apparaître la prédominance de la vente au numéro dans toutes les formes de presse destinées au grand public et surtout pour la presse locale.

PRESSE NATIONALE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

TABLEAUX 2 ET 3 QUOTIDIENS NATIONAUX

L'étude comparée de ces tableaux convient à l'analyse de l'évolution de la structure des ventes tant pour les quotidiens d'information générale et politique que pour les quotidiens spécialisés.

Pour les premiers, les chiffres de tirage incluent les résultats des éditions de fin de semaine augmentées des suppléments le cas échéant. Ce mode de chiffrage motive en partie l'amélioration de la vente au numéro des quotidiens du matin. Sur l'ensemble des onze titres d'information générale et politique, le pourcentage de diffusion totale, en progrès d'un point et demi en 1983, s'explique par une meilleure régulation de la vente au numéro si l'on observe la régression de la part des abonnements, notable principalement pour les titres paraissant le matin.

Pour les seconds, la part des ventes au numéro s'est accrue de manière plus nette pour atteindre 54,2 % de la diffusion totale en 1983 contre 52,3 % l'année précédente.

Les rubriques "Invendus" de ces deux tableaux laissent apparaître, entre les deux types de quotidiens, des taux de bouillonnage qui diffèrent de 5 points.

TABLEAUX 4 ET 5 HEBDOMADAIRES NATIONAUX

Les chiffres de ces tableaux concernent, d'une part, les "hebdomadaires politiques nationaux", appellation réservée aux titres consacrant chaque semaine au moins un tiers de leur surface rédactionnelle à l'actualité politique nationale et internationale et, d'autre part, 8 autres titres à diffusion nationale qui donnent d'autres priorités à leur contenu rédactionnel.

Parmi les périodiques du premier groupe, on distingue en 1983, 5 "magazines d'information" (1) et 18 autres hebdomadaires politiques nationaux.

Magazines d'information

L'évolution constatée pour 1983 - baisse de la part des ventes au numéro et légère augmentation de celle des abonnements - confirme la tendance observée sur la série chronologique à 4 titres figurant en annexe (2) qui traduit une inversion lente de la structure des ventes des "magazines d'information" puisque de 1976 à 1983 la part de vente au numéro a perdu 5 points et celle de l'abonnement a gagné 5 points.

o Globalement, les ventes des "magazines d'information" ont dépassé en moyenne chaque semaine d'environ 150 000 exemplaires celles de l'année précédente, soit une progression de l'ordre de 10 % du volume des ventes.

Autres hebdomadaires politiques nationaux

La diminution de la part de la diffusion gratuite (- 1,5 %) exactement compensée par l'augmentation de celle de l'abonnement ne suffit pas à caractériser une évolution significative pour l'ensemble des titres appartenant à cette catégorie ; le volume des ventes, notamment, est resté identique à celui de l'année précédente.

(1) L'appellation "MAGAZINES D'INFORMATION" désigne dans l'ensemble de l'ouvrage les magazines hebdomadaires d'information générale et politique dont la formule s'inspire de celle des magazines américains "TIME" et "NEWSWEEK".

(2) cf. Annexe Magazines d'information, tableau de la répartition de la diffusion (TABLEAU C)

Les ventes de l'ensemble des hebdomadaires d'information générale et politique nationale n'ont que faiblement progressé en 1983, pour se situer chaque semaine environ à 130 000 exemplaires au dessus du niveau des ventes de 1982 soit une progression d'environ 3 %. Cette faible augmentation tient d'une part pour l'essentiel au progrès des ventes des "magazines d'information" qui représentent 25 % des ventes de l'ensemble de ces hebdomadaires et d'autre part à une diminution de celles des autres hebdomadaires politiques nationaux.

Les performances de vente des hebdomadaires en 1983, pour faibles qu'elles soient, dépassent largement celles des quotidiens nationaux d'information générale et politique (cf. Tableau n° 5 bis).

TABLEAUX 6 ET 7 CLASSEMENT PAR PERIODICITE ET SUJET

Le tableau 6 donne le détail du tirage et la structure de la diffusion de la presse nationale d'information générale et politique par périodicité de parution. Il met en évidence le poids de la presse quotidienne et hebdomadaire dont le tirage annuel couvre 99 % de l'ensemble.

On peut aussi noter sur ce tableau les structures de diffusion très différentes des quotidiens et hebdomadaires nationaux. Le pourcentage de vente par abonnement des premiers reste très inférieur à celui des seconds (respectivement 14,8 % et 31,4 %) pour un même pourcentage d'invendus.

Au tableau 7, les journaux et magazines d'information générale et politique, périodiques destinés à un large public, ont un tirage moyen par titre largement supérieur à celui des périodiques d'opinion politique, satirique ou religieux ; ils ont aussi une diffusion payée bien supérieure (environ 80 % du tirage contre 60 % seulement pour les périodiques d'opinion.

① TIRAGE - DIFFUSION

1983

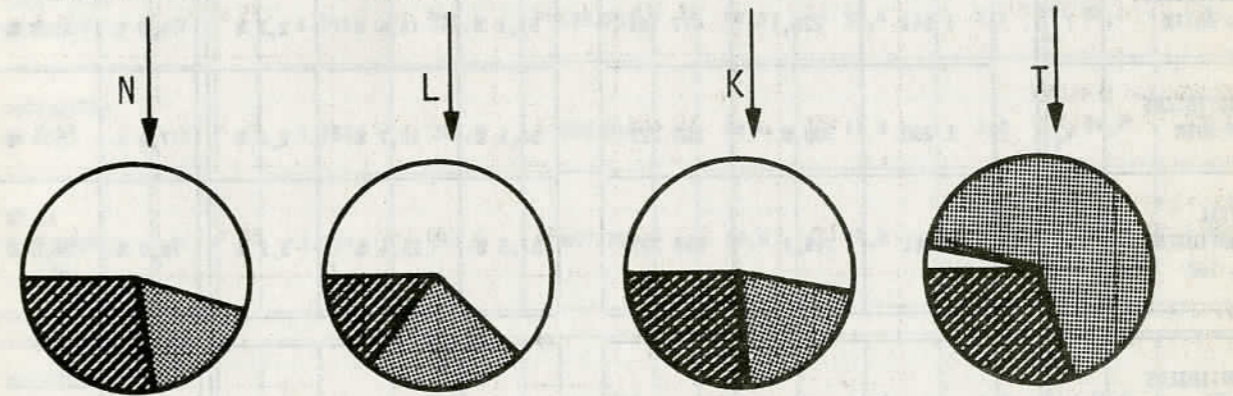
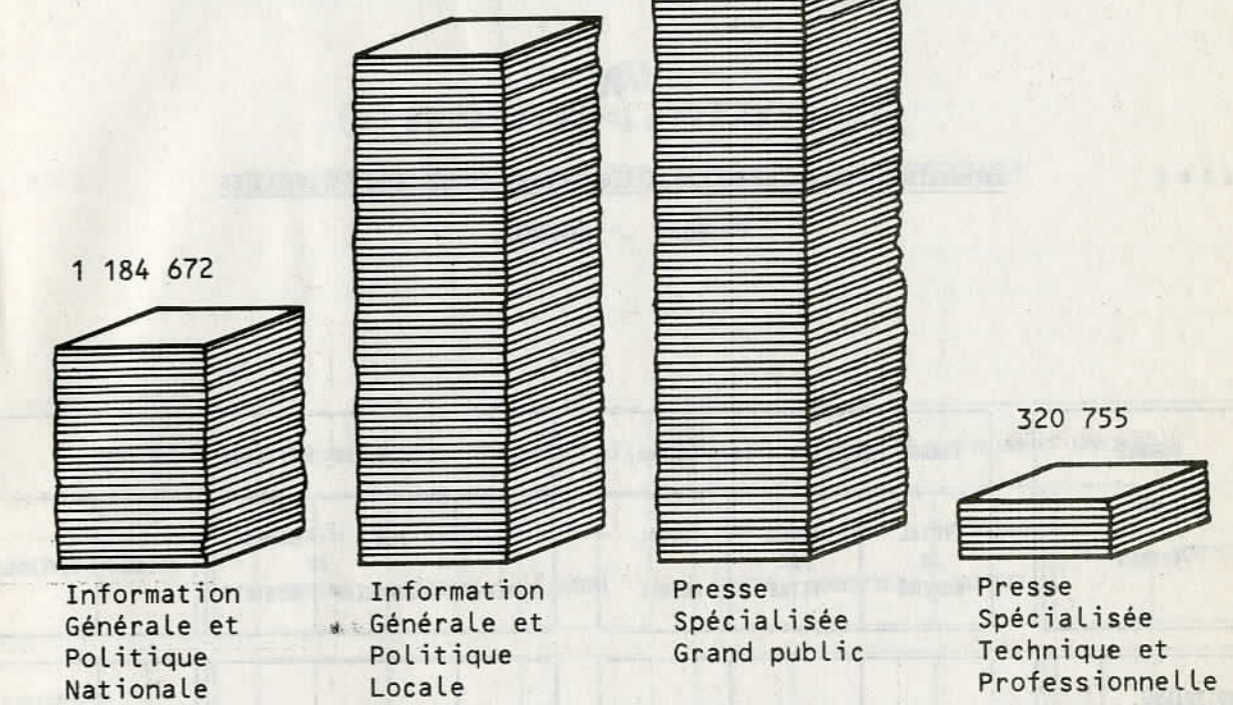
RECAPITULATIF PAR ENSEMBLE DE PRESSE

ENSEMBLE DE PRESSE	NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (1)			% DIFFUSION PAYEE	
		TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE	70	10 019	143	1 184 672	55 %	18 %
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE	470	15 278	32	2 710 432	62 %	23 %
PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"	1 239	117 837	95	3 488 370	56 %	21 %
PERIODIQUES SPECIALISES "PROFESSIONNELS"	1 123	13 577	12	320 755	3 %	67 %
ENSEMBLE	2 902	156 059	N.S.	7 704 229	56 %	23 %

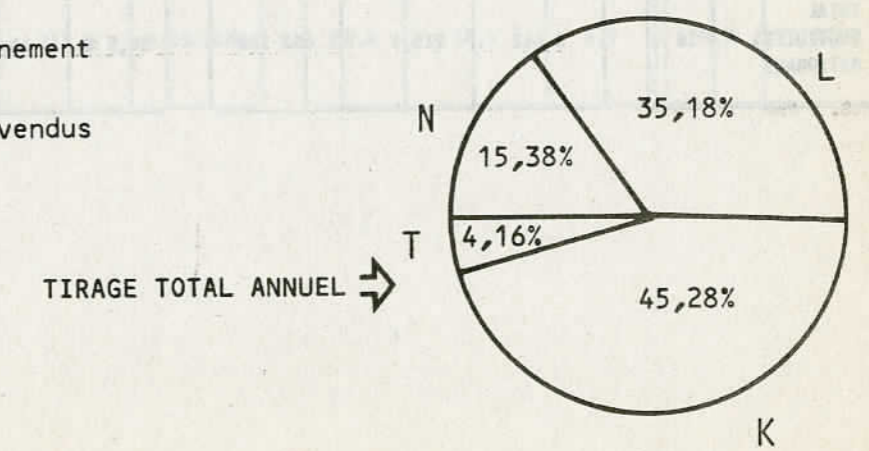
(1) en milliers d'exemplaires

N.S. : Non significatif

► TIRAGE TOTAL ANNUEL en milliers d'exemplaires 1983



Vente au numéro
 Vente par abonnement
 Gratuits et invendus



N

2 QUOTIDIENS NATIONAUX

1 9 8 2

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS					
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS	
QUOTIDIENS DU MATIN	7	1 541	220,1	477 101	57,1 %	14,4 %	2,7 %	74,2 %	25,8 %
QUOTIDIENS DU SOIR	4	1 200	300,0	369 221	58,1 %	16,7 %	2,8 %	77,6 %	22,4 %
TOTAL QUOTIDIENS IGP	11	2 741	249,2	846 322	57,5 %	15,4 %	3,1 %	76,0 %	24,0 %
QUOTIDIENS SPECIALISES	5	701	140,2	206 838	52,3 %	12,7 %	6,0 %	71,0 %	29,0 %
TOTAL QUOTIDIENS NATIONAUX	16	3 442	215,1	1 053 160	56,5 %	14,9 %	3,7 %	75,1 %	24,9 %

N

3 QUOTIDIENS NATIONAUX

1 9 8 3

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS					
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS	
QUOTIDIENS DU MATIN	7	1.541	220,1	479.753	59,3	13,4	3,7	76,4	23,6
QUOTIDIENS DU SOIR	4	1.183	295,7	368.046	58,4	16,6	3,8	78,8	21,2
TOTAL QUOTIDIENS IGP	11	2.724	247,6	847.799	58,9	14,8	3,8	77,5	22,5
QUOTIDIENS SPECIALISES	5	690	138,0	203.885	54,2	12,7	5,9	72,8	27,2
TOTAL QUOTIDIENS NATIONAUX	16	3.414	213,4	1.051.684	58,0	14,4	4,2	76,6	23,4

N

4 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1982

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
MAGAZINES * D'INFORMATION 4	1 557	389,3	81 591	29,4 %	50,8 %	1,5 %	81,7 %	18,3 %
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX * 18	3 806	211,4	197 544	47,8 %	31,8 %	2,9 %	82,5 %	17,5 %
AUTRES HEBDOMADAIRES 8	1 153	144,1	59 935	60,2 %	13,8 %	2,5 %	76,5 %	23,5 %
ENSEMBLE 30	6 516	217,2	339 070	45,6 %	33,2 %	2,5 %	81,3 %	18,7 %

* Hebdomadaires ayant un régime fiscal de vente assimilé à celui des quotidiens (Loi n° 77 1421 du 27.12.1977)

N

5 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1983

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
MAGAZINES * D'INFORMATION 5	1 783	356,7	87 340	27,5 %	51,3 %	2,1 %	80,9 %	19,1 %
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX * 18	3 751	208,4	195 775	47,8 %	33,3 %	1,4 %	82,5 %	17,5 %
AUTRES HEBDOMADAIRES 8	1 112	139,0	57 790	59,4 %	13,8 %	2,8 %	76,0 %	24,0 %
ENSEMBLE 31	6 646	214,4	340 905	44,6 %	34,6 %	1,8 %	81,0 %	19,0 %

* Hebdomadaires ayant un régime fiscal de vente assimilé à celui des quotidiens (Loi n° 77 1421 du 27.12.1977)

N
 5 bis QUOTIDIENS NATIONAUX 1981 - 1982 - 1983

DIFFUSION PAYEE PAR PARUTION (EVOLUTION)

VARIATION EN NOMBRE D'EXEMPLAIRES - VARIATION EN POURCENTAGE

QUOTIDIENS NATIONAUX	VARIATION 1981 - 1982		VARIATION 1982 - 1983		VARIATION 1981 - 1982		VARIATION 1982 - 1983	
	VENTE NUMERO 1	VENTE ABONNEMENT 2	VENTE NUMERO 3	VENTE ABONNEMENT 4	DIFFUSION PAYEE			
	z	z	z	z	5	z	6	z
QUOTIDIENS DU MATIN	+ 161 N.S.	- 9 126 - 3,9	+ 33 902 + 3,8	- 15 410 - 6,9	- 8 965 - 0,8		+ 18 492 + 1,7	
QUOTIDIENS DU SOIR	- 51 834 - 6,9	+ 4 945 + 2,5	- 6 328 - 0,9	- 4 022 - 2,0	- 46 889 - 5,0		- 10 350 - 1,15	
TOTAL QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE	- 51 673 - 3,2	- 4 181 - 1,0	+ 27 574 + 1,7	- 19 432 - 4,6	- 55 854 - 2,7		+ 8 142 + 0,4	
QUOTIDIENS SPECIALISES	+ 11 723 + 3,3	+ 11 287 + 14,5	+ 7 357 + 2,0	- 1 397 - 1,6	+ 23 010 + 5,3		+ 5 960 + 1,3	
TOTAL QUOTIDIENS NATIONAUX	- 39 950 - 2,0	+ 7 106 + 1,4	+ 34 931 + 1,8	- 20 829 - 4,1	- 32 844 - 1,3		+ 14 102 + 0,6	

N.S. : non significatif

Pour les variations absolues en nombre d'exemplaires : 1 + 2 = 5 de 1981 à 1982 et 3 + 4 = 6 de 1982 à 1983

TABLEAU 5 BIS

Les quotidiens d'information générale et politique

De 1981 à 1982, les quotidiens d'information générale et politique * ont perdu 50 000 ventes au numéro, presque exclusivement pour les titres du soir. Cette forte baisse de la vente au numéro, pour la presse parisienne du soir, tient pour partie aux forts tirages lors des échéances électorales de l'année précédente.

* La diffusion quotidienne des titres d'information générale et politique se répartit entre environ 1,6 millions d'exemplaires vendus au numéro et 400 000 abonnés.

L'année 1983 a été marquée par une baisse accentuée de l'abonnement de l'ordre de 20 000 unités dont 15 000 pour les titres du matin. L'amélioration des ventes au numéro en 1983 n'a pas suffi à compenser les pertes de l'année précédente.

Les quotidiens spécialisés

Cette forme de presse, après avoir enregistré des résultats exceptionnellement brillants en 1982 et fait progresser le nombre de ses abonnés de 14,5 % (soit environ 10 000 abonnés supplémentaires) a connu en 1983 une année de consolidation.

N
 6 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE

1983

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)	% MOYEN DE DIFFUSION ET IN VENDUS							
		TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	IN VENDUS
QUOTIDIENS	11	2 724	247,6	847 799	58,9	14,8	3,8	77,5	22,5
HEBDOMADAIRES	33	6 455	195,6	328 647	44,7	31,4	2,8	78,9	21,1
NEWSUELS	19	584	30,7	7 059	24,3	55,2	3,1	82,6	17,4
TRIMESTRIELS	7	256	36,6	1 167	52,5	8,5	2,0	63,0	37,0

N

7 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET

1983

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE 16	3 435	214,7	874 760	60,2	15,0	3,0	78,2	21,8
PERIODIQUES D'OPINION 42	2 360	56,2	108 136	41,8	19,8	1,1	62,7	37,3
MAGAZINES D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE 12	4 224	352,0	201 776	41,9	36,9	1,0	79,8	20,2

TABLEAU 8 QUOTIDIENS REGIONAUX ET DEPARTEMENTAUX

Ce tableau comprend les chiffres de tirage et de diffusion de la presse quotidienne régionale et départementale pour les années 1981, 1982 et 1983. Ces chiffres sont à rapprocher de l'étude concernant ce type de presse qui figure en annexe au bulletin.

La principale évolution notable sur ce tableau concerne le taux de diffusion payée des journaux du 7ème jour qui a retrouvé en 1983 son niveau de 1981 (87 %) après avoir augmenté de 2 points en 1982.

On peut aussi remarquer la différence de structure de la diffusion payée de l'édition de semaine et du journal du 7ème jour.

TABLEAU 9 HEBDOMADAIRES DEPARTEMENTAUX ET LOCAUX

A nombre de titres identique, le volume de diffusion payée des hebdomadaires départementaux et locaux a diminué en 1983. En moyenne et pour un titre, cette diminution des ventes se chiffre à 2 000 exemplaires.

TABLEAUX 10 ET 11

La répartition des chiffres de tirage annuel au tableau 10 s'établit à 92 % pour les quotidiens et 7 % pour les hebdomadaires soit au total 99 % pour ces deux périodicités.

Le taux d'invendus de la presse de province (11,2 % pour les quotidiens de semaine, 13,0 % pour les journaux du 7ème jour, 12,0 % pour les hebdomadaires locaux) est de moitié inférieur à celui des quotidiens et hebdomadaires nationaux (cf. tableau 6). Ces chiffres confirment que le réglage des ventes des titres de province, à l'inverse de leurs homologues nationaux, est facilité par la concentration géographique de leur lectorat.

Au sein du tableau 11, les titres d'information générale et politique représentent à eux seuls 98 % du tirage annuel de la catégorie alors que les périodiques d'opinion qui s'adressent à un lectorat plus

restreint, principalement par abonnement (56 % de leur tirage) n'en représentent que 1 %.

La catégorie des journaux d'annonces judiciaires et légales regroupe 72 titres publiant à titre principal des annonces légales. Cependant la plupart des publications paraissant au moins une fois par semaine classées parmi les 356 titres d'information générale et politique publient aussi de telles annonces.

PRESSE SPECIALISEE

TABLEAU 12 "GRAND PUBLIC"

Ce tableau ainsi que le tableau 13, outre les rubriques habituelles relatives au tirage et à la diffusion contiennent les tirages moyens par catégorie de sujet au niveau le plus fin et par catégorie de périodicité, permettant le cas échéant, de déterminer le tirage total annuel par périodicité.

Dans chaque catégorie de sujet, les valeurs du tirage moyen diffèrent largement selon que l'on considère la série "toutes périodicités confondues" ou les séries détaillées par périodicité (ex. : Presse de la maison, Presse féminine, Bandes dessinées).

Cette forme de presse est essentiellement vendue au numéro à l'exception toutefois de la presse familiale, de la presse pour enfants et de la presse culturelle.

TABLEAU 13 "TECHNIQUES PROFESSIONNELS"

Dans la plupart des catégories de périodiques techniques et professionnels, les tirages moyens par titre sont souvent proches les uns des autres dans les diverses catégories de périodicité observées. Les périodiques professionnels révèlent donc une plus grande homogénéité de tirage que les magazines destinés au grand public.

La diffusion de cette forme de presse est caractérisée par l'importance de la diffusion payée qu'explique le fort taux d'abonnement (en moyenne de 70 % du tirage) et par le pourcentage élevé de titres servis gratuitement.

8 PRESSE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE

QUOTIDIENS REGIONAUX ET DEPARTEMENTAUX

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS

[1 9 8 1]

SEMAINE	NOMBRE DE TITRES	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
	80	7 541	94,3	2 343 622	65 %	21 %	3 %	89 %	11 %
7 ^{ème} Jour	27	3 642	134,9	187 813	78 %	7 %	2 %	87 %	13 %

[1 9 8 2]

SEMAINE	NOMBRE DE TITRES	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
	80	7 457	93,2	2 287 079	62,5 %	23,0 %	3,3 %	88,8 %	11,2 %
7 ^{ème} Jour	26	3 596	138,3	188 548	79,1 %	7,8 %	2,1 %	89,0 %	11,0 %

[1 9 8 3]

SEMAINE	NOMBRE DE TITRES	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
	80	7 517	94,0	2 318 482	62,7 %	22,7 %	3,4 %	88,8 %	11,2 %
7 ^{ème} Jour	26	3 690	141,9	187 545	78,1 %	6,9 %	2,0 %	87,0 %	13,0 %

9 PRESSE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE

HEBDOMADAIRES DEPARTEMENTAUX ET LOCAUX

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS

[1 9 8 1]

350	4 631	13,2	231 550	37 %	40 %	5 %	82 %	18 %
-----	-------	------	---------	------	------	-----	------	------

[1 9 8 2]

373	4 754	12,8	252 146	40 %	40 %	6 %	86 %	14 %
-----	-------	------	---------	------	------	-----	------	------

[1 9 8 3]

330	3 550	10,7	197 564	46 %	35 %	7 %	88 %	12 %
-----	-------	------	---------	------	------	-----	------	------

10

L
PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE

1983

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
QUOTIDIENS 80	7 517	94,0	2 318 482	62,7 %	22,7 %	3,4 %	88,8 %	11,2 %
JOURNAUX DU 7 ^{eme} JOUR 26	3 690	141,9	187 545	78,1 %	6,9 %	2,0 %	87,0 %	13,0 %
HEBDOMADAIRES 332	3 580	10,8	199 124	46 %	35 %	7 %	88 %	12 %
HEMISUELS 27	406	15,0	4 864	28 %	32 %	26 %	86 %	14 %
TRIMESTRIELS 5	85	17,0	417	39 %	27 %	23 %	79 %	21 %
TOTAL 470	15 278	32,5	2 710 432	N.S.	N.S.	N.S.	N.S.	N.S.

N.S. : Non significatif

11

L
PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET

1983

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE 356	14 087	39,5	2 656 514	62,8 %	22,2 %	3,4 %	88,4 %	11,6 %
PERIODIQUES D'OPINION 17	300	17,6	15 527	26,7 %	56,0 %	10,3 %	93,0 %	7,0 %
MAGAZINES REGIONAUX ET LOCAUX 25	425	17	5 246	28,2 %	34,0 %	23,9 %	86,1 %	13,9 %
JOURNAUX D'ANNONCES JUDICIAIRES ET LEGALES 72	466	6,5	33 145	21,7 %	63,6 %	8,9 %	94,2 %	5,8 %

TIRAGE - DIFFUSION 1983
 (milliers d'exemplaires)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	NOMBRE DE TITRES	TIRAGE TOTAL AU NUMERO		TIRAGE TOTAL ANNUEL		%
PRESSE TV.SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	32 dont 15 17	9 822 dont 9 146 676	497 544 dont 469 933 27 611	14,27 %		
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	151 dont 15 136	10 588 dont 864 9 724	124 830 dont 9 681 115 149	3,58 %		
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	22 dont 5 17	4 461 dont 1 477 2 984	46 054 dont 11 319 34 735	1,32 %		
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	33	4 680	66 697	1,91 %		
PRESSE SENSATION, EVASION dont . TOUT PUBLIC . PORNOGRAPHIQUES . SCIENCES OCCULTES	- 12 N.D. 7	- 4 088 N.D. 603	- 207 673 N.D. 6 116	5,95 % 0,18 %		
PRESSE MASCULINE	11	1 631	16 990	0,49 %		
PRESSE FEMININE ET PRESSE DU COEUR dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	49 dont 14 13 22	15 517 dont 5 902 1 617 7 998	397 068 dont 141 458 16 610 239 000	11,38 %		
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRES	20 dont 9 11	2 861 dont 1 197 1 664	66 694 dont 22 226 44 468	1,91 %		
PRESSE CULTURELLE	48	2 349	26 551	0,76 %		
PRESSE DE LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . GASTRONOMIE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	267 dont 29 15 22 4 24 101 72	18 225 dont 2 192 1 936 2 253 281 1 477 5 220 4 866	174 070 dont 24 741 15 753 12 838 2 969 15 028 45 992 56 749	4,99 %		
PRESSE ECONOMIQUE	17	958	59 013	1,69 %		
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	12	1 219	14 024	0,40 %		
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	78 dont 16 12 18 32	6 206 dont 1 813 1 316 1 344 1 733	311 969 dont 30 900 44 863 118 453 117 753	8,94 %		
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO	473 dont 443 30	33 253 dont 32 274 979	1 457 945 dt 1 432 622 25 323	41,80 %		
DIVERS	7	1 376	15 132	0,43 %		
TOTAUX ET MOYENNES	1 239	117 837	3 488 370	100 %		

TOUTES PERIODICITES CONFONDUES	TIRAGE MOYEN PAR TITRE					POURCENTAGE MOYEN DE DIFFUSION			
	QUOTIDIEN	HEBDOMADAIRE	MENSUEL	TRIMESTRIEL	AUTRE	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	EN SERVICE GRATUIT	TOTAL
610 27		610 56				71 % 64 %	12 % 3 %	1 % 13 %	84 % 80 %
36 156		283	61 80	10 51	234	58 % 66 %	5 % 11 %	1 % 1 %	64 % 78 %
n.s 271		274	139 152	147		19 % 37 %	71 % 41 %	2 % 2 %	92 % 80 %
141		79	161	45		18 %	69 %	2 %	89 %
218 N.D. 53	N.D.	473 N.D.	173 N.D. 99	127 N.D. 6	N.D.	66 % N.D. 60 %	3 % N.D. 5 %	1 % N.D. 3 %	70 % N.D. 68 %
84		39	172	42		74 %	2 %	1 %	77 %
402 139 363		630 312 448	492 93 315	216 84	270	57 % 56 % 65 %	20 % 15 % 14 %	3 % 1 % 3 %	80 % 72 % 82 %
127 119		109 272	139 80	140 80		22 % 71 %	65 % 5 %	4 % 1 %	91 % 77 %
49			68	17	2	18 %	63 %	4 %	85 %
82 82 61 70 62 51 68			92 119 62 57 60 50 166	38 4 55 84 75 54 65	148 39	60 % 26 % 54 % 36 % 40 % 61 % 26 %	11 % 55 % 10 % 27 % 27 % 6 % 55 %	3 % 5 % 1 % 13 % 3 % 4 % 3 %	74 % 86 % 65 % 76 % 70 % 71 % 84 %
53	63	82	51	3		12 %	59 %	8 %	79 %
65			120	8		37 %	41 %	2 %	80 %
120 117 95 130		82 128 62 49	128 99 47 50	57 28 40	60 48	51 % 58 % 57 % 67 %	20 % 13 % 1 % 4 %	3 % 1 % 0 % 2 %	74 % 72 % 58 % 73 %
65 36		76 38	56 19	55 23	70	48 %	4 %	100 % 9 %	100 % 61 %
131			220	25		8 %	80 %	5 %	93 %
95	158	135	90	54	51	n.s	n.s	n.s	n.s

n.s : Non significatif

TIRAGE - DIFFUSION 1983
 (milliers d'exemplaires)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	NOMBRE DE TITRES	TIRAGE TOTAL AU NUMERO	TIRAGE TOTAL ANNUEL	%
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles) . CULTURE SPECIALISEE . ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE . AUTRE	137 dont 92 17 23 5	2 877 dont 2 237 290 294 56	85 846 dont 73 764 6 692 3 874 1 516	26,77 %
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	44	263	7 237	2,26 %
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	20	63	746	0,23 %
LOCATION, CREDIT-BAIL, IMMOBILIER	13	225	2 225	0,69 %
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION INDUSTRIE DU VERRE . CHIMI DE BASE . INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON . AUTRE	40 dont 12 7 3 9 4 5	170 dont 52 26 9 30 14 39	1 673 dont 526 251 68 400 136 292	0,52 %
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT dont . CONSTRUCTION MECANIQUE . CONSTRUCTION ELECTRIQUE, ELECTRONIQUE . CONSTRUCTION AUTOMOBILE ET ASSIMILES . CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE AUTRE	53 dont 13 14 4 8 14	475 dont 75 144 37 84 135	6 847 dont 692 1 580 517 1 701 2 357	2,13 %
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE dont . PARACHIMIE ET INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE . CUIR, TEXTILE, HABILLEMENT . IMPRIMERIE, PRESSE, EDITION . AUTRE	66 dont 4 25 18 19	404 dont 9 129 152 114	5 677 dont 75 2 022 2 649 931	1,77 %
ASSURANCES	8	46	1 459	0,45 %
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	10	62	11 577	3,61 %
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE dont . GROS OEUVRE . SECOND OEUVRE	50 dont 30 20	817 dont 645 172	12 858 dont 11 549 1 309	4,01 %
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	31	542	9 058	2,82 %
COMMERCE dont . ALIMENTAIRE . NON ALIMENTAIRE	61 dont 17 44	605 dont 174 431	8 320 dont 3 532 4 788	2,59 %
SERVICES NON MARCHANDS dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE . PEDAGOGIE ET AUTRE	121 dont 79 42	969 dont 134 835	9 067 dont 801 8 266	2,83 %
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION . SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS . INFORMATIQUE . MANUTENTION, MAINTENANCE, SECURITE . PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE . HOTELLERIE, BRASSERIE . AUTRE	236 dont 104 16 17 5 15 13 66	4 184 dont 2 110 420 158 31 326 328 811	87 970 dont 51 248 7 704 1 238 791 11 329 5 903 9 757	27,44 %
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . MEDICAL DENTAIRE . MEDICAL HOSPITALIER . PARAMEDICAL . PHARMACEUTIQUE . VETERINAIRE	233 dont 49 128 11 12 10 15 8	1 875 dont 1 021 423 75 118 60 146 32	70 195 dont 57 519 3 869 1 959 1 967 805 3 323 753	21,88 %
TOTAUX ET MOYENNES	1 123	13 577	320 755	100 %

TIRAGE MOYEN PAR TITRE					
TOUTES PERIODICITES CONFONDUES	QUOTIDIEN	HEBDOMADAIRES	MENSUEL	TRIMESTRIEL	AUTRE
45		24	22		
17	12	19	18	11	
13		5	15	5	20
12		25	7	8	
6	8	3	7	4	
3	1	1	3	3	
11			25	4	
5			4	6	
4			5	3	
3		1	3	2	
3			5	2	
3			3		
7			6	7	
6			6	6	
11		12	7	17	
10			10		
13		15	8	10	
10		14	13	3	
2		2	2		
5		3	5	5	4
8		8	9	3	
5			7	4	
8		18	9	2	
6	6		11	1	1
23		31	19	18	
8			6	11	
10	5	11	21	15	1
12		18	10	4	
9		4	10	11	
3		1	5	2	1
26		46	25	22	49
27	40	50	23	15	
26		30	26	10	
8			8	8	
6		10	7	3	
26		84	13	8	3
29		61	24	15	
13		6	12	14	
28		35	15	5	
4	45		5	2	
9		19	12	3	2
9		12	5	4	
5		10	6	5	
9		21	6	2	
4		6	4	1	
12	11	23	16	11	8

POURCENTAGE MOYEN DE DIFFUSION			
AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	EN SERVICE GRATUIT	TOTAL
3	76	17	96
2	73	17	92
3	74	13	90
35	32	6	73
1	79	15	95
1	81	10	92
1	91	4	96
2	51	35	88
7	51	18	76
0	38	46	84
4	59	33	96
2	41	45	88
1	75	22	98
8	50	32	90
10	50	25	85
6	56	25	87
29	32	5	66
3	54	31	88
1	31	60	92
3	62	30	95
7	57	28	92
6	54	28	88
1	92	3	96
4	88	5	97
3	71	20	93
2	68	24	94
23	50	9	82
2	77	17	96
5	55	27	87
11	63	12	86
12	63	14	89
6	62	16	84
17	43	18	78
2	70	21	93
11	65	14	90
44	31	3	78
3	74	19	96
9	65	15	89
1	66	32	99
1	60	24	85
1	84	14	99
2	65	24	91
1	54	32	87
2	71	20	93
1	64	23	88
n.s	n.s	n.s	n.s

n.s : Non significatif

Les chiffres de consommation de papier publiés ci-après concernent cinq qualités de papier : papier journal, papier "magazine non couché" (satiné ou non) et papier "magazine couché" (mat ou brillant).

La répartition des tonnages de papier journal consommés par type de presse présentée dans le tableau récapitulatif 14 correspond pour la presse nationale (116 620 tonnes) aux titres quotidiens (100 338 tonnes) et aux quelques hebdomadaires et mensuels utilisant le papier journal (3 339 tonnes). Le tonnage de papier consommé dans la presse d'information générale et politique locale (361 027 tonnes) est, pour l'essentiel, le fait des quotidiens régionaux et départementaux (339 910 tonnes).

Le tonnage de papier journal consommé dans la catégorie des périodiques spécialisés destinés au grand public (142 865 tonnes) inclut les consommations de papier des quotidiens nationaux spécialisés (16 410 tonnes) mais surtout celles des journaux d'annonces gratuits pour 90 618 tonnes.





A la dernière colonne du tableau récapitulatif, on observera que 78 % du tonnage de papier est consommé par la presse à diffusion nationale.

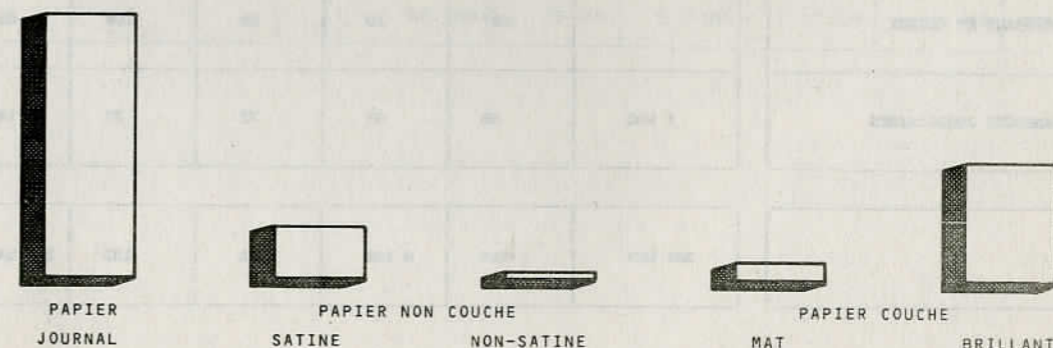
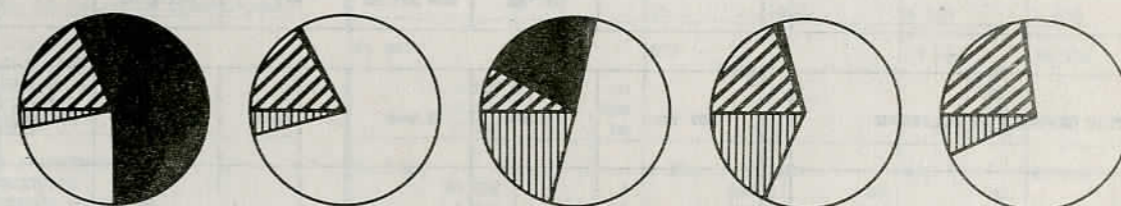
Enfin, la répartition des consommations par qualité s'établit à 57 % pour le papier journal, 13 % pour le papier non couché et 30 % pour le papier couché.

Ce papier couché est utilisé pour 69 % de son tonnage (231 561 tonnes) par les périodiques spécialisés destinés au grand public.

14 CONSUMMATION DE PAPIER 1983

(TABLEAU RECAPITULATIF)

TYPE DE PRESSE	PAPIER JOURNAL	PAPIER NON COUCHE		PAPIER COUCHE		TOTAL	
		SATINE	NON SATINE	MAT	BRILLANT		%
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE 	116 620	20 806	1 485	8 844	66 428	214 183	19,18 %
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE 	361 027	1 114	4 102	223	183	366 649	32,83 %
PERIODIQUES SPECIALISES " GRAND PUBLIC " 	142 865	99 116	9 986	27 338	204 223	483 528	43,29 %
PERIODIQUES SPECIALISES " TECHNIQUES PROFESSIONNELS " 	15 289	4 770	4 066	8 220	20 106	52 451	4,70 %
ENSEMBLE	635 801	125 806	19 639	44 625	290 940	1 116 811	100 %
	➔ 56,93 %	11,26 %	1,76 %	4,00 %	26,05 %		100 %



N (15)
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE

CONSUMMATION DE PAPIER 1983
(en Tonnes)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	PAPIER JOURNAL	PAPIER NON COUCHE		PAPIER COUCHE		TOTAL	
		SATINE	NON SATINE	MAT	BRILLANT		%
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE	103 677	-	20	5	28 020	131 722	61
PERIODIQUES D'OPINION	12 773	1 958	399	437	738	16 305	8
MAGAZINES	170	18 848	1 066	8 402	37 670	66 156	31
ENSEMBLE	116 620	20 806	1 485	8 844	66 428	214 183	100

L
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE

CONSUMMATION DE PAPIER 1983
(en Tonnes)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	PAPIER JOURNAL	PAPIER NON COUCHE		PAPIER COUCHE		TOTAL	
		SATINE	NON SATINE	MAT	BRILLANT		%
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE	357 741	379	3 944	111	53	362 228	99
PERIODIQUES D'OPINION	1 386	-	65	-	-	1 451	-
MAGAZINES REGIONAUX ET LOCAUX	-	667	10	39	108	824	-
JOURNAUX D'ANNONCES JUDICIAIRES ET LEGALES	1 900	68	83	73	22	2 146	-
ENSEMBLE	361 027	1 114	4 102	223	183	366 549	100

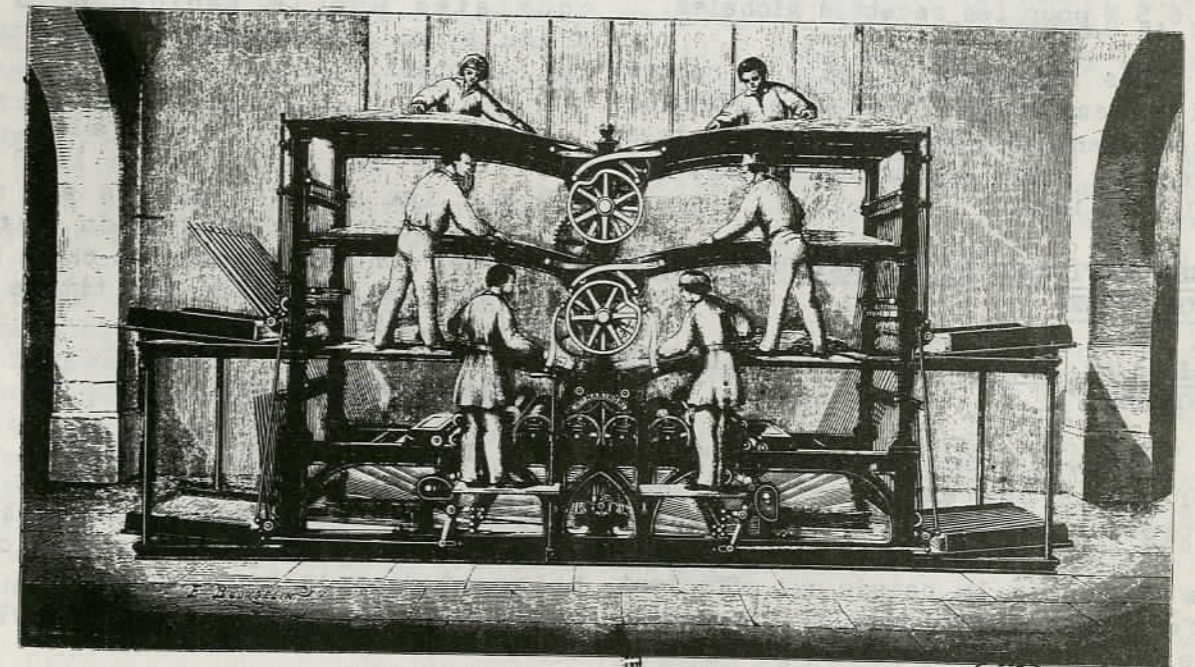
K (16)
PERIODIQUES "GRAND PUBLIC"

CONSUMMATION DE PAPIER 1983
(en tonnes)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	PAPIER JOURNAL	PAPIER NON COUCHE		PAPIER COUCHE		TOTAL	
		SATINE	NON SATINE	MAT	BRILLANT		%
PRESSE T.V. SPECTACLES dont . T.V. RADIO . SPECTACLES	3 216 3 190 26	49 352 49 267 85	1 987 651 1 336	5 733 3 382 2 351	40 861 40 385 476	101 149	20,92 %
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	3 546 747 2 799	10 157 10 157	1 445 357 1 088	671 284 387	1 017 564 453	16 836	3,48 %
PRESSE MAISON DECORATION dont . JARDIN . MAISON			9 9	964 871 93	12 631 2 189 10 442	13 604	2,81 %
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	244	4 012		1 191	6 605	12 052	2,49 %
PRESSE SENSATION, EVASION	12 472	8 815		99	4 490	25 876	5,35 %
PRESSE MASCULINE		211		39	6 031	6 281	1,30 %
PRESSE FEMININE ET PRESSE DU CORUR dont . MODE . ART MENAGER . AUTRE	734 2 732	17 545 5 314 12 231	1 098 25 1 073	8 035 7 810 225	76 726 30 234 1 727 44 765	104 138	21,54 %
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRES		1 815 525 1 290	73 73	3 896 1 592 2 304	2 145 530 1 615	7 929	1,64 %
PRESSE CULTURELLE	67	1 227	87	571	3 391	5 343	1,11 %
PRESSE DE LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . GASTRONOMIE . BRICOLAGE . AUTRES CATEGORIES	626 82 275 121 257 626	5 271 82 275 121 257 4 536	3 358 477 113 843	3 012 879 96 590	26 323 7 662 3 314 2 802 1 038 3 036 8 471	38 590	7,98 %
PRESSE ECONOMIQUE	3 573	300	5	2 358	3 155	9 391	1,94 %
PRESSE DE VULGARISATION SCIENTIFIQUE			28	470	3 130	3 628	0,75 %
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISSME . AUTRE	21 941 4 107 8 762 9 072	324 30 236 58	673 666		15 994 7 407 1 850 381 6 356	38 932	8,05 %
JOURNAUX D'ANNONCES dont . GRATUITS . VENDUS AU NUMERO	95 560 90 618 4 942	87 5 82	1 223 466 757	287 23 264	941 91 850	98 098	20,29 %
DIVERS	886			12	783	1 681	0,35 %
TOTAL	142 865	99 116	9 986	27 338	204 223	483 528	100 %

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	PAPIER JOURNAL		PAPIER NON COUCHE		PAPIER COUCHE		TOTAL			
			SATINE	NON SATINE	MAT	BRILLANT		%		
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles) . CULTURE SPECIALISEE . ELEVAGE, PRODUCTION SPECIALISEE . AUTRE	4 592	3 889	644	188	539	1 718	7 681	14,64 %		
INDUSTRIE AGRICOLE ALIMENTAIRE	148	73	92	126	185	624	1,19 %			
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	6	33	25	31	23	118	0,22 %			
LOCATION, CREDIT-BAIL IMMOBILIER	52	29	21	167	47	316	0,60 %			
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX . PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION . INDUSTRIE DU VERRE . CHIMIE DE BASE . INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON . AUTRE			43	166	120	329	0,63 %			
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT dont . CONSTRUCTION MECANIQUE . CONSTRUCTION ELECTRIQUE ELECTRONIQUE . CONSTRUCTION AUTOMOBILES ET ASSIMILES . CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE . AUTRE	203	120	1	134	534	834	1 706	3,25 %		
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE dont . PARACHIMIE ET INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE . CUIR, TEXTILE HABILEMENT . IMPRIMERIE PRESSE EDITION . AUTRE	129	129	12	127	449	502	1 219	2,32 %		
ASSURANCES		32		32	110	174	0,33 %			
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	875	1	101	926	1 903	3,63 %				
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE dont . GROS OEUVRE . SECOND OEUVRE	1 676	1 676	42	269	469	1 832	4 288	8,18 %		
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	188		115	254	658	1 215	2,32 %			
COMMERCE dont . ALIMENTAIRE . NON ALIMENTAIRE	143	75	58	56	575	692	1 524	2,91 %		
SERVICES NON MARCHANDS dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE . PEDAGOGIE ET AUTRE	346	346	204	287	27	541	1 405	2,68 %		
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS . INFORMATIQUE . MANUTENTION, MAINTENANCE, SECURITE . PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE . HOTELLERIE, BRASSERIE, RESTAURATION . AUTRE	3 544	1 198	2 398	1 759	542	2 063	382	6 649	15 196	28,97 %
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . MEDICAL DENTAIRE . MEDICAL HOSPITALIER . PARAMEDICAL . PHARMACEUTIQUE . VETERINAIRE	3 387	3 365	1 243	2 066	1 913	2 788	2 060	3 354	14 753	28,13 %
TOTAL	15 289	4 770	4 066	8 220	20 106	52 451	100 %			

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE



MACHINE A IMPRIMER LE PETIT JOURNAL (inventée par H. MARINONI).

Bibliothèque Nationale Paris

Le chiffre d'affaires de la presse, constitué des recettes de vente au numéro et par abonnement et des recettes de publicité commerciale et de petites annonces est exprimé "hors-TVA" ; il inclut en revanche toutes les commissions aux agents de la distribution et de la vente ainsi que les commissions et rémunérations d'intermédiaires payées au titre de la publicité.

TABLEAU 18 - RECAPITULATIF

Le chiffre d'affaires global de la presse a été marqué en 1983 par une diminution des recettes de publicité (13,1 milliards de francs contre 13,4 en 1982).

L'évolution du chiffre d'affaires en francs constants de l'ensemble des titres de la presse éditeur entre 1982 et 1983 a été de - 2,4 % pour les recettes de vente, -12,3 % pour les recettes de publicité et - 6,5 % pour les recettes globales.

Les recettes de vente au numéro de l'ensemble de la presse éditeur représentent 73 % du total des recettes de vente ; cette proportion n'était que de 71 % en 1982.

PRESSE NATIONALE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

TABLEAUX 19 ET 20 - QUOTIDIENS NATIONAUX

L'évolution en volume * des différents postes de recettes des quotidiens nationaux en 1983 traduit des variations rarement à la hausse, plus souvent à la baisse qui affectent différemment les titres d'information générale et politique et les titres spécialisés. Toutefois l'ensemble des quotidiens nationaux a dû faire face à une détérioration du marché des petites annonces dont les répercussions ont atteint principalement les quotidiens du soir et les quotidiens spécialisés.

Quotidiens d'information générale et politique

Le chiffre d'affaires total de vente de ces titres a diminué de 1,6 % en francs constants entre 1982 et 1983 alors que la même observation faite entre 1981 et 1982 révélait une augmentation de + 5,4 %. On observera en se reportant aux tableaux n° 2 et 3 que les recettes ont évolué sur ces trois années à l'inverse des performances de ventes. Cette évolution paradoxale des ventes et des recettes correspondantes tend à prouver que la période de blocage des prix, de juin à octobre 1982 fut précédée de fortes anticipations à la hausse, de la part des éditeurs et qu'au contraire les accords de modération intervenus de novembre 1982 à décembre 1983 ont effectivement pesé sur les recettes de vente.

La régression des abonnements pour les quotidiens du matin en 1983 constatée sur le tableau n° 3 se traduit ici par une forte diminution des recettes.

Les recettes totales de publicité ont diminué en 1983 de 5,9 % ; les gains réalisés sur ces postes pour la presse du matin (+ 5,8 %) contrastent avec la chute des recettes de publicité des titres du soir (- 17,5 %).

Quotidiens spécialisés

Les résultats de vente de ces titres pour 1983 confirment et améliorent ceux enregistrés en 1982 alors que leurs recettes de publicité baissent dans la même proportion que celle observée pour les autres titres (- 5,9 % de 1982 à 1983).

* La variation de l'indice des prix de détail a été de + 9,6 % en 1983 et de + 11,8 % en 1982.

L'amélioration de la vente de la presse quotidienne spécialisée (+ 4,4 % en 1982 et + 17,2 % en 1983), ainsi que la régression des recettes de publicité ont provoqué un bouleversement de la structure des recettes des titres de cette catégorie ; leurs ventes, en 1983, représentent 71 % du chiffre d'affaires contre 65 % seulement en 1981.

Corrélativement, la part des ventes de ces quotidiens spécialisés dans celles des 16 titres nationaux qui, en 1981, était de 19 %, compte en 1983 pour 21 %.

TABLEAUX 21 ET 22 - HEBDOMADAIRES NATIONAUX

Le chiffre d'affaires global des hebdomadaires nationaux d'information générale et politique a stagné au cours de l'année 1983 (+ 0,7 % en francs constants) compte tenu de l'exceptionnelle baisse des investissements publicitaires qui a affecté principalement les "magazines d'information".

Le chiffre d'affaires total des ventes

L'évolution à la hausse en francs constants du chiffre des recettes totales de vente constitue un retournement si l'on se réfère à l'année 1982.

L'amélioration des recettes de vente de l'ensemble des hebdomadaires

nationaux est en effet très marquée puisqu'elles progressent de 4,1 % en 1983 après avoir régressé de 4,5 % l'année précédente. Cette observation vaut plus encore pour les "magazines d'information", dont les recettes de vente représentent le quart de celles de l'ensemble considéré, puisque leur résultat de vente s'améliore de 5 points en 1983 après avoir perdu 10 points en 1982.

Enfin, cette hausse des recettes de vente en 1983 tient pour l'essentiel à l'essor des recettes d'abonnement pour les "magazines d'information" mais aussi pour les autres hebdomadaires.

Le chiffre d'affaires de publicité

Observées sur l'ensemble des titres, les recettes de publicité baissent pour la deuxième année consécutive (- 4,3 % en 1983 et - 3,5 % en 1982. cf. Presse et Statistiques n° 9). L'année 1983 s'est surtout révélée néfaste pour les "magazines d'information" qui enregistrent une diminution de 13,3 % de leurs recettes de publicité en partie compensée par l'amélioration de leur position déjà très forte sur le marché des petites annonces.

L'évolution du marché des petites annonces 1983 de l'ensemble des hebdomadaires et magazines nationaux en progrès de plus de 6 points sur l'année précédente conforte leur position vis à vis des quotidiens nationaux d'information générale (cf. Tableaux 15 et 16).

TABLEAUX 23 et 24 - CLASSEMENT PAR PERIODICITE ET SUJET

Les données du tableau 23 traduisent l'importance du chiffre d'affaires des quotidiens nationaux tant en matière de vente que de publicité ; celui-ci dépasse de 50 % environ dans ces deux domaines celui des hebdomadaires nationaux.

La part des recettes totales de publicité des quotidiens nationaux se situait en 1983 à 44 % de leur recette globale en augmentation de 2 points sur l'année antérieure.

A l'inverse, celle des hebdomadaires nationaux (41 %) est en régression de 2 points. Cette observation apporte une nuance à l'analyse faite au tableau 18 sur la diminution globale des recettes de publicité de l'ensemble de la presse éditeur en 1983.

Le tableau 24 est une illustration de la structure particulière du chiffre d'affaires des périodiques d'opinion dont les recettes de publicité ne comptent que pour 13 % des recettes globales.

**TABLEAU 25 - QUOTIDIENS ET
HEBDOMADAIRES REGIONAUX, DEPARTEMENTAUX
ET LOCAUX**

La série chronologique des chiffres d'affaires des quotidiens de province figurant sur ce tableau porte sur les années 1981, 1982 et 1983.

La très forte diminution (- 32,8 % en francs constants) des recettes de publicité commerciale des éditions du 7ème jour en 1983 peut s'expliquer par un report des insertions publicitaires sur les éditions de la semaine dont les recettes de publicité commerciale n'ont baissé que de 1 %.

Leurs recettes de vente, toutes éditions comprises ont légèrement augmenté (+ 2,6 %). Cependant la forte proportion des recettes de vente dans le chiffre d'affaires de ces quotidiens explique la faible progression de la recette globale en 1983 (+ 0,8 %).

On observera, pour l'année 1983, par rapprochement avec le tableau 20 que la structure vente-publicité du chiffre d'affaires des éditions de la semaine des quotidiens de province (61-39) est légèrement différente de celle des quotidiens nationaux (56-44).

La lecture des données concernant les recettes des hebdomadaires départementaux et locaux révèle une plus faible proportion des recettes de vente (48 % pour la vente et 52 % pour la publicité).

**TABLEAUX 26 ET 27 - CLASSEMENT PAR
PERIODICITE ET SUJET**

Le tableau 26 est à rapprocher du tableau 23 contenant les chiffres d'affaires des différents périodiques nationaux d'information générale et politique. L'importance relative dans la presse locale du chiffre total des ventes des quotidiens et hebdomadaires est similaire à celle observée dans la presse nationale puisque ces deux types de périodiques représentent 99 % du marché des ventes de titres locaux pour 98 % du marché des ventes de titres nationaux.

Dans le tableau 27, les périodiques d'opinion politique ou religieuse ne représentent que 0,5 % du chiffre des ventes des périodiques locaux alors qu'à l'échelon national, les périodiques d'opinion totalisent un peu moins de 10 % du chiffre des ventes (cf. Tableau 24).

PRESSE SPECIALISEE

**TABLEAUX 28, 29, 30, 31 - "GRAND
PUBLIC"**

Ces quatre tableaux contiennent les chiffres d'affaires de vente et de publicité des périodiques spécialisés destinés au grand public : chiffres globaux (tableau 28) et détaillés pour les périodicités les plus courantes, hebdomadaire (tableau 29), mensuelle (tableau 30) et trimestrielle (tableau 31).

Le tableau 28 détaille la structure du chiffre d'affaires de l'ensemble de ces périodiques. A la dernière colonne de ce tableau figure la part en pourcentage de chaque type particulier de presse. On remarquera que la presse sportive, la presse des loisirs représentent chacune un peu plus de 10 % du chiffre d'affaires de la catégorie, la presse télévision 16 % et enfin la presse féminine 22 %.

L'intérêt de la présentation successive des tableaux pour chaque catégorie de périodicité est la mise en évidence pour chaque type de presse du poids respectif, en termes de chiffre d'affaires, des éditions hebdomadaires et mensuelles notamment. A titre d'exemple, les hebdomadaires féminins représentent 56 % du chiffre d'affaires global des périodiques de ce type pour 25 % du nombre des titres (cf. tableaux de dénombrement des titres). Pour les hebdomadaires sportifs, la proportion est de 31 % pour 25 % du nombre des titres.

**TABLEAUX 32, 33, 34, 35 - "TECHNIQUE ET
PROFESSIONNELLE"**

Les chiffres d'affaires des périodiques techniques et professionnels figurant dans ces quatre tableaux sont détaillés sous trois périodicités distinctes (tableaux 33, 34, 35) selon la même présentation que celle utilisée pour les périodiques spécialisés destinés au grand public.

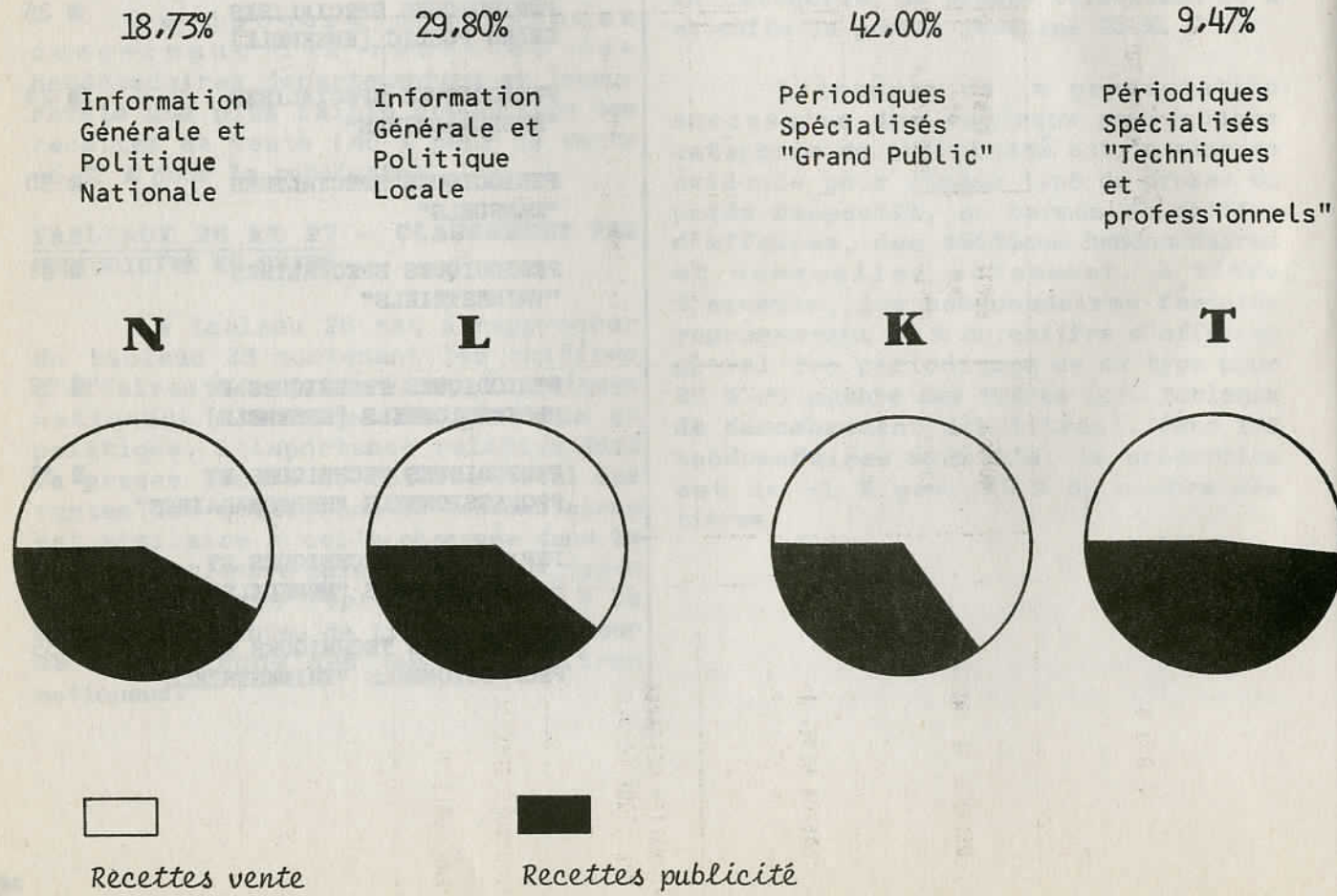
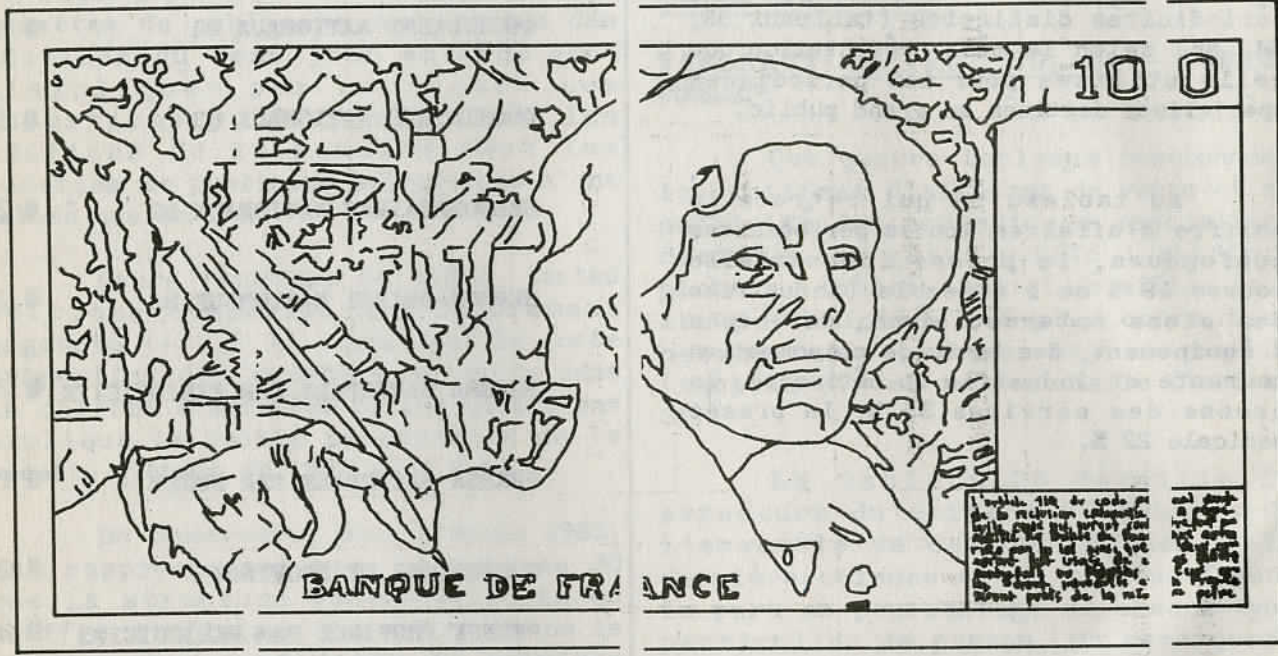
Au tableau 32 qui retrace le chiffre d'affaires toutes périodicités confondues, la presse industrielle couvre 19 % de l'ensemble (industries des biens intermédiaires, des biens d'équipement, des biens de consommation courante et industrie du bâtiment), la presse des services 35 %, la presse médicale 22 %.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE

➔ **INDEX DES TABLEAUX**

RECAPITULATIF D'ENSEMBLE	■ 18
QUOTIDIENS NATIONAUX 82	■ 19
QUOTIDIENS NATIONAUX 83	■ 20
HEBDOMADAIRES NATIONAUX 82	■ 21
HEBDOMADAIRES NATIONAUX 83	■ 22
PRESSE NATIONALE PAR PERIODICITE	■ 23
PRESSE NATIONALE PAR SUJET	■ 24
QUOTIDIENS DE PROVINCE	■ 25
PRESSE PROVINCE PAR PERIODICITE	■ 26
PRESSE PROVINCE PAR SUJET	■ 27
PERIODIQUES SPECIALISES GRAND PUBLIC [ENSEMBLE]	■ 28
PERIODIQUES SPECIALISES "HEBDOMADAIRES"	■ 29
PERIODIQUES SPECIALISES "MENSUELS"	■ 30
PERIODIQUES SPECIALISES "TRIMESTRIELS"	■ 31
PERIODIQUES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS [ENSEMBLE]	■ 32
PERIODIQUES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS "HEBDOMADAIRES"	■ 33
PERIODIQUES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS "MENSUELS"	■ 34
PERIODIQUES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS "TRIMESTRIELS"	■ 35

■ RECAPITULATIF PAR ENSEMBLE DE PRESSE



CHIFFRE D'AFFAIRES

18 RECAPITULATIF PAR ENSEMBLE DE PRESSE

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

ENSEMBLE DE PRESSE	VENTE				PUBLICITE				RECEITE GLOBALE
	NOMBRE DE TITRES	VENTE AU NUMERO	VENTE PAR ABONNEMENT	TOTAL VENTE	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTAL PUBLICITE	%	
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE	70	2 760 869	915 970	3 676 839	1 845 318	811 397	2 656 715	42	6 333 554
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE	470	4 713 866	1 361 845	6 075 711	2 958 781	1 043 526	4 002 307	39	10 078 018
PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"	1 239	7 328 000	1 943 252	9 271 252	4 534 499	402 804	4 937 303	35	14 208 555
PERIODIQUES SPECIALISES "PROFESSIONNELS"	1 123	227 629	1 427 787	1 655 416	1 370 961	176 257	1 547 218	48	3 202 634
ENSEMBLE	2 902	15 030 364	5 648 854	20 679 218	10 709 559	2 433 984	13 143 543	39	33 822 761

N

QUOTIDIENS NATIONAUX

1 9 8 2

19 INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
QUOTIDIENS DU MATIN	873 315	191 756	1 065 071	58	492 241	263 369	755 610	42	1 820 681
QUOTIDIENS DU SOIR	697 577	132 225	829 802	52	396 525	368 317	764 842	48	1 594 644
TOTAL QUOTIDIENS IGP	1 570 892	323 981	1 894 873	55	888 766	631 686	1 520 452	45	3 415 325
QUOTIDIENS SPECIALISES	385 346	52 160	437 506	66	180 557	43 848	224 405	34	661 911
TOTAL QUOTIDIENS NATIONAUX	1 956 238	376 141	2 332 379	57	1 069 323	675 534	1 744 857	43	4 077 236

1 9 8 3

20 INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
QUOTIDIENS DU MATIN	989 399	163 253	1 152 652	57	592 283	279 501	871 784	43	2 024 436
QUOTIDIENS DU SOIR	750 576	143 160	893 736	56	359 400	345 230	704 630	44	1 598 366
TOTAL QUOTIDIENS IGP	1 739 975	306 413	2 046 388	56	951 683	624 731	1 576 414	44	3 622 802
QUOTIDIENS SPECIALISES	483 145	71 813	554 958	71	187 665	35 978	223 643	29	778 601
TOTAL QUOTIDIENS NATIONAUX	2 223 120	378 226	2 601 346	59	1 139 348	660 709	1 800 057	41	4 401 403

1 9 8 2

21 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

N

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
MAGAZINES D'INFORMATION 4	195.501	209.335	404.836	39	492.963	145.487	638.450	61	1.043.286
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX 18	530.749	259.078	789.827	71	324.692	5.244	329.936	29	1.119.763
AUTRES HEBDOMADAIRES 8	195.234	47.649	242.883	66	110.907	11.170	122.077	34	368.200
ENSEMBLE 30	921.484	516.062	1.437.546	57	928.562	161.901	1.090.463	43	2.531.249

1 9 8 3

22 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

N

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
MAGAZINES D'INFORMATION 5	219.125	242.834	461.959	42	474.212	168.482	642.694	58	1.104.653
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX 18	578.131	347.043	925.174	71	381.243	5.418	386.661	29	1.311.835
AUTRES HEBDOMADAIRES 8	195.205	51.890	247.095	65	122.125	14.178	136.303	35	383.398
ENSEMBLE 31	992.461	641.767	1.634.228	58	977.580	188.078	1.165.658	42	2.799.886

N
 23 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1 9 8 3		CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE				CHIFFRE D'AFFAIRES				(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)			
NOMBRE DE TITRES	RECEPTE DE VENTE AU NUMERO	RECEPTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECEPTE TOTALE DE VENTE	%	RECEPTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECEPTE DE PETITES ANNONCES	RECEPTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECEPTE GLOBALE				
11	1 739 975	306 413	2 046 388	56	951 683	624 731	1 576 414	44	3 622 802				
33	982 588	568 709	1 551 297	59	885 029	186 424	1 071 453	41	2 622 750				
19	24 825	39 568	64 393	88	8 519	242	8 759	12	73 152				
7	13 481	1 280	14 761	99	87	-	87	1	14 848				

N
 24 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1 9 8 3		CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET				CHIFFRE D'AFFAIRES				(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)			
NOMBRE DE TITRES	RECEPTE DE VENTE AU NUMERO	RECEPTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECEPTE TOTALE DE VENTE	%	RECEPTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECEPTE DE PETITES ANNONCES	RECEPTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECEPTE GLOBALE				
16	1 832 729	314 252	2 146 981	57	973 489	624 731	1 598 220	43	3 745 201				
42	253 025	78 645	331 670	87	46 795	1 951	48 746	13	380 416				
12	675 115	523 073	1 198 188	54	825 034	184 715	1 009 749	46	2 207 937				

L
25 PRESSE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

	NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE			RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE			RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
		DE VENTE AU NUMERO	DE VENTE PAR ABONNEMENT	DE VENTE			DE PUBLICITE COMMERCIALE	DE PETITES ANNONCES	DE PUBLICITE			
QUOTIDIENS REGIONAUX ET DEPARTEMENTAUX												
1981	SEMAINE	80	n.d.	n.d.	4 000 012	60	n.d.	n.d.	2 615 346	40	6 615 358	
	7 ^{eme} JOUR	27	n.d.	n.d.	376 918	61	n.d.	n.d.	243 032	39	619 950	
1982	SEMAINE	80	3 695 774	998 685	4 694 459	61	2 309 084	700 595	3 009 679	39	7 704 138	
	7 ^{eme} JOUR	26	354 717	36 666	391 383	62	198 218	42 110	240 328	38	631 711	
1983	SEMAINE	80	4 070 486	1 165 098	5 235 584	61	2 516 672	803 284	3 319 956	39	8 555 540	
	7 ^{eme} JOUR	26	435 159	35 541	470 700	72	152 187	34 583	186 770	28	657 470	
HEBDOMADAIRES DEPARTEMENTAUX ET LOCAUX												
1983	HEBDOOS DEPARTEMENTAUX ET LOCAUX	332	197 131	149 780	346 911	48	287 709	86 309	374 018	52	720 929	

n.d. Non disponible

1 9 8 3

L
26 PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

	NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE			RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE			RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
		DE VENTE AU NUMERO	DE VENTE PAR ABONNEMENT	DE VENTE			DE PUBLICITE COMMERCIALE	DE PETITES ANNONCES	DE PUBLICITE			
PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE												
1983	QUOTIDIENS	80	4 070 486	1 165 098	5 235 584	61	2 516 672	803 284	3 319 956	39	8 555 540	
	JOURNAUX DU 7 ^{eme} JOUR	26	435 159	35 541	470 700	72	152 187	34 583	186 770	28	657 470	
HEBDOMADAIRES	332	197 131	149 780	346 911	42	272 586	20 554	478 097	58	825 008		
	27	10 012	10 355	20 367	54	16 325	148	17 273	46	37 640		
TRIMESTRIELS	5	1 078	1 071	2 149	68	1 011	-	1 011	32	3 160		
	470	4 713 866	1 361 845	6 075 711	60	2 958 781	1 043 526	4 002 307	40	10 078 018		

PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

27 CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

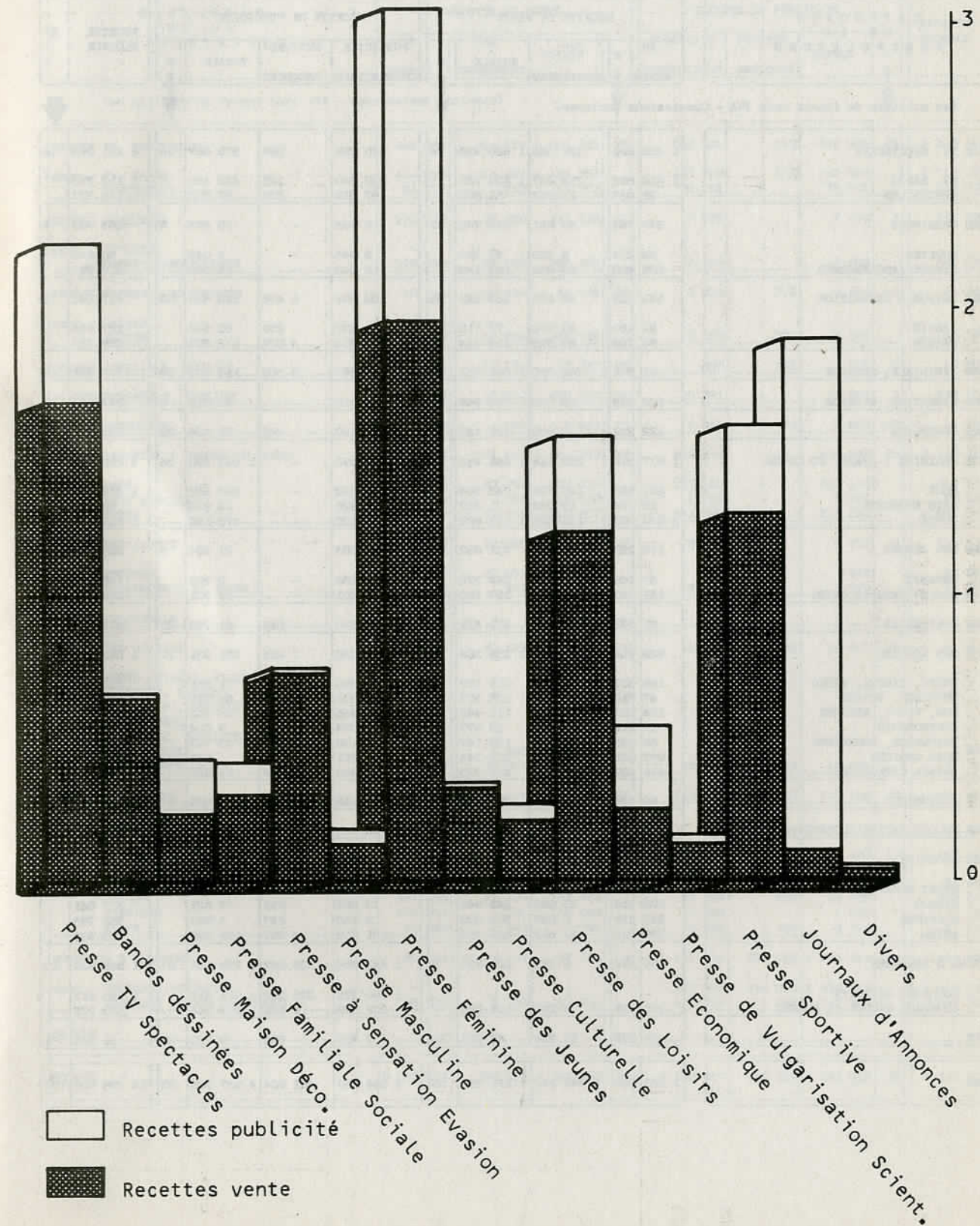
NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
356	4 679 658	1 302 467	5 982 125	61	2 914 239	921 530	3 835 769	39	9 817 894
17	10 131	21 469	31 600	92	12 360	2 793	15 153	8	46 753
25	13 223	12 515	25 738	58	18 923	-	18 923	42	44 661
72	10 854	25 394	36 248	21	13 259	119 203	132 462	79	168 710

1 9 8 3

CHIFFRE D'AFFAIRES 1983

PERIODIQUES GRAND PUBLIC

Milliards de Francs



CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
PRESSE TV. SPECTACLES	1 453 896	226 542	1 680 438	74	570 259	398	570 657	26	2 251 095	16
dont . TV. RADIO . SPECTACLES	1 414 866 39 030	214 487 12 053	1 629 353 51 085		483 240 15 648	165 233	483 405 87 252		2 112 758 138 337	
BANDES DESSINEES	579 764	64 981	644 745	97	18 693	-	18 693	3	663 438	5
dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	43 274 536 490	4 323 60 658	47 597 597 148		3 045 15 648	-	3 045 15 648		50 642 612 796	
PRESSE MAISON - DECORATION	133 919	99 663	233 582	55	188 001	5 438	193 439	45	427 021	3
dont . JARDIN . MAISON	37 150 96 769	39 968 59 695	77 118 156 464		49 687 138 314	859 4 579	50 546 142 893		127 664 299 357	
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	91 821	209 990	301 811	72	113 367	5 303	118 670	28	420 481	3
PRESSE SENSATION, EVASION	682 028	23 738	705 766	94	41 718	-	41 718	6	747 484	5
PRESSE MASCULINE	122 232	2 905	125 137	70	71 190	444	71 634	30	196 771	1
PRESSE FEMININE / PRESSE DU COEUR	1 677 824	288 619	1 966 443	64	1 093 590	-	1 093 590	36	3 060 033	22
dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	601 635 52 124 1 024 065	140 733 19 328 128 558	742 368 71 452 1 152 623		600 562 14 926 478 102	- - -	600 562 14 926 478 102		1 342 930 86 378 1 630 725	
PRESSE DES JEUNES	198 229	133 633	331 862	94	21 284	-	21 284	6	353 146	2
dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	37 106 161 123	107 166 26 467	144 272 187 590		2 283 19 001	- -	2 283 19 001		146 555 206 591	
PRESSE CULTURELLE	61 831	149 590	211 421	77	61 570	218	61 788	23	273 209	2
PRESSE DES LOISIRS	926 954	308 430	1 235 384	79	321 036	7 495	328 531	21	1 563 915	11
dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . GASTRONOMIE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	189 807 47 510 104 828 19 226 68 531 285 625 211 427	29 365 78 167 11 114 9 251 33 616 27 119 119 798	219 172 125 677 115 942 28 477 102 147 312 744 331 225		70 990 60 898 54 465 9 004 33 159 251 92 269	571 3 380 697 - 584 - 2 263	71 561 64 278 55 162 9 004 33 743 251 94 532		290 733 189 955 171 104 37 481 135 890 312 995 425 757	
PRESSE ECONOMIQUE	50 506	203 536	254 042	46	263 152	37 744	300 896	54	554 938	4
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	68 448	64 914	133 362	82	28 920	64	28 984	18	162 346	1
PRESSE SPORTIVE	1 160 211	134 104	1 294 315	81	291 562	8 017	299 579	19	1 593 894	11
dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	204 133 208 358 357 319 390 401	55 042 35 582 6 087 37 393	259 175 243 940 363 406 427 794		113 706 73 062 3 142 101 652	2 824 859 247 4 087	116 530 73 921 3 389 105 739		375 705 317 861 366 795 533 533	
JOURNAUX D'ANNONCES	100 965	8 273	109 238	6	1 442 704	336 897	1 779 601	94	1 888 839	13
dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO	- 100 965	- 8 273	- 109 238		1 240 325 202 379	325 292 11 605	1 565 617 213 984		1 565 617 323 222	
DIVERS	19 372	24 334	43 706	84	7 453	786	8 239	16	51 945	1
TOTAUX	7 328 000	1 943 252	9 271 252	65	4 534 499	402 804	4 937 303	35	14 208 555	100

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
PRESSE TV. SPECTACLES	1 449 036	214 719	1 663 755	75	562 341	165	562 506	25	2 226 261	30
dont . TV. RADIO . SPECTACLES	1 414 866 34 170	214 487 232	1 629 353 34 402		483 240 79 101	165 -	483 405 79 101		2 112 758 113 503	
BANDES DESSINEES	195 572	39 860	235 432	97	7 498	-	7 498	3	242 930	3
dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	- 195 572	- 39 860	- 235 432		- 7 498	- -	- 7 498		- 242 930	
PRESSE MAISON - DECORATION	10 795	30 954	41 749	86	5 824	772	6 596	14	48 345	1
dont . JARDIN . MAISON	- 10 795	- 30 954	- 41 749		- 5 824	- 772	- 6 596		- 48 345	
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	1 801	10 222	12 023	95	400	179	579	5	12 602	0,5
PRESSE SENSATION, EVASION	601 926	18 937	620 863	97	19 291	-	19 291	3	640 154	9
PRESSE MASCULINE	8 315	517	8 832	75	2 463	444	2 907	25	11 739	0,5
PRESSE FEMININE / PRESSE DU COEUR	1 091 544	171 535	1 263 079	74	452 642	-	452 642	26	1 715 721	23
dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	329 243 18 930 743 371	97 781 318 73 436	427 024 19 248 816 807		237 110 1 291 214 241	- - -	237 110 1 291 214 241		664 134 20 539 1 031 048	
PRESSE DES JEUNES	62 455	32 895	95 350	92	8 150	-	8 150	8	103 500	1
dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	7 047 55 408	32 692 203	39 739 55 611		544 7 606	- -	544 7 606		40 283 63 217	
PRESSE CULTURELLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PRESSE DES LOISIRS	3 643	43 571	47 214	77	12 932	1 469	14 401	23	61 615	1
dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . GASTRONOMIE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	- - - - - - 3 643	- - - - - - 39 680	- - - - - - 43 323		- - - - - - 12 932	- - - - - - 1 469	- - - - - - 14 401		- - - - - - 57 724	
PRESSE ECONOMIQUE	27 554	101 134	128 688	52	118 329	1 857	120 186	48	248 874	3
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PRESSE SPORTIVE	348 919	34 241	383 160	83	74 818	4 425	79 243	17	462 403	6
dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	37 453 161 223 137 354 12 889	7 245 25 823 731 442	44 698 187 046 138 085 13 331		17 455 54 239 1 065 2 059	1 831 859 - 1 735	19 286 55 098 1 065 3 794		63 984 242 144 139 150 17 125	
JOURNAUX D'ANNONCES	90 024	7 739	97 763	6	1 271 729	298 185	1 569 914	94	1 667 677	22
dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO	- 90 024	- 7 739	- 97 763		1 130 025 141 704	296 920 1 265	1 426 945 142 969		1 426 945 240 732	
DIVERS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAUX	3 891 584	706 324	4 597 908	62	2 536 417	307 496	2 843 913	38	7 441 821	100

K 30

PÉRIODIQUES "GRAND PUBLIC"

CHIFFRE D'AFFAIRES 1983 (PUBLICATIONS MENSUELLES)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
PRESSE TV. SPECTACLES	4 860	11 823	16 683	66	7 918	233	8 151	33	24 834	0,5
dont . TV. RADIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
. SPECTACLES	4 860	11 823	16 683		7 918	233	8 151		24 834	
BANDES DESSINEES	232 000	20 899	252 899	96	11 109	-	11 109	4	264 008	5
dont . ADULTES	42 572	4 263	46 835		3 045	-	3 045		49 880	
. ENFANTS/ADOLESCENTS	189 428	16 636	206 064		8 064	-	8 064		214 128	
PRESSE MAISON - DECORATION	85 197	49 108	134 305		129 799	1 716	131 515		265 820	5
dont . JARDIN	37 150	25 895	63 045		45 505	859	46 364		109 409	
. MAISON	48 047	23 213	71 260		84 294	857	85 151		156 411	
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	89 770	198 868	288 638	71	112 967	5 124	118 091	29	406 729	7
PRESSE SENSATION, EVASION	65 681	3 733	69 414	76	21 626	-	21 626	24	91 040	2
PRESSE MASCULINE	113 705	2 388	116 093		68 727	-	68 727	37	184 820	2,5
PRESSE FEMININE / PRESSE DU COEUR	553 395	109 741	663 136	52	621 870	-	621 870	48	1 285 006	24
dont . MODE	253 901	41 984	295 885		349 179	-	349 179		645 064	
. ARTS MENAGERS	18 800	12 635	31 435		8 830	-	8 830		40 265	
. AUTRE	280 694	55 122	335 816		263 861	-	263 861		599 677	
PRESSE DES JEUNES	128 834	98 538	227 372	95	12 131	-	12 131	5	239 503	5
dont . ENFANTS	29 359	72 274	101 633		1 738	-	1 738		103 371	
. ADOLESCENTS ET AUTRE	99 475	26 264	125 739		10 393	-	10 393		136 132	
PRESSE CULTURELLE	55 215	137 745	192 960	76	59 610	218	59 828	24	252 788	5
PRESSE DES LOISIRS	709 363	230 075	939 438	77	273 278	5 632	278 910	23	1 218 348	23
dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO	182 110	27 266	209 376		65 213	569	65 782		275 158	
. TOURISME, VOYAGE	41 102	70 627	111 729		54 099	2 988	57 087		168 816	
. SON, HI-FI, MUSIQUE	96 830	10 591	107 421		53 465	697	54 162		161 583	
. GASTRONOMIE	1 553	6 125	7 678		6 003	-	6 003		13 681	
. BRICOLAGE, MODELISME	52 105	32 303	84 408		24 243	584	24 827		109 235	
. MOTS CROISES	171 700	12 000	183 700		141	-	141		183 841	
. AUTRES CATEGORIES	163 963	71 163	235 126		70 114	794	70 908		306 034	
PRESSE ECONOMIQUE	8 177	43 280	51 457	45	94 175	2 442	96 617	65	148 074	3
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	67 612	64 600	132 212	82	28 880	64	28 944	18	161 156	3
PRESSE SPORTIVE	308 994	86 321	395 315	72	154 626	1 747	156 373	28	551 688	10
dont . SPORT MECANIQUE	162 589	43 747	206 336		92 751	992	93 743		300 079	
. BALLON	45 334	9 758	55 092		18 823	-	18 823		73 915	
. HIPPIQUE	24 265	2 217	26 482		200	80	280		26 762	
. AUTRE	76 806	30 599	107 405		42 852	675	43 527		150 932	
JOURNAUX D'ANNONCES	6 785	216	7 001	3	167 720	36 757	204 477	97	211 478	4
dont . JOURNAUX GRATUITS	-	-	-		109 090	27 550	136 640		136 640	
. JOURNAUX VENDUS AU NUMERO	6 785	216	7 001		58 630	9 207	67 837		74 838	
DIVERS	18 805	23 214	42 019	84	7 353	786	8 139	16	50 158	1
TOTAUX	2 448 393	1 080 549	3 528 942	66	1 771 789	54 719	1 826 508	34	5 355 450	100

K 31

PÉRIODIQUES "GRAND PUBLIC"

CHIFFRE D'AFFAIRES 1983 (PUBLICATIONS TRIMESTRIELLES)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
PRESSE TV. SPECTACLES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dont . TV. RADIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
. SPECTACLES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BANDES DESSINEES	151 252	4 022	155 274	100	86	-	86	0	155 360	23
dont . ADULTES	702	60	762		-	-	-		762	
. ENFANTS/ADOLESCENTS	150 550	3 962	154 512		86	-	86		154 598	
PRESSE MAISON - DECORATION	37 927	19 600	57 527	51	52 378	2 950	55 328	49	112 855	18
dont . JARDIN	-	14 072	14 072		4 182	-	4 182		18 254	
. MAISON	37 927	5 528	43 455		48 196	2 950	51 146		94 601	
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	250	900	1 150	100	-	-	-	0	1 150	0,5
PRESSE SENSATION, EVASION	14 420	1 068	15 488	98	400	-	400	2	15 888	2
PRESSE MASCULINE	212	-	212	100	-	-	-	0	212	-
PRESSE FEMININE / PRESSE DU COEUR	32 885	7 343	40 228	68	19 078	-	19 078	32	59 306	9
dont . MODE	18 491	968	19 459		14 273	-	14 273		33 732	
. ARTS MENAGERS	14 394	6 375	20 769		4 805	-	4 805		25 574	
. AUTRE	-	-	-		-	-	-		-	
PRESSE DES JEUNES	6 940	2 200	9 140	90	1 002	-	1 002	10	10 142	2
dont . ENFANTS	700	2 200	2 900		-	-	-		2 900	
. ADOLESCENTS ET AUTRE	6 240	-	6 240		1 002	-	1 002		7 242	
PRESSE CULTURELLE	6 616	11 845	18 461	90	1 960	-	1 960	10	20 421	3
PRESSE DES LOISIRS	208 383	33 199	241 582	89	28 780	2	28 782	11	270 364	40
dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO	7 697	2 099	9 796		5 777	2	5 779		15 575	
. TOURISME, VOYAGE	843	6 351	7 194		753	-	753		7 947	
. SON, HI-FI, MUSIQUE	7 998	523	8 521		1 000	-	1 000		9 521	
. GASTRONOMIE	17 673	3 126	20 799		3 001	-	3 001		23 800	
. BRICOLAGE, MODELISME	16 426	1 313	17 739		8 916	-	8 916		26 655	
. MOTS CROISES	113 925	11 228	125 153		110	-	110		125 263	
. AUTRES CATEGORIES	43 821	8 559	52 380		9 223	-	9 223		61 603	
PRESSE ECONOMIQUE	194	339	533	73	202	-	202	27	735	0,5
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	836	314	1 150	97	40	-	40	3	1 190	0,5
PRESSE SPORTIVE	12 098	5 930	18 028	64	9 979	35	10 014	36	28 042	0,5
dont . SPORT MECANIQUE	4 091	4 050	8 141		3 500	-	3 500		11 641	
. BALLON	-	-	-		-	-	-		-	
. HIPPIQUE	155	138	293		62	5	67		360	
. AUTRE	7 852	1 742	9 594		6 417	30	6 447		16 041	
JOURNAUX D'ANNONCES	2 986	314	3 300	48	1 710	1 822	3 532	52	6 832	1
dont . JOURNAUX GRATUITS	-	-	-		1 210	822	2 032		2 032	
. JOURNAUX VENDUS AU NUMERO	2 986	314	3 300		500	1 000	1 500		4 800	
DIVERS	567	1 120	1 687	94	100	-	100	6	1 787	1
TOTAUX	475 566	88 194	563 760	82	115 715	4 809	120 524	18	684 284	100

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE	8 523	126 703	135 226	50	122 827	13 332	136 159	50	271 385	8
dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles)	4 839	92 718	97 557		93 206	11 357	104 563		202 120	
. CULTURE SPECIALISEE	328	12 728	13 056		15 220	1 611	16 831		29 887	
. ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	1 471	17 786	19 257		12 839	307	13 146		32 403	
. AUTRE	1 885	3 471	5 356		1 562	57	1 619		6 975	
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	2 279	45 657	47 936	62	26 442	2 468	28 910	38	76 846	2
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	635	18 358	18 993	84	3 607	78	3 685	16	22 678	1
LOCATION, IMMOBILIER	345	13 074	13 419	75	4 281	296	4 577	25	17 996	1
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	1 041	19 946	20 987	40	30 309	488	30 797	60	51 784	2
dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX	354	6 893	7 247		6 565	113	6 678		13 925	
. PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION	486	2 860	3 346		2 223	5	2 228		5 574	
. INDUSTRIE DU VERRE	12	598	610		745	4	749		1 359	
. CHIMIE DE BASE	142	4 984	5 126		9 870	74	9 944		15 070	
. INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	25	979	1 004		6 126	74	6 200		7 204	
. AUTRE	22	3 632	3 654		4 780	218	4 998		8 652	
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	14 139	41 086	55 225	36	88 572	11 148	99 720	64	154 945	5
dont . CONSTRUCTION MECANIQUE	1 430	5 525	6 955		12 648	47	12 695		19 650	
. CONSTRUCTION ELECTRIQUE ELECTRONIQUE	2 630	10 209	12 839		25 475	10 193	35 668		48 507	
. CONSTRUCTION AUTOMOBILES ET ASSIMILES	995	8 094	9 089		4 751	2	4 753		13 842	
. CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE	7 904	5 869	13 773		16 506	665	17 171		30 944	
. AUTRE	1 180	11 389	12 569		29 192	241	29 433		42 002	
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	3 851	46 508	50 359	37	79 353	6 821	86 174	63	136 533	4
dont . PARACHIMIE INDUSTRIE PHARMACUTIQUE	13	1 279	1 292		3 328	3	3 331		4 623	
. CUIR, TEXTILE, HABILLEMENT	1 010	19 116	20 126		37 218	2 057	39 275		59 401	
. IMPRIMERIE PRESSE EDITION	2 153	18 060	20 213		22 541	3 843	26 384		46 597	
. AUTRE	675	8 053	8 728		16 266	918	17 184		25 912	
ASSURANCES	90	4 462	4 552	66	2 319	51	2 370	34	6 922	-
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	1 837	59 596	61 433	65	21 552	11 000	32 552	35	93 985	3
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	9 839	108 346	118 185	48	87 635	40 622	128 257	52	246 442	8
dont . GROS OEUVRE	8 401	85 708	94 109		72 735	40 317	113 052		207 161	
. SECOND OEUVRE	1 438	22 638	24 076		14 900	305	15 205		39 281	
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	26 495	36 205	62 700	70	26 097	993	27 090	30	89 790	3
COMMERCE	2 865	39 180	42 045	36	71 112	2 347	73 459	64	115 504	3
dont . ALIMENTAIRE	149	14 013	14 162		12 212	518	12 730		26 892	
. NON ALIMENTAIRE	2 716	25 167	27 883		58 900	1 829	60 729		88 612	
SERVICES NON MARCHANDS	12 892	66 018	78 910	80	16 372	3 625	19 997	20	98 907	3
dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	3 398	22 158	25 556		859		859		26 415	
. PEDAGOGIE ET AUTRE	9 494	43 860	53 354		15 513	3 625	19 138		72 492	
SERVICES MARCHANDS	136 006	592 823	728 829	66	301 780	79 275	381 055	34	1 109 884	35
dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS	29 660	371 870	401 530		88 558	8 664	97 222		498 752	
. INFORMATIQUE	18 444	26 865	45 309		49 936	43 872	93 808		139 117	
. MAINTIEN, MAINTENANCE, SECURITE	139	19 524	19 663		16 383	128	16 511		36 174	
. PUBLICITE	3 973	10 916	14 889		28 975	304	29 279		44 168	
. REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	69 472	53 591	123 063		21 004	15 173	36 177		159 240	
. HOTELIERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	655	18 661	19 316		19 380	7 240	26 620		45 936	
. AUTRE	13 663	91 396	105 059		77 544	3 894	81 438		186 497	
PRESSE MEDICALE	6 792	209 825	216 617	31	488 703	3 713	492 416	69	709 033	22
dont . MEDICAL GENERALISTE	3 758	87 944	91 702		407 757	1 377	409 134		500 836	
. MEDICAL SPECIALISTE	788	60 388	61 176		26 593	45	26 638		87 814	
. MEDICAL DENTAIRE	174	14 600	14 774		14 255	674	14 929		29 703	
. MEDICAL HOSPITALIER	1 827	17 596	19 423		5 348	985	6 333		25 756	
. PARAMEDICAL	70	6 669	6 739		1 858	560	2 418		9 157	
. PHARMACUTIQUE	161	18 464	18 625		26 022		26 022		44 647	
. VETERINAIRE	14	4 164	4 178		6 870	72	6 942		11 120	
TOTAUX	227 629	1 427 787	1 655 416	52	1 370 961	176 257	1 547 218	48	3 202 634	100

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE	PETITES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT			COMMERCIALE	ANNONCES				
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE	5 808	71 184	76 992	47	76 652	11 310	87 962	53	164 954	13
dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles)	3 993	68 811	72 804		72 679	10 053	82 732		155 536	
. CULTURE SPECIALISEE	-	917	917		2 373	1 000	3 373		4 290	
. ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	-	400	400		600	200	800		1 200	
. AUTRE	1 815	1 056	2 871		1 000	57	1 057		3 928	
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	-	10 100	10 100	80	2 042	433	2 475	20	12 575	-
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	-	405	405	100	1	-	1	0	406	-
LOCATION, IMMOBILIER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	7	2 483	2 490	33	5 078	74	5 152	67	7 642	-
dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX	-	-	-		-	-	-		-	
. PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION	-	-	-		-	-	-		-	
. INDUSTRIE DU VERRE	-	-	-		-	-	-		-	
. CHIMIE DE BASE	7	2 483	2 490		5 078	74	5 152		7 642	
. INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	-	-	-		-	-	-		-	
. AUTRE	-	-	-		-	-	-		-	
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	1 527	6 767	8 294	24	15 996	10 518	26 514	76	34 808	3
dont . CONSTRUCTION MECANIQUE	-	-	-		-	-	-		-	
. CONSTRUCTION ELECTRIQUE ELECTRONIQUE	-	1 975	1 975		7 644	10 125	17 769		19 744	
. CONSTRUCTION AUTOMOBILES ET ASSIMILES	-	-	-		-	-	-		-	
. CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE	1 523	3 192	4 715		7 752	393	8 145		12 860	
. AUTRE	4	1 600	1 604		600	0	600		2 204	
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	525	14 532	15 057	38	19 023	5 057	24 080	62	39 137	3
dont . PARACHIMIE INDUSTRIE PHARMACUTIQUE	-	-	-		-	-	-		-	
. CUIR, TEXTILE, HABILLEMENT	97	4 353	4 450		14 309	2 057	16 366		20 816	
. IMPRIMERIE PRESSE EDITION	428	10 179	10 607		4 714	3 000	7 714		18 321	
. AUTRE	-	-	-		-	-	-		-	
ASSURANCES	-	621	621	65	300	30	330	35	951	-
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	2 860	45 038	47 898	33	55 113	40 313	95 426	67	143 324	11
dont . GROS OEUVRE	2 860	45 038	47 898		55 113	40 313	95 426		143 324	
. SECOND OEUVRE	-	-	-		-	-	-		-	
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	7 087	12 176	19 263	69	7 988	573	8 561	31	27 824	1
COMMERCE	245	8 516	8 761	76	2 705	113	2 818	24	11 579	1
dont . ALIMENTAIRE	20	7 188	7 208		1 004	15	1 019		8 227	
. NON ALIMENTAIRE	225	1 328	1 553		1 701	98	1 799		3 352	
SERVICES NON MARCHANDS	1 230	7 040	8 270	89	1 000	-	1 000	11	9 270	-
dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	530	1 600	2 130		-	-	-		2 130	
. PEDAGOGIE ET AUTRE	700	5 440	6 140		1 000	-	1 000		7 140	
SERVICES MARCHANDS	78 430	211 438	289 868	57	140 012	75 146	215 158	43	505 026	38
dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS	9 673	154 828	164 501		72 893	8 051	80 944		245 445	
. INFORMATIQUE	3 546	13 384	16 930		20 812	43 160	63 972		80 902	
. MAINTIEN, MAINTENANCE, SECURITE	-	-	-		-	-	-		-	
. PUBLICITE	690	6 000	6 690		8 000	-	8 000		14 690	
. REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	62 566	14 866	77 432		11 704	15 173	26 877		104 309	
. HOTELIERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	4	7 600	7 604		6 685	7 197	13 882		21 486	
. AUTRE	1 951	14 760	16 711		19 918	1 565	21 483		38 194	
PRESSE MEDICALE	3 502	84 516	88 018	24	278 711	1 682	280 393	76	368 411	28
dont . MEDICAL GENERALISTE	3 454	64 004	67 458</							

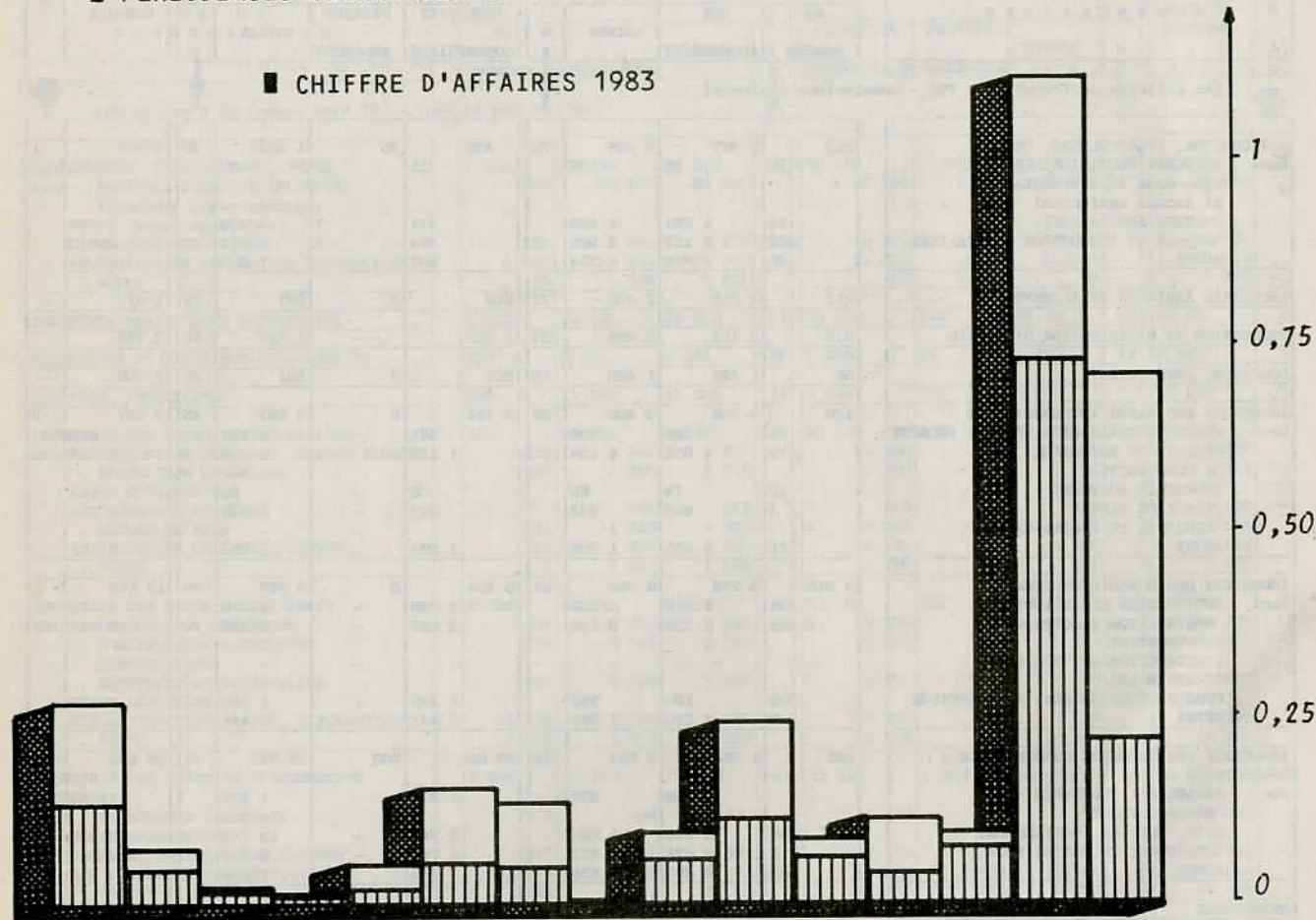
CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT								
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE	1 983	46 330	48 313	52	42 738	1 486	44 224	48	92 537	8
dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles)	820	23 877	24 697		20 516	1 283	21 799		46 496	
. CULTURE SPECIALISEE	129	5 549	5 678		10 374	103	10 477		16 155	
. ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	1 009	14 958	15 967		11 823	100	11 923		27 890	
. AUTRE	25	1 946	1 971		25	-	25		1 996	
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	2 062	24 457	26 519	53	22 684	747	23 431	47	49 950	4
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	320	6 931	7 251	85	1 228	51	1 279	15	8 530	1
LOCATION, IMMOBILIER	286	11 045	11 331	74	3 644	291	3 935	26	15 266	1
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	914	13 683	14 597	39	22 049	409	22 458	61	37 055	3
dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX	350	6 567	6 917		6 004	113	6 117		13 034	
. PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION	407	1 805	2 212		1 100	-	1 100		3 312	
. INDUSTRIE DU VERRE	-	522	522		670	4	674		1 196	
. CHIMIE DE BASE	131	1 863	1 994		4 369	-	4 369		6 363	
. INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	25	979	1 004		6 126	74	6 200		7 204	
. AUTRE	1	1 947	1 948		3 780	218	3 998		5 946	
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	8 596	28 544	37 140	37	63 302	622	63 924	63	101 064	8
dont . CONSTRUCTION MECANIQUE	481	4 510	4 991		9 900	47	9 947		14 938	
. CONSTRUCTION ELECTRIQUE ELECTRONIQUE	202	5 514	5 716		15 135	68	15 203		20 919	
. CONSTRUCTION AUTOMOBILES ET ASSIMILES	995	8 094	9 089		4 751	2	4 753		13 842	
. CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE	5 752	2 507	8 259		7 364	272	7 636		15 895	
. AUTRE	1 166	7 919	9 085		26 152	233	26 385		35 470	
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	2 555	22 613	25 168	42	33 592	1 064	34 656	58	59 824	5
dont . PARACHIMIE INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE	13	420	433		1 453	3	1 456		1 889	
. CUIR, TEXTILE, HABILLEMENT	327	9 543	9 870		7 450	-	7 450		17 320	
. IMPRIMERIE PRESSE EDITION	1 723	7 050	8 773		15 678	843	16 521		25 294	
. AUTRE	492	5 600	6 092		9 011	218	9 229		15 321	
ASSURANCES	90	2 791	2 881	61	1 820	21	1 841	39	4 722	1
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	270	5 208	5 478	78	1 511	-	1 511	22	6 989	1
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	2 072	28 942	31 014	60	20 668	109	20 777	40	51 791	4
dont . GROS OEUVRE	894	23 523	24 417		13 977	4	13 981		38 398	
. SECOND OEUVRE	1 178	5 419	6 597		6 691	105	6 796		13 393	
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	19 353	20 715	40 068	78	11 168	275	11 443	22	51 511	4
COMMERCE	1 346	25 134	26 480	31	55 722	2 017	57 739	69	84 219	7
dont . ALIMENTAIRE	86	6 071	6 157		10 108	403	10 511		16 668	
. NON ALIMENTAIRE	1 260	19 063	20 323		45 614	1 614	47 228		67 551	
SERVICES NON MARCHANDS	7 632	35 551	43 183	70	14 651	3 625	18 276	30	61 459	5
dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	158	6 529	6 687		759	-	759		7 446	
. PEDAGOGIE ET AUTRE	7 474	29 022	36 496		13 892	3 625	17 517		54 013	
SERVICES MARCHANDS	47 075	237 337	284 412	70	119 435	3 750	123 185	30	407 597	35
dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION	17 123	139 376	156 499		11 430	612	12 042		168 541	
SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS	14 678	12 561	27 239		28 724	712	29 436		56 675	
. INFORMATIQUE	44	6 212	6 256		10 371	50	10 421		16 677	
. MAINTIEN, MAINTENANCE, SECURITE	1 643	1 516	3 159		10 975	4	10 979		14 138	
. PUBLICITE	6 410	29 073	35 483		7 629	-	7 629		43 112	
. REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	646	8 788	9 434		11 995	43	12 038		21 472	
. HOTELLERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	6 531	39 811	46 342		38 311	2 329	40 640		86 982	
PRESSE MEDICALE	2 418	73 329	75 747	52	69 574	1 007	70 581	48	146 328	13
dont . MEDICAL GENERALISTE	216	14 598	14 814		36 179	2	36 181		50 995	
. MEDICAL SPECIALISTE	215	29 727	29 942		18 871	20	18 891		48 833	
. MEDICAL DENTAIRE	-	516	516		1 785	-	1 785		2 301	
. MEDICAL HOSPITALIER	1 812	16 353	18 165		4 594	985	5 579		23 744	
. PARAMEDICAL	14	1 585	1 599		365	-	365		1 964	
. PHARMACEUTIQUE	147	8 296	8 443		5 655	-	5 655		14 098	
. VETERINAIRE	14	2 254	2 268		2 125	-	2 125		4 393	
TOTAUX	96 972	582 610	679 582	58	483 786	15 474	499 260	42	1 178 842	100

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	%
	AU	PAR	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		
	NUMERO	ABONNEMENT								
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE	552	2 887	3 439	70	1 433	35	1 468	30	4 907	1
dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles)	26	30	56		11	21	32		88	
. CULTURE SPECIALISEE	19	1 261	1 280		471	7	478		1 758	
. ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	462	1 127	1 589		414	7	421		2 010	
. AUTRE	45	469	514		537	-	537		1 051	
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	212	2 218	2 430	71	984	3	987	29	3 417	-
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	316	2 113	2 429	64	1 357	-	1 357	36	3 786	-
LOCATION, IMMOBILIER	59	1 429	1 488	72	587	5	592	28	2 080	-
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	120	3 780	3 900	55	3 182	5	3 187	45	7 087	2
dont . PRODUCTION MINERAIS, METAUX FERREUX	4	326	330		561	-	561		891	
. PRODUCTION MATERIAUX DE CONSTRUCTION	79	1 055	1 134		1 123	5	1 128		2 262	
. INDUSTRIE DU VERRE	12	76	88		75	-	75		163	
. CHIMIE DE BASE	4	638	642		423	-	423		1 065	
. INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	-	-	-		-	-	-		-	
. AUTRE	21	1 685	1 706		1 000	-	1 000		2 706	
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	4 015	5 775	9 790	51	9 274	8	9 282	49	19 072	5
dont . CONSTRUCTION MECANIQUE	949	1 015	1 964		2 748	-	2 748		4 712	
. CONSTRUCTION ELECTRIQUE ELECTRONIQUE	2 428	2 720	5 148		2 696	-	2 696		7 844	
. CONSTRUCTION AUTOMOBILES ET ASSIMILES	-	-	-		-	-	-		-	
. CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE	629	170	799		1 389	-	1 389		2 188	
. AUTRE	9	1 870	1 879		2 441	8	2 449		4 328	
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	680	9 284	9 964	28	25 021	700	25 721	72	35 685	9
dont . PARACHIMIE INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE	-	859	859		1 875	-	1 875		2 734	
. CUIR, TEXTILE, HABILLEMENT	495	5 141	5 636		13 742	-	13 742		19 378	
. IMPRIMERIE PRESSE EDITION	2	831	833		2 149	-	2 149		2 982	
. AUTRE	183	2 453	2 636		7 255	700	7 955		10 592	
ASSURANCES	-	251	251	56	200	-	200	44	451	-
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	46	180	226	100	-	-	-	-	226	-
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	4 908	33 442	38 350	80	9 345	-	9 345	20	47 695	12
dont . GROS OEUVRE	4 647	17 147	21 794		3 645	-	3 645		25 439	
. SECOND OEUVRE	261	16 295	16 556		5 700	-	5 700		22 256	
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	46	1 790	1 836	83	387	-	387	17	2 223	-
COMMERCE	1 273	5 530	6 803	35	12 686	117	12 803	65	19 606	5
dont . ALIMENTAIRE	42	754	796		1 101	-	1 101		1 897	
. NON ALIMENTAIRE	1 231	4 776	6 507		11 585	117	11 702		17 709	
SERVICES NON MARCHANDS	3 693	22 462	26 155	97	720	-	720	3	26 875	7
dont . RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	2 373	13 064	15 437		99	-	99		15 536	
. PEDAGOGIE ET AUTRE	1 320	9 398	10 718		621	-	621		11 339	
SERVICES MARCHANDS	9 101	124 048	133 149	76	42 333	78	42 411	24	175 560	43
dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION	2 864	57 666	60 530		4 235	-	4 235		64 765	
SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS	14 678	12 561	27 239		28 724	712	29 436		56 675	
. INFORMATIQUE	44	6 212	6 256		10 371	50	10 421		16 677	
. MAINTIEN, MAINTENANCE, SECURITE	1 643	1 516	3 159		10 975	4	10 979		14 138	
. PUBLICITE	6 410	29 073	35 483		7 629	-	7 629		43 112	
. REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	646	8 788	9 434		11 995	43	12 038		21 472	
. HOTELLERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	6 531	39 811	46 342		38 311	2 329	40 640		86 982	
PRESSE MEDICALE	728	44 381	45 109	74	15 585	107	15 692	26	60 801	15
dont . MEDICAL GENERALISTE	73	3 310	3 383		3 028	-	3 028		6 411	
. MEDICAL SPECIALISTE	444	29 094	29 538							

■ PERIODIQUES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS

■ CHIFFRE D'AFFAIRES 1983

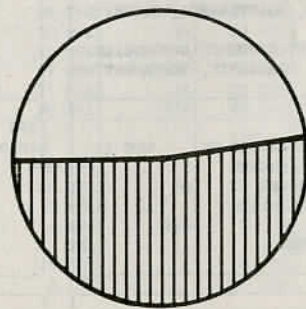
Echelle
milliard de Francs



Presse médicale
Services non-marchands
Services marchands
Commerces
Transport et télécommunication
Industrie du bâtiment
Industrie des biens de consommation
Industrie des biens d'équipement
Organismes financiers
Assurances
Industrie des biens intermédiaires
Industrie immobilière
Industrie des biens d'énergie
Location et distribution
Industrie agricole et alimentaire
Industrie sylvicole et pêche
Agriculture

□ Recettes publicité

▨ Recettes ventes



A	[] PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE ET DE PROVINCE, HEBDOMADAIRES LOCAUX REPARTITION GEOGRAPHIQUE ET PENETRATION PAR FOYER	P. 78
B	[] QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE TIRAGE MOYEN EN JUIN DE CHAQUE ANNEE	P. 88
C	[] PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE ANALYSE STATISTIQUE PAR TRANCHE DE TIRAGE	P. 92
D	[] LES MAGAZINES D'INFORMATION	P. 104
E	[] LA PRESSE TELEVISION	P. 115
F	[] LA PRESSE MEDICALE "GENERALISTE"	P. 121
G	[] ENQUETE ANNUELLE D'ENTREPRISE (EXTRAIT)	P. 126
H	[] NOMENCLATURE DE CLASSEMENT DE LA PRESSE	P. 128

ANNEXE

A

PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE ET DE PROVINCE

HEBDOMADAIRES LOCAUX

REPARTITION GEOGRAPHIQUE ET PENETRATION PAR FOYER

La répartition géographique de la diffusion totale (vendus et gratuits) des quotidiens d'information générale et politique ainsi que leur pénétration moyenne par foyer dans chacune des régions avait fait l'objet d'une présentation pour les données de l'exercice 1982 dans le précédent bulletin *. Cette étude a été reconduite pour les données de l'exercice 1983 et augmentée d'une partie concernant les hebdomadaires départementaux et locaux.

Pour chacun des trois groupes de titres observés sur cette étude, les taux de pénétration par foyer sont détaillés par région sur la carte de France présentée en regard des tableaux chiffrés.

QUOTIDIENS NATIONAUX

Les résultats régionaux de diffusion des quotidiens nationaux concernent ici les 11 titres d'information générale et politique et les 2 titres économiques (LES ECHOS et LE NOUVEAU JOURNAL).

Hors de l'Ile de France dans laquelle les quotidiens nationaux réalisent près de 60 % de leur diffusion, chacune des autres régions compte pour environ 1 à 2 % à l'exception de la PICARDIE (3,89 %) de RHONE-ALPES (5,33 %) et de PROVENCE COTE D'AZUR (4,87 %).

La pénétration régionale de titres nationaux qui, à l'exception de l'ILE DE FRANCE et de la PICARDIE, touche de 3 à 6 % des foyers semble avoir régressé d'environ 1 point en 1983 (cf. Presse et Statistiques n° 9 page 81) particulièrement sur les régions à plus forte pénétration PROVENCE COTE D'AZUR, RHONE-ALPES, AQUITAINE et les 2 régions précitées. Cette observation ne vaut pas cependant pour la HAUTE-NORMANDIE.

* (cf. Presse et Statistiques n° 9 page 77)

QUOTIDIENS REGIONAUX ET DEPARTEMENTAUX

ALSACE ET BRETAGNE restent les 2 régions de plus forte implantation pour les titres régionaux qui, sur l'ensemble du territoire, pénètrent en moyenne dans un foyer sur trois.

HEBDOMADAIRES LOCAUX

La zone de diffusion des hebdomadaires locaux d'information générale et politique qui ne dépasse qu'exceptionnellement les limites des départements territoriaux n'atteint a fortiori jamais la région entière.

Cette présentation appelle deux remarques principales. Les régions de HAUTE-NORMANDIE et surtout de BASSE-NORMANDIE font figure de cas particulier puisque les hebdomadaires locaux y sont fortement implantés sans que les quotidiens nationaux et régionaux soient eux-mêmes sous représentés.

Sur l'ensemble du territoire la moyenne de pénétration par foyer des hebdomadaires locaux (14,75 %) est très nettement inférieure à celle réalisée par les quotidiens régionaux et départementaux (32,4 %).

QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE DE PARIS (1)
REPARTITION REGIONALE ET TAUX DE PENETRATION PAR FOYER

1983

R E G I O N S	Q U O T I D I E N S N A T I O N A U X			
	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	%	DIFFUSION PENETRATION PAR FOYER (2)
ILE DE FRANCE	13	1.122.302	58,46	30 %
CHAMPAGNE	12	20.227	1,05	4 %
PICARDIE	12	74.685	3,89	13 %
HAUTE NORMANDIE	12	34.995	1,82	6 %
CENTRE	12	45.039	2,35	5,5 %
BASSE NORMANDIE	12	23.699	1,23	5 %
BOURGOGNE	12	31.531	1,64	5 %
NORD	12	49.114	2,56	4 %
LORRAINE	12	26.686	1,39	3 %
ALSACE	12	25.438	1,32	4 %
FRANCHE COMTE	12	14.500	0,76	4 %
PAYS DE LOIRE	12	43.832	2,28	4 %
BRETAGNE	12	33.921	1,77	3,5 %
POITOU CHARENTES	12	21.645	1,13	4 %
AQUITAINE	12	48.202	2,51	5 %
MIDI PYRENEES	12	40.749	2,12	5 %
LIMOUSIN	12	11.840	0,62	4 %
RHONE - ALPES	12	102.283	5,33	6 %
AUVERGNE	12	18.314	0,95	4 %
LANGUEDOC ROUSSILLON	12	33.502	1,74	5 %
PROVENCE COTE D'AZUR	12	93.604	4,87	6 %
CORSE	12	4.064	0,21	4,5 %
T O T A L	-	1.920.172	100 %	-
M O Y E N N E	12	-		10 %

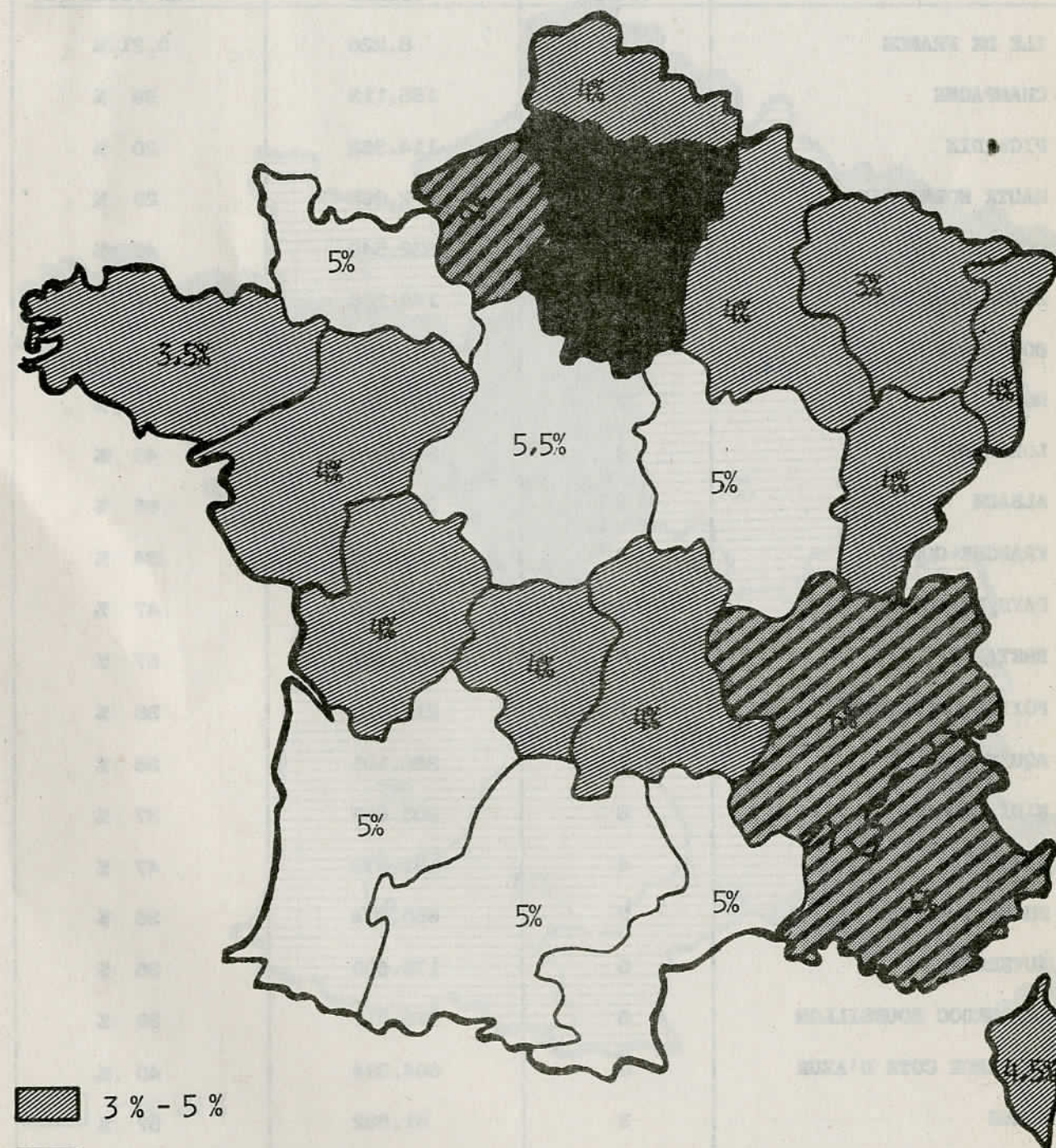
(1) Y compris les deux quotidiens économiques





(2) Nombre total de foyers : 19.674.300 (INSEE - Recensement général 1982)

DIFFUSION DES QUOTIDIENS NATIONAUX

D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

PAR REGION ADMINISTRATIVE



-  3 % - 5 %
-  5 % - 6 %
-  6 %
-  + DE 6 %

■ PENETRATION PAR FOYER POUR L'ENSEMBLE DES TITRES

HEBDOMADAIRES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE
REPARTITION REGIONALE ET TAUX DE PENETRATION PAR FOYER

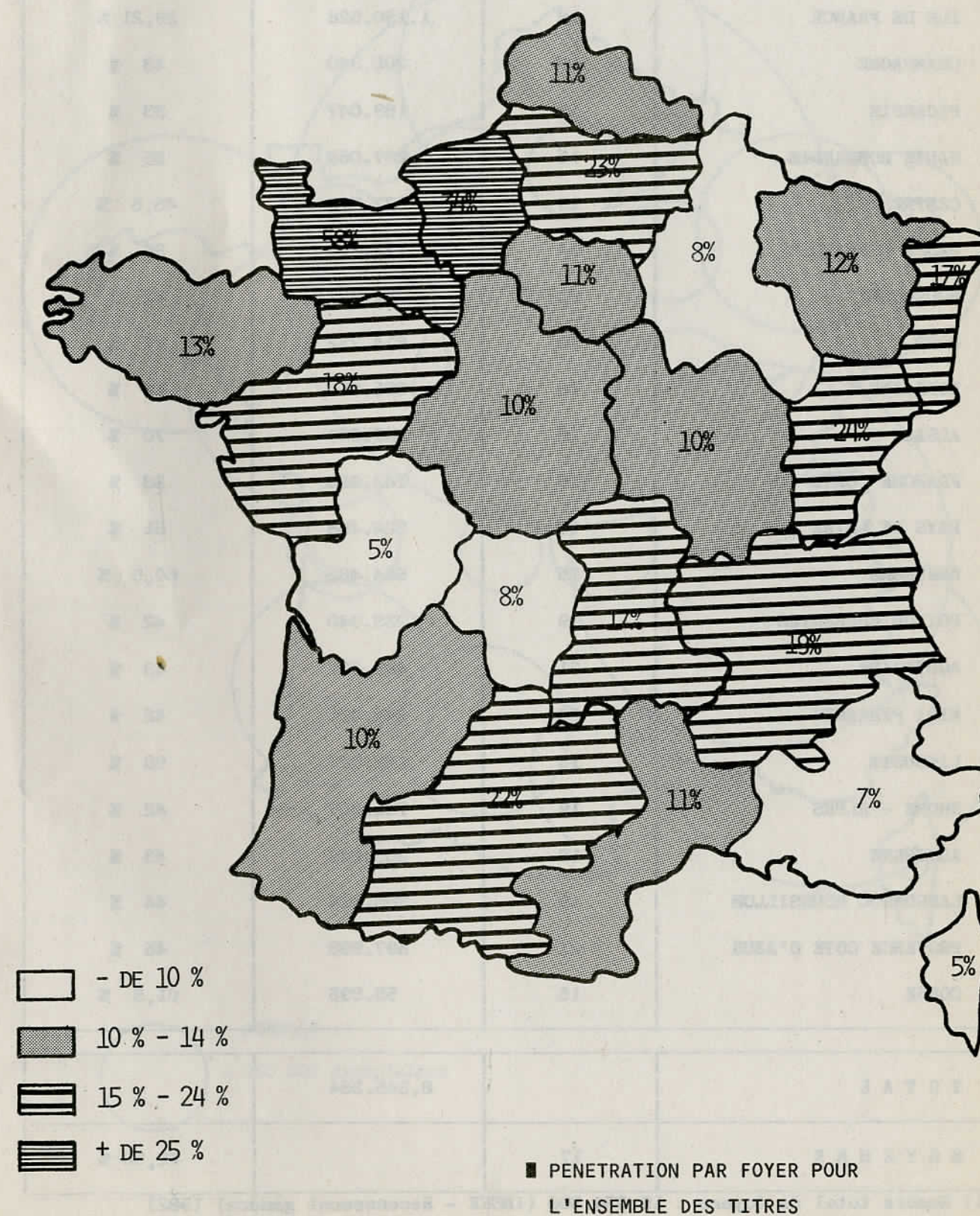
1983

REGIONS	HEBDOMADAIRES LOCAUX		
	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	DIFFUSION PENETRATION PAR FOYER (1)
ILE DE FRANCE	30	435.336	11 %
CHAMPAGNE	3	35.000	8 %
PICARDIE	14	137.504	23 %
HAUTE NORMANDIE	16	202.007	34 %
CENTRE	9	84.589	10 %
BASSE NORMANDIE	16	276.965	58 %
BOURGOGNE	10	50.981	10 %
NORD	12	148.213	11 %
LORRAINE	10	93.385	12 %
ALSACE	3	96.654	17 %
FRANCHE COMTE	10	90.807	24 %
PAYS DE LOIRE	26	181.597	18 %
BRETAGNE	20	128.776	13 %
POITOU CHARENTES	9	26.000	5 %
AQUITAINE	15	95.080	10 %
MIDI PYRENEES	25	180.166	22 %
LIMOUSIN	2	22.900	8 %
RHONE - ALPES	33	339.400	19 %
AUVERGNE	10	81.375	17 %
LANGUEDOC ROUSSILLON	10	79.378	11 %
PROVENCE COTE D'AZUR	13	110.520	7 %
CORSE	2	4.500	5 %
TOTAL	298	2.901.133	-
MOYENNE	13,5		14,75 %

(1) Nombre total de foyers : 19.674.300 (INSEE - Recensement général 1982)

DIFFUSION DES HEBDOMADAIRES LOCAUX
D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

PAR REGION ADMINISTRATIVE



ENSEMBLE DES QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE
REPARTITION REGIONALE ET TAUX DE PENETRATION PAR FOYER

1983

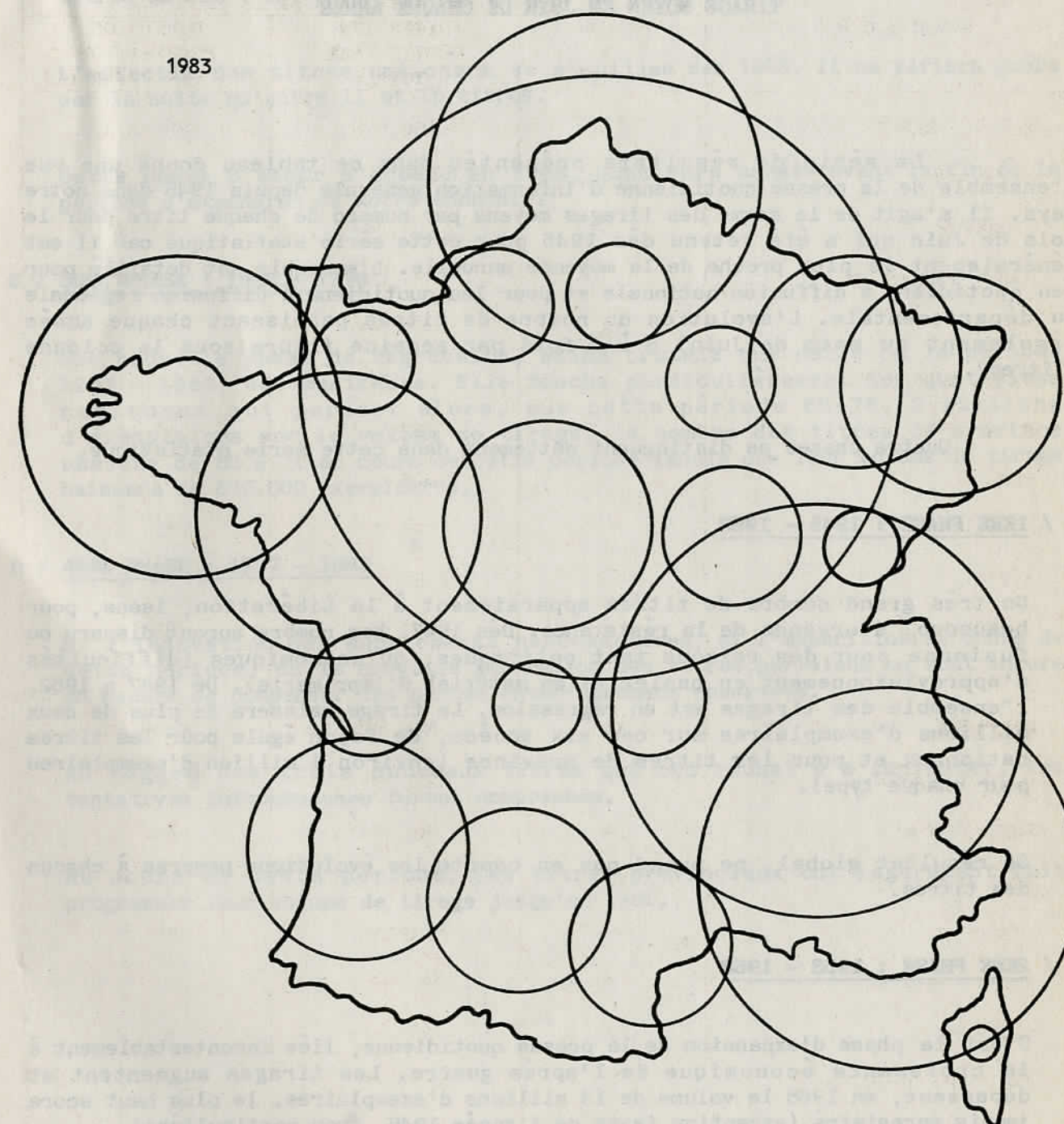
R E G I O N S	QUOTIDIENS NATIONAUX ET DE PROVINCE		
	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	DIFFUSION PENETRATION PAR FOYER (1)
ILE DE FRANCE	16	1.130.528	29,21 %
CHAMPAGNE	19	205.340	43 %
PICARDIE	15	189.047	33 %
HAUTE NORMANDIE	15	207.063	35 %
CENTRE	19	377.579	45,5 %
BASSE NORMANDIE	14	172.967	36 %
BOURGOGNE	21	252.937	42 %
NORD	19	614.732	47 %
LORRAINE	16	385.010	48 %
ALSACE	15	387.849	70 %
FRANCHE COMTE	15	143.938	38 %
PAYS DE LOIRE	18	524.458	51 %
BRETAGNE	15	584.482	60,5 %
POITOU CHARENTES	19	233.340	42 %
AQUITAINE	21	408.307	43 %
MIDI PYRENEES	20	344.436	42 %
LIMOUSIN	16	162.627	58 %
RHONE - ALPES	19	752.657	42 %
AUVERGNE	18	205.649	43 %
LANGUEDOC ROUSSILLON	18	308.514	44 %
PROVENCE COTE D'AZUR	21	697.998	46 %
CORSE	15	55.896	61,5 %
T O T A L		8.345.354	
M O Y E N N E	17		42,50 %

(1) Nombre total de foyers : 19.674.300 (INSEE - Recensement général 1982)

ENSEMBLE DES QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE EN VOLUME ET PAR REGION

1983



ECHELLE :
○ = 200 000 exemplaires

B

QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

TIRAGE MOYEN EN JUIN DE CHAQUE ANNEE

La série de résultats présentés dans ce tableau donne une vue d'ensemble de la presse quotidienne d'information générale depuis 1945 dans notre pays. Il s'agit de la somme des tirages moyens par numéro de chaque titre pour le mois de Juin qui a été retenu dès 1945 pour cette série statistique car il est généralement le plus proche de la moyenne annuelle. L'ensemble est détaillé pour les quotidiens à diffusion nationale et pour les quotidiens à diffusion régionale ou départementale. L'évolution du nombre de titres paraissant chaque année (également au mois de Juin) 5 à 7 fois par semaine figure sous la colonne "Titres".

Quatre phases se distinguent nettement dans cette série statistique.

A / 1ERE PHASE : 1945 - 1952

Un très grand nombre de titres apparaissent à la Libération, issus, pour beaucoup, d'organes de la résistance. Dès 1947, bon nombre auront disparu ou fusionné pour des raisons tant politiques, qu'économiques (difficultés d'approvisionnement en papier et en matériel d'imprimerie). De 1947 à 1952, l'ensemble des tirages est en régression. Le tirage baissera de plus de deux millions d'exemplaires sur ces six années, de façon égale pour les titres nationaux et pour les titres de province (environ 1 million d'exemplaires pour chaque type).

Ce résultat global, ne prend pas en compte les évolutions propres à chacun des titres.

B / 2EME PHASE : 1953 - 1968

C'est la phase d'expansion de la presse quotidienne, liée incontestablement à la croissance économique de l'après guerre. Les tirages augmentent et dépassent, en 1968 le volume de 13 millions d'exemplaires, le plus haut score jamais enregistré (exception faite de l'année 1946, trop particulière).

La fin des années 60 est pourtant marquée par l'essor de la télévision, cela n'entrave en rien, l'expansion de la presse qui se poursuivra jusqu'en 1968. Cette évolution positive est constatée aussi bien pour les quotidiens nationaux que pour les quotidiens régionaux et départementaux. Pour ces derniers cependant, un phénomène de concentration fait chuter le nombre des titres de 116 à 85 entre 1953 et 1968.

L'effectif des titres nationaux se stabilise dès 1953. Il ne variera guère par la suite qu'entre 11 et 15 titres.

Cette phase d'essor s'achève en 1968, plusieurs années avant la fin de la période d'expansion de notre économie.

C / 3EME PHASE : 1969 - 1976

Une nouvelle phase de régression, moins brutale que celle de la période 1947 - 1952, est manifeste. Elle touche particulièrement les quotidiens nationaux qui perdent alors, sur cette période 69-76, 2 millions d'exemplaires sur le volume de tirage. Le nombre des titres de province passera de 85 à 71 au cours de cette période tandis que leur volume de tirage baissera de 800.000 exemplaires.

D / 4EME PHASE : 1977 - 1983

Ni l'innovation des suppléments hebdomadaires, ni l'apparition au cours de cette période, de la nouvelle génération des titres parisiens ne sont encore en mesure de compenser les pertes antérieurement observées.

Au regard des trois nouveaux titres qui ont réussi à s'implanter, les tentatives infructueuses furent nombreuses.

Au cours de cette période, les titres provinciaux ont légèrement fait progresser leur volume de tirage jusqu'en 1981.

QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

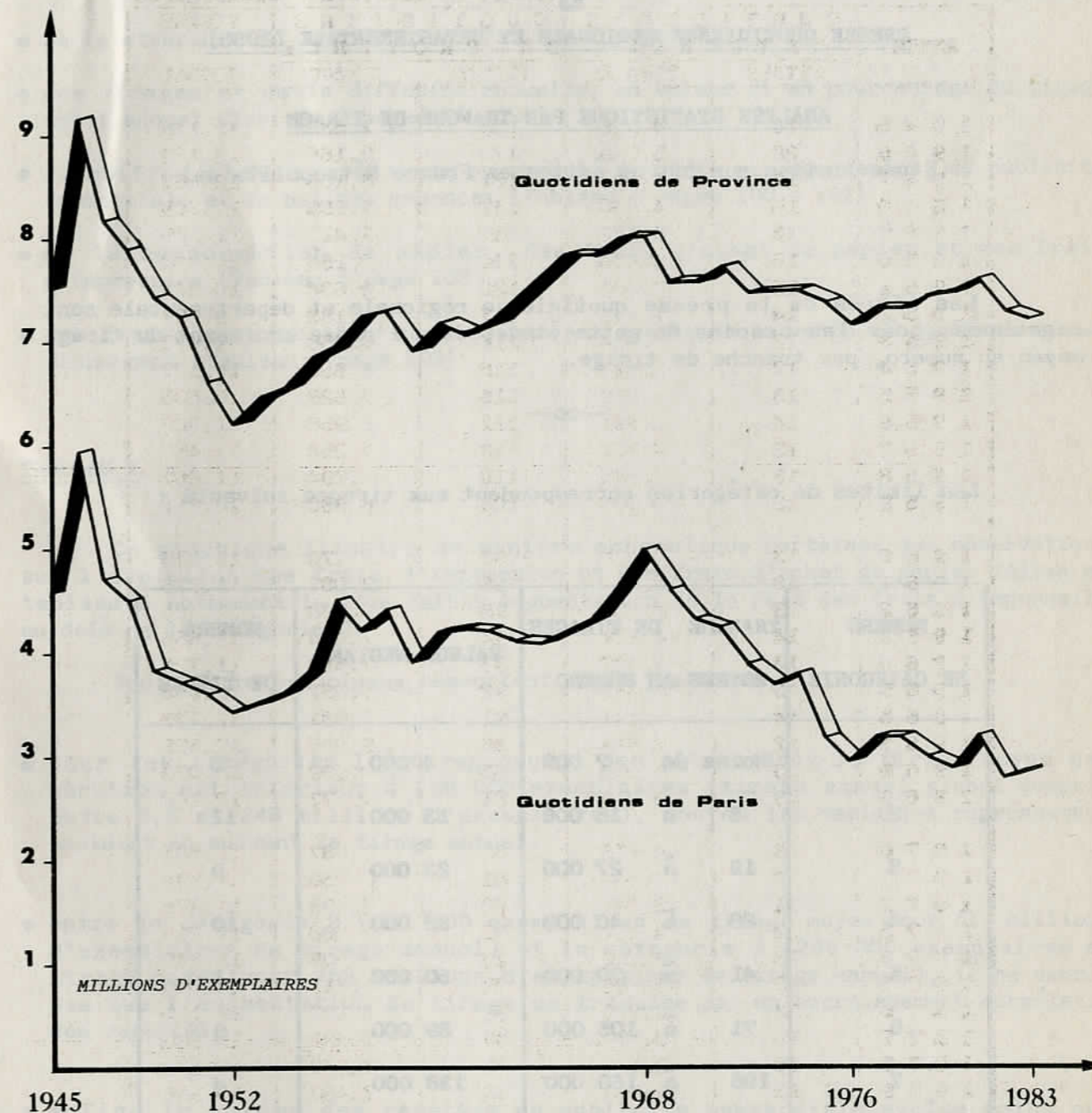
TIRAGE MOYEN JOURNALIER EN JUIN DE CHAQUE ANNEE
ET TIRAGE GLOBAL (PARIS - PROVINCE)

Source : déclarations d'imprimeurs
(arrêté du 9 août 1950)

Tirage en milliers d'exemplaires

ANNEE	QUOTIDIENS NATIONAUX		QUOTIDIENS DE PROVINCE		TIRAGE GLOBAL
	TITRES	TIRAGE	TITRES	TIRAGE	
1945	26	4.606	153	7.532	12.138
1946	28	5.959	175	9.165	15.123
1947	19	4.702	161	8.165	12.867
1948	18	4.450	142	7.859	12.309
1949	16	3.792	139	7.417	11.209
1950	16	3.678	126	7.256	10.934
1951	15	3.607	122	6.634	10.241
1952	14	3.412	117	6.188	9.599
1953	12	3.514	116	6.458	9.973
1954	12	3.618	116	6.559	10.177
1955	13	3.779	116	6.823	10.603
1956	14	4.411	111	6.958	11.369
1957	13	4.226	110	7.254	11.480
1958	13	4.373	110	7.294	11.667
1959	13	3.980	103	6.930	10.911
1960	13	4.185	98	7.170	11.355
1961	13	4.239	96	7.087	11.326
1962	13	4.207	96	7.198	11.405
1963	14	4.121	94	7.434	11.556
1964	14	4.107	93	7.617	11.725
1965	13	4.211	92	7.857	12.068
1966	14	4.391	91	7.831	12.172
1967	12	4.624	86	8.005	12.629
1968	13	5.034	85	8.039	13.073
1969	13	4.596	81	7.572	12.168
1970	13	4.278	81	7.587	11.865
1971	12	4.244	81	7.750	11.994
1972	11	3.877	78	7.498	11.375
1973	12	3.707	75	7.506	11.213
1974	13	3.831	73	7.509	11.340
1975	12	3.195	71	7.411	10.606
1976	13	2.970	71	7.197	10.167
1977	15	3.185	72	7.391	10.576
1978	15	3.173	72	7.370	10.543
1979	13	3.041	72	7.468	10.509
1980	12	2.913	73	7.535	10.448
1981	12	3.193	73	7.629	10.822
1982	13	2.779	74	7.332	10.111
1983	13	2.877	74	7.241	10.118

TIRAGE MOYEN JOURNALIER EN JUIN DE CHAQUE ANNÉE
DE L'ENSEMBLE DES QUOTIDIENS D'INFORMATION
GÉNÉRALE ET POLITIQUE



C

PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE (1983)

ANALYSE STATISTIQUE PAR TRANCHE DE TIRAGE

(Etude limitée aux titres édités en France Métropolitaine)

Les titres de la presse quotidienne régionale et départementale sont regroupés, pour les besoins de cette étude, dans l'ordre croissant du tirage moyen au numéro, par tranche de tirage.

—oo—

Les limites de catégories correspondent aux tirages suivants :

NUMERO DE CATEGORIE	TRANCHE DE TIRAGES MOYENS AU NUMERO	VALEUR MEDIANE	NOMBRE DE TITRES
1	Moins de 7 000	4 000	5
2	8 à 18 000	13 000	11
3	19 à 27 000	23 000	9
4	28 à 40 000	32 000	10
5	41 à 70 000	50 000	11
6	71 à 105 000	89 000	9
7	106 à 160 000	138 000	4
8	161 à 260 000	221 000	6
9	261 à 320 000	296 000	5
10	Plus de 320 000	497 000	4

Les chiffres figurant dans les tableaux ci-joints sont détaillés, pour la plupart des variables observées, en deux sous-ensembles, selon qu'il s'agit des quotidiens de semaine ou des journaux du 7ème jour ; ils sont ensuite totalisés.

Les résultats chiffrés sont présentés sur 6 tableaux traitant respectivement :

- de la structure des éléments d'exploitation selon les classes de tirage (Tableau 1 page 96)
- de la structure de la diffusion (Tableau 2 page 97)
- des tirages et de la diffusion annuelle, en volume et en pourcentage du tirage total annuel (Tableau 3 pages 98 - 99)
- du chiffre d'affaires de vente au numéro, de vente par abonnement, de publicité commerciale et de petites annonces (Tableau 4 pages 100 - 101)
- de la consommation de papier, des frais d'achat de papier et des frais d'impression (Tableau 5 page 102)
- des frais de rédaction, commissions aux agents de la vente et commissions sur abonnement (Tableau 6 page 103)

TABLEAU 1

Ce graphique illustre de manière schématique certaines des observations sur l'évolution des frais d'impression et des frais d'achat de papier faites au tableau 5 notamment la très faible augmentation de la part des frais d'impression au delà de la catégorie 8.

Trois faits principaux ressortent de ce graphique :

- pour les catégories 1 à 6 regroupant des titres dont le tirage moyen par parution est inférieur à 100 000 exemplaires (tirage annuel global compris entre 5,5 et 248 millions d'exemplaires), toutes les variables représentées évoluent en suivant le tirage annuel.
- entre la catégorie 8 (221 000 exemplaires de tirage moyen pour 411 millions d'exemplaires de tirage annuel) et la catégorie 9 (296 000 exemplaires de tirage moyen pour 459 millions d'exemplaires de tirage annuel), il ne semble pas que l'augmentation de tirage se traduise par un accroissement corrélatif des recettes.
- enfin, le volume des recettes de publicité commerciale évolue moins que proportionnellement à l'augmentation du tirage à partir de la catégorie 8.

TABLEAU 2

Le diagramme représentant la structure de la diffusion pour les 10 catégories de classement des quotidiens met en évidence son évolution selon la catégorie observée. La part de la vente au numéro augmente de manière sensible au fur et à mesure de l'accroissement du tirage.

TABLEAU 3 - TIRAGE ET DIFFUSION PAR CATEGORIE

Ce tableau fournit dans sa colonne "TIRAGE TOTAL AU NUMERO" la répartition des diverses catégories de titres selon l'importance de leur tirage ; les chiffres des catégories 8, 9 et 10 révèlent la forte concentration des tirages de la presse quotidienne régionale (2/3 des tirages pour 15 titres).

La structure de la diffusion payée varie selon l'importance du tirage ; excepté pour les tirages avoisinant 100 000 exemplaires (catégories 6 et 7).

Les performances de la vente au numéro semblent croître avec les tirages et celles de l'abonnement paraissent au contraire décroître. Cette tendance s'observe plus clairement sur les deux premiers diagrammes du tableau 2.

On notera aussi que le taux de bouillonnage se situe, selon les catégories, entre 10 et 15 % du volume de tirage.

TABLEAU 4 - CHIFFRE D'AFFAIRES

La structure des recettes globales des quotidiens régionaux présente une remarquable stabilité dans chaque catégorie observée, le partage s'établit à 60 % pour les recettes de vente et 40 % pour les recettes de publicité.

Figure en regard de ce tableau, un schéma sur lequel la surface de chaque portion de cercle est proportionnelle à la recette globale de chacune des catégories.

TABLEAU 5 ET 6 - CONSOMMATION DE PAPIER - ELEMENTS DE PRIX DE REVIENT

Sur ces tableaux, les colonnes notées " %" expriment le poids relatif des catégories de classement des quotidiens pour les tonnages de papier et pour chaque poste du prix de revient ; elles permettent l'analyse de l'évolution de la consommation de papier et des différents frais en liaison avec le tirage total au numéro figurant au tableau 3.

Papier et Impression

A titre d'exemple, au tableau 1, les catégories de classement 3, 6 et 10 ont des tirages respectifs de 209.000, 800.000 et 1.990.000 exemplaires situés dans le rapport (1 - 4 - 10). Au tableau 5 et pour les mêmes catégories, les poids relatifs de la consommation de papier (2,46 %, 11,37 % et 26,82 %) et des frais d'achat de papier (2,44 %, 11,24 % et 26,81 %) sont situés dans le rapport (1 - 4,6 - 11). Cette constatation tend à montrer l'augmentation plus que proportionnelle de la pagination avec le tirage moyen de la catégorie de classement.

La répartition des frais d'impression pour les trois mêmes catégories de classement (3,81 %, 11,52 % et 21,66 %) ne progresse que dans le rapport (1 - 3 - 5,7). Les frais d'impression régressent sensiblement lorsque les tirages croissent.

Rédaction et Distribution

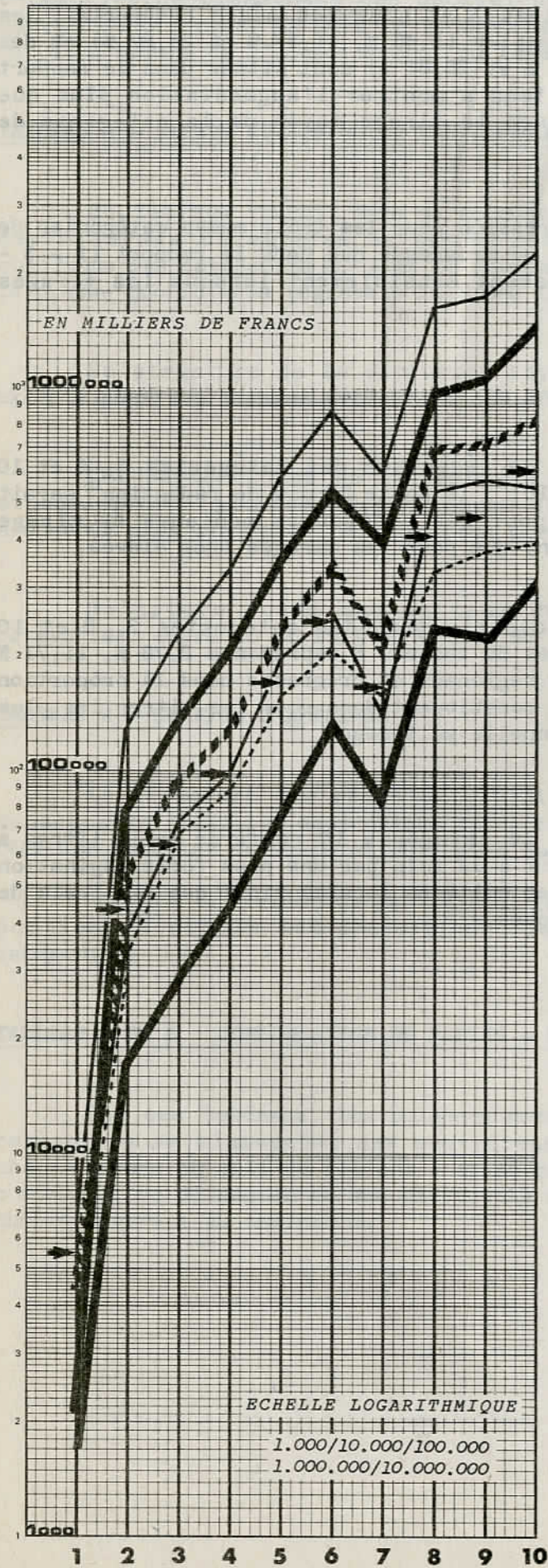
Les poids respectifs des frais de rédaction des catégories 3, 6 et 10 progressent dans le rapport (1 - 5 - 10) ; le poste "Frais de rédaction" serait proportionnellement plus important pour les catégories médianes de tirage (environ 100.000 exemplaires par parution) que pour les tirages très élevés.

Le total des commissions de distribution des catégories 3, 6 et 10 détaillé sur les deux dernières colonnes du tableau 6 représente 2,78 %, 11,71 % et 30,28 % de l'ensemble des quotidiens régionaux et progresse dans la proportion (1 - 4 - 11). Les frais de distribution constituent donc pour les titres les plus importants une charge plus que proportionnelle au tirage.

Il convient de noter que seule la catégorie 10 renferme trois titres à diffusion multirégionale, caractérisés à la fois par une plus forte pagination pour la fabrication des très nombreuses éditions locales ainsi que des frais de distribution proportionnellement plus élevés.

PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE

Tirage annuel - Structure des coûts et recettes



RECETTE GLOBALE (VENTE + PUBLICITE)
 RECETTE TOTALE DES VENTES
 RECETTE TOTALE PUBLICITE
 RECETTE PUBLICITE COMMERCIALE
 FRAIS D'IMPRESSION
 FRAIS D'ACHAT DE PAPIER

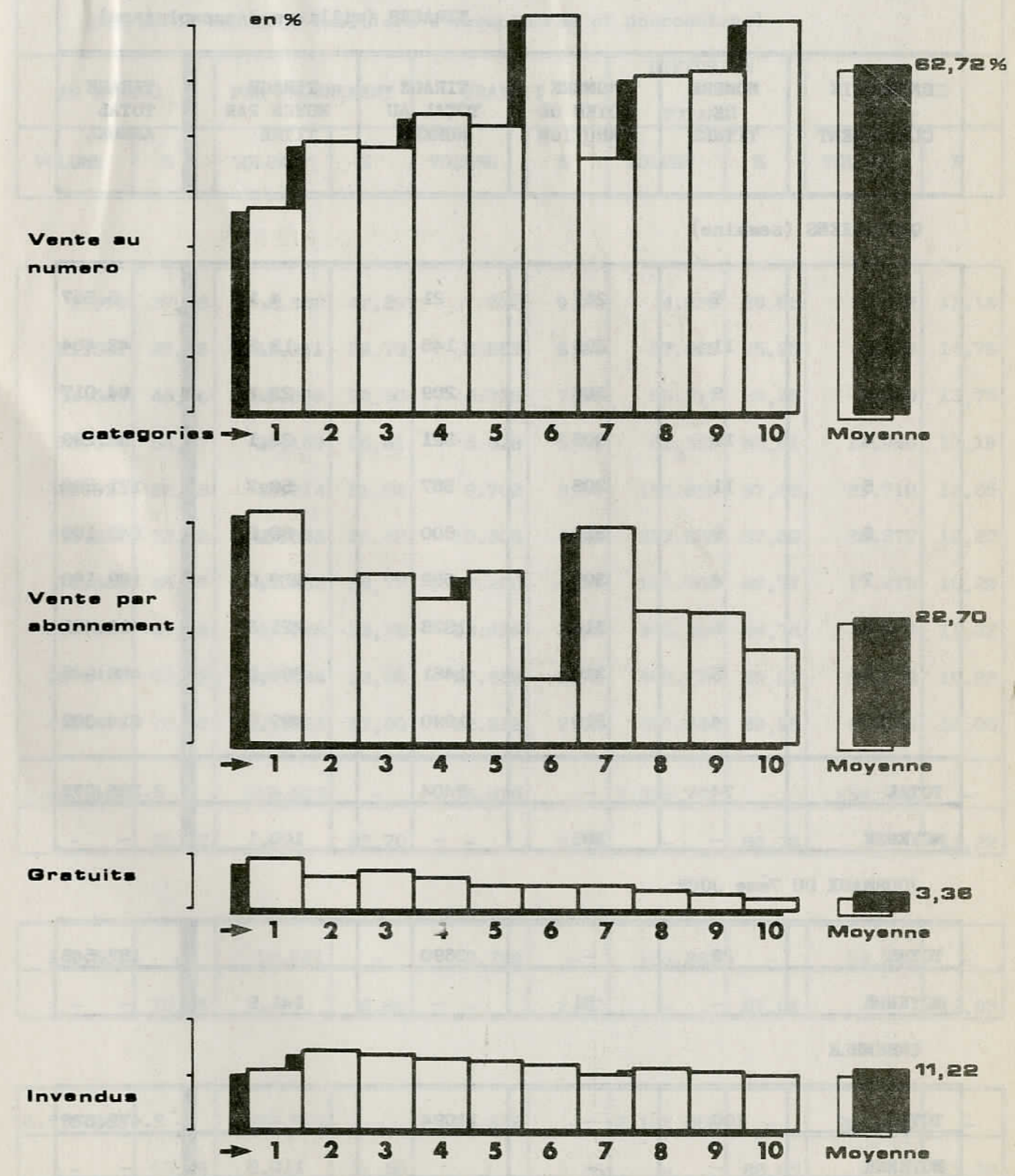
LA → INDIQUE LE
 TIRAGE TOTAL ANNUEL DE LA CATÉGORIE
 (EN MILLIERS D'EXEMPLAIRES)
 LECTURE DE L'ECHELLE
 LOGARITHMIQUE
 EN MILLIERS D'EXEMPLAIRES

ECHELLE LOGARITHMIQUE
 1.000/10.000/100.000
 1.000.000/10.000.000

CATÉGORIES DE CLASSEMENT

PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE

REPARTITION DE LA DIFFUSION



■ TABLEAU 3

TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE
(CHIFFRAGE GLOBAL

1983

TIRAGES (milliers d'exemplaires)					
CATEGORIE DE CLASSEMENT	NOMBRE DE TITRES	NOMBRE MOYEN DE PARUTION	TIRAGE TOTAL AU NUMERO	TIRAGE MOYEN PAR TITRE	TIRAGE TOTAL ANNUEL

QUOTIDIENS (semaine)

1	5	267	21	4,1	5.557
2	11	299	145	13,2	43.484
3	9	306	209	23,2	64.017
4	10	306	321	32,1	98.299
5	11	308	557	50,7	171.560
6	9	310	800	88,8	248.106
7	4	307	552	138,0	169.180
8	6	310	1328	221,3	411.481
9	5	310	1481	296,2	458.948
10	4	310	1990	497,5	614.389
TOTAL	74	-	7404	-	2.285.075
MOYENNE	-	303	-	100,1	-

JOURNAUX DU 7ème JOUR

TOTAL	26	-	3690	-	187.545
MOYENNE	-	51	-	141,9	-

ENSEMBLE

TOTAL	100	-	11094	-	2.472.620
MOYENNE	-	-	-	110,9	-

REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE
PAR CATEGORIE)

DIFFUSION ANNUELLE (milliers d'exemplaires et pourcentage)									
AU NUMERO		PAR ABONNEMENT		GRATUIT		DIFFUSION TOTALE		INVENDUS	
VOLUME	%	VOLUME	%	VOLUME	%	VOLUME	%	VOLUME	%

2.076	37,36	2.350	42,29	512	9,21	4.938	88,86	619	11,14
21.501	49,45	12.911	29,70	2.653	6,10	37.065	85,25	6.419	14,75
31.085	48,56	19.399	30,30	4.733	7,39	55.217	86,25	8.800	13,75
53.644	54,57	26.160	26,61	5.528	5,63	85.332	86,81	12.966	13,19
89.934	52,43	53.214	31,02	6.702	3,90	149.850	87,35	21.710	12,65
179.232	72,23	28.346	11,42	10.305	4,15	217.883	87,80	30.277	12,20
78.963	46,67	65.582	38,77	7.220	4,27	151.765	89,71	17.415	10,29
253.660	61,65	97.728	23,75	13.916	3,38	365.304	88,78	46.177	11,22
287.422	62,63	108.694	23,68	12.658	2,76	408.774	89,07	50.174	10,93
435.609	70,90	104.423	17,00	12.612	2,05	552.644	89,95	61.745	10,05
1.433.126	-	518.807	-	76.839	-	2.028.772	-	256.302	-
-	62,72	-	22,70	-	3,36	-	88,78	-	11,22

146.563	-	12.921	-	3.799	-	163.283	-	24.262	-
-	78,15	-	6,89	-	2,02	-	87,06	-	12,93

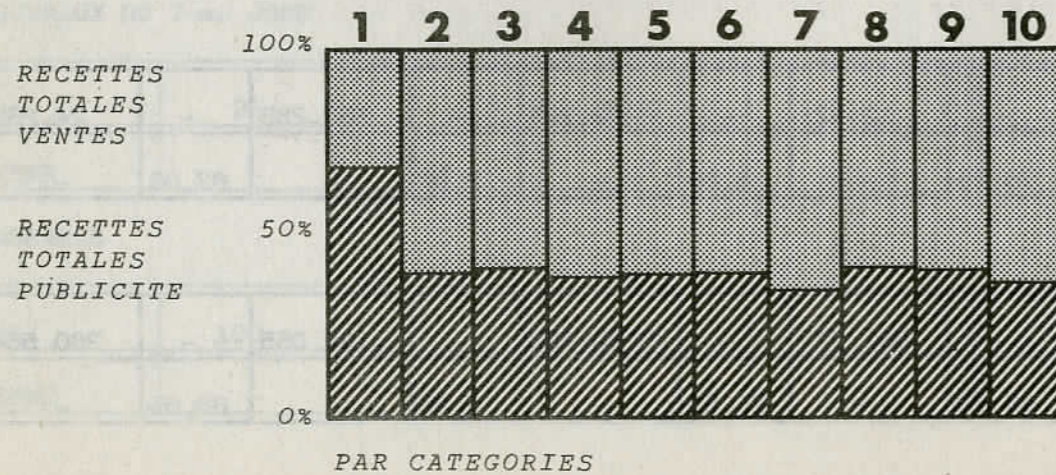
1.579.689	-	531.728	-	80.638	-	2.192.055	-	280.564	-
-	63,89	-	21,50	-	3,26	-	88,65	-	11,35

TABLEAU 4

(CHIFFRAGE GLOBAL

CATEGORIE DE CLASSEMENT	RECETTE VENTE AU NUMERO	RECETTE VENTE PAR ABONNEMENT	% (1)	TOTAL VENTES
QUOTIDIENS (semaine)				
1	1.250	843	32,12	2.093
2	54.312	24.998	60,50	79.310
3	96.577	38.547	59,04	135.124
4	150.769	56.124	61,64	206.893
5	237.700	117.022	60,83	354.722
6	466.788	58.302	60,23	525.090
7	243.829	154.850	65,45	398.679
8	740.638	231.838	58,83	972.476
9	838.887	213.224	59,89	1.052.111
10	1.197.633	249.093	63,42	1.446.726
TOTAL QUOTIDIENS	4.028.383	1.144.841	61,17	5.173.224
JOURNAUX DU 7ème JOUR				
TOTAL 7ème JOUR	435.159	35.541	71,59	470.700
ENSEMBLE				
TOTAL	4.463.542	1.180.382	61,92	5.643.924

(1) Répartition en pourcentages des recettes totales de vente et des recettes totales de publicité.

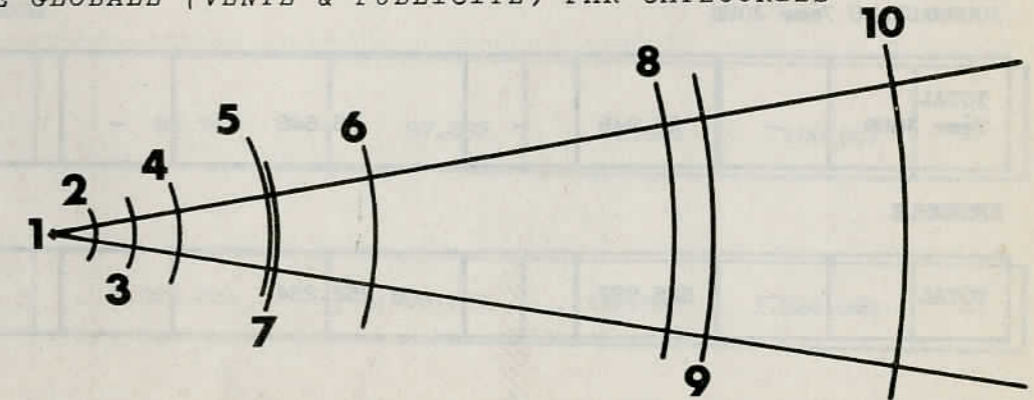


PAR CATEGORIE)

(Milliers de Francs - HTVA)

RECETTE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE PETITES ANNONCES	% (1)	TOTAL PUBLICITE	RECETTE GLOBALE VENTES ET PUB.
3.975	448	67,88	4.423	6.516
39.165	12.609	39,50	51.774	131.084
73.298	20.448	40,96	93.746	228.870
98.929	29.808	38,36	128.737	335.630
198.967	29.486	38,37	228.453	583.175
260.642	86.108	39,17	346.750	871.840
139.493	70.938	34,55	210.431	609.110
541.041	139.555	41,17	680.596	1.653.072
579.156	125.593	40,11	704.749	1.756.860
555.298	279.327	36,58	834.625	2.281.351
2.489.964	794.320	38,83	3.284.284	8.457.508
152.187	34.583	28,41	186.770	657.470
2.642.151	828.903	38,08	3.471.054	9.114.978

RECETTE GLOBALE (VENTE & PUBLICITE) PAR CATEGORIES



■ TABLEAU 5 PRESSE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE

1983

CONSOMMATION DE PAPIER / AN

FRAIS D'ACHAT DE PAPIER / AN

FRAIS D'IMPRESSION / AN

CATEGORIE DE CLASSEMENT	CONSOMMATION DE PAPIER		FRAIS D'ACHAT DE PAPIER		FRAIS D'IMPRESSION	
	%	TONNES	%	MILLIERS DE FRANCS	%	MILLIERS DE FRANCS

QUOTIDIENS (SEMAINE)

1	0,05	162	0,15	1.759	0,11	2.000
2	1,35	4.165	1,50	17.349	1,89	34.566
3	2,46	7.631	2,44	28.151	3,81	69.839
4	3,80	11.798	3,82	44.035	5,03	91.936
5	6,25	19.340	6,48	74.739	8,62	157.913
6	11,37	35.201	11,24	129.718	11,52	210.878
7	7,71	23.870	7,22	83.332	8,62	157.808
8	19,69	60.966	20,44	235.847	18,18	332.892
9	20,50	63.477	19,90	229.555	20,56	376.718
10	26,82	83.032	26,81	309.103	21,66	396.543
TOTAL QUOTIDIENS	100 %	309.642	100 %	1.153.588	100 %	1.831.093

JOURNAUX DU 7ème JOUR

TOTAL 7ème JOUR	-	25.945	-	98.646	-	155.053
------------------------	---	--------	---	--------	---	---------

ENSEMBLE

TOTAL	-	335.987	-	1.252.234	-	1.986.146
--------------	---	---------	---	-----------	---	-----------

■ TABLEAU 6

1983

FRAIS DE REDACTION / AN

COMMISSIONS AUX AGENTS DE LA VENTE / AN

COMMISSIONS SUR ABONNEMENT / AN

CATEGORIE DE CLASSEMENT	FRAIS DE REDACTION		COMMISSIONS AUX AGENTS DE LA VENTE	COMMISSIONS SUR ABONNEMENT	TOTAL DES COMMISSIONS	
	%	MILLIERS DE FRANCS				%

QUOTIDIENS (SEMAINE)

1	0,09	1.153	55	70	125	0,01
2	2,23	28.875	11.823	1.480	13.303	1,18
3	2,36	30.538	19.299	11.885	31.184	2,78
4	3,86	50.002	37.937	6.053	43.990	3,92
5	7,44	96.277	72.111	15.297	87.408	7,78
6	11,59	150.071	121.469	10.115	131.584	11,71
7	7,42	96.099	35.239	11.530	46.769	4,16
8	20,88	270.275	200.443	15.646	216.089	19,23
9	19,31	249.924	183.749	29.127	212.876	18,95
10	24,82	321.265	319.953	20.252	340.205	30,28
TOTAL QUOTIDIENS	100 %	1.294.479	1.002.078	121.455	1.123.533	100 %

JOURNAUX DU 7ème JOUR

TOTAL 7ème JOUR	-	98.795	97.682	2.825	100.507	-
------------------------	---	--------	--------	-------	---------	---

ENSEMBLE

TOTAL	-	1.393.274	1.099.760	124.280	1.224.040	-
--------------	---	-----------	-----------	---------	-----------	---

D

LES "MAGAZINES D'INFORMATION"

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

L'étude chronologique sur les "magazines d'information" comporte, d'une part, une série à 3 titres (EXPRESS, NOUVEL OBSERVATEUR, VALEURS ACTUELLES) observée depuis 1965 et, d'autre part, une série à 4 titres incluant ces trois publications ainsi que LE POINT observée depuis 1976 *.

Ces séries d'indices sont calculées sur la base de chiffrages en francs constants de l'année 1982.

TABLEAUX A ET B : TIRAGE AU NUMERO, TIRAGE ANNUEL

Les deux séries d'indices concernant les tirages des magazines d'information mettent en évidence la progression continue des chiffres de 1965 à 1978, année à compter de laquelle les volumes de tirage sont restés stables jusqu'en 1983.

TABLEAU C : REPARTITION DE LA DIFFUSION

La très forte augmentation de la part des abonnements dont l'importance a triplé de 1965 à 1976, passant de 17,06 % à 51,59 % du volume d'exemplaires tirés pour la série à 3 titres ne s'est pas ralentie avec l'apparition du POINT en 1976.

TABLEAUX D ET E : EVOLUTION DES PRIX DE VENTE

Les prix de vente au numéro n'ont que très légèrement augmenté en francs constants en 1983 par rapport à l'année 1982 peut-être en raison du niveau de prix déjà atteint alors que les tarifs d'abonnement, qui diminuaient depuis 1978, ont été très nettement relevés. Les difficultés des magazines d'information sur le marché publicitaire en 1983 expliquent probablement cette modification des tarifs.

TABLEAU F : ELEMENTS DE PRIX DE REVIENT, CONSOMMATION DE PAPIER

L'observation de la série d'indices des frais d'achat de papier, d'impression et de rédaction se révèle intéressante à compter de l'exercice 1978, point culminant de la série "TIRAGE TOTAL AU NUMERO" (TABLEAU A). Le tirage des magazines d'information a accusé dès cette année une forte baisse jusqu'en 1982 pour retrouver en 1983 son niveau de 1978. Durant cette période, l'évolution des indices de frais révèle que seul le coût de l'achat de papier a pu être maîtrisé.

* Cette étude n'inclut pas les chiffres du titre "MAGAZINE HEBDO" pour 1983.

Face au tableau F, les schémas d'évolution du tirage total au numéro et de la consommation de papier pour les trois titres les plus anciens représentent les variations indicelles repérées à compter de 1965 puis à compter de 1971. Le schéma de bas de page corrige l'effet de très forte augmentation, apparemment continue, des deux variables que traduit l'observation de la série la plus ancienne. A l'expansion très rapide des magazines d'information, de 1965 à 1975, s'est substituée depuis lors une période de stagnation relative du tirage total au numéro plus sensible sur ce second schéma.

TABLEAU G : RECETTES TOTALES DE VENTE ET DE PUBLICITE

Ce tableau montre une régression des recettes de vente exprimées en termes réels, de 1978 à 1982 suivi d'une très légère reprise en 1983.

Les indices représentatifs des recettes de publicité révèlent l'existence de deux fortes variations de sens opposé en 1982 (année record) et 1983 (année de dépression des recettes de publicité).

La représentation graphique figurant page 109 met en évidence la disproportion constatée de 1965 à nos jours entre la croissance du tirage annuel et celle des recettes de publicité. Ce phénomène peut expliquer la quasi stabilité du prix de vente à l'abonnement sur la même période *. Elle démontre aussi l'important décalage chronologique (1976 - 1982) pouvant exister entre les résultats de tirage d'un type de presse et leur effet auprès des annonceurs publicitaires.

TABLEAU H : REPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES

Ce tableau fournit le constat de la part désormais atteinte par les petites annonces dans les recettes de publicité des magazines d'information ; la proportion a triplé de 1978 à 1983.

TABLEAU I : COUTS ET RECETTES A L'EXEMPLAIRE TIRE

La présentation de séries d'indices "à l'exemplaire tiré" atténue les évolutions à la hausse ou à la baisse des indices qui se réfèrent aux volumes ou valeurs nominaux.

La régression des recettes de publicité en 1983 s'est accompagnée d'un léger redressement des recettes de vente.

* La prise en compte des tarifs préférentiels fréquemment pratiqués à l'abonnement ferait apparaître une baisse sur la période 1965 - 1983.

MAGAZINES D'INFORMATION

A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO

	1965	1966	1968	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	121	164	181	207	247	248	245	234	245
					100	119	120	118	113	119
							100	99	94	99
								100	96	105
4 TITRES						100	104	105	101	106
							100	101	98	102
								100	96	105

B - TIRAGE TOTAL ANNUEL

	1965	1966	1968	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	121	163	176	208	257	251	245	237	245
					100	124	121	118	114	118
							100	98	94	98
								100	97	100
4 TITRES						100	101	102	99	103
							100	101	98	102
								100	97	101

MAGAZINES D'INFORMATION

C - REPARTITION DE LA DIFFUSION

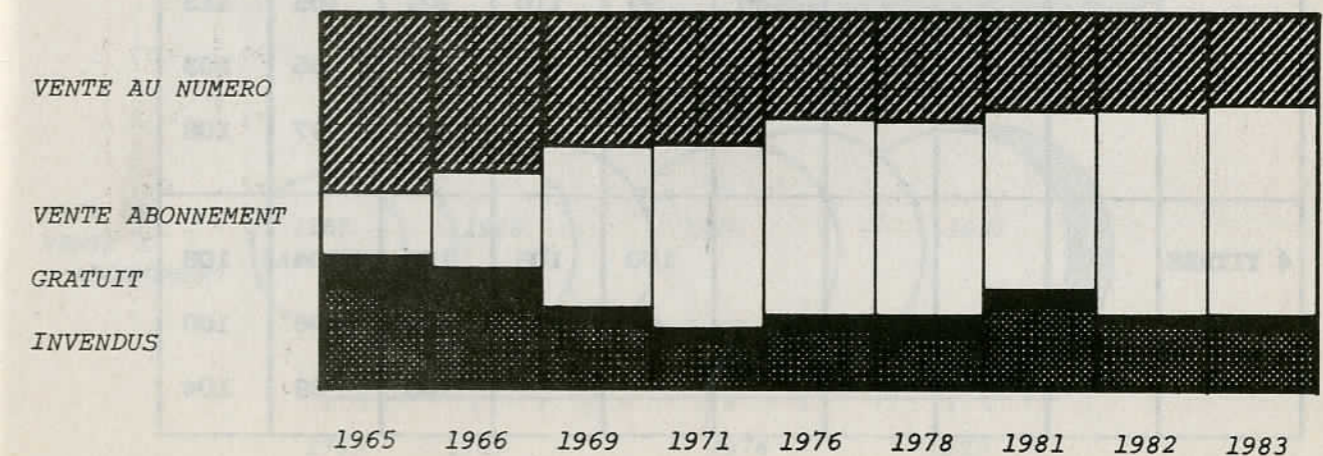
en pourcentage

3 TITRES	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
VNO	47,68	42,05	35,45	35,01	28,05	28,50	25,49	26,04	24,10
VAB	17,06	25,38	42,42	48,74	51,59	51,11	48,13	54,20	55,70
GRA	6,46	9,98	3,92	2,58	2,96	3,30	2,73	1,62	2,57
INV	28,80	22,59	18,22	13,67	17,40	17,09	23,65	18,14	17,63
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

4 TITRES	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
VNO					32,57	32,35	29,72	29,40	27,54
VAB					46,32	46,65	45,84	50,78	51,33
GRA					2,56	2,76	2,24	1,46	2,08
INV					18,55	18,24	22,20	18,36	19,05
TOTAL					100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

VNO VENTE AU NUMERO
 VAB VENTE PAR ABONNEMENT
 GRA SERVICES GRATUITS
 INV INVENDUS

3 TITRES



MAGAZINES D'INFORMATION

D - EVOLUTION DU PRIX DE VENTE AU NUMERO

en indice - franc constant 1982

	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	124	136	147	154	156	163	162	169
				100	104	106	110	110	115
						100	104	104	108
							100	100	104
4 TITRES					100	100	102	104	105
						100	102	104	104
							100	102	101

E - EVOLUTION DU PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT

en indice - franc constant 1982

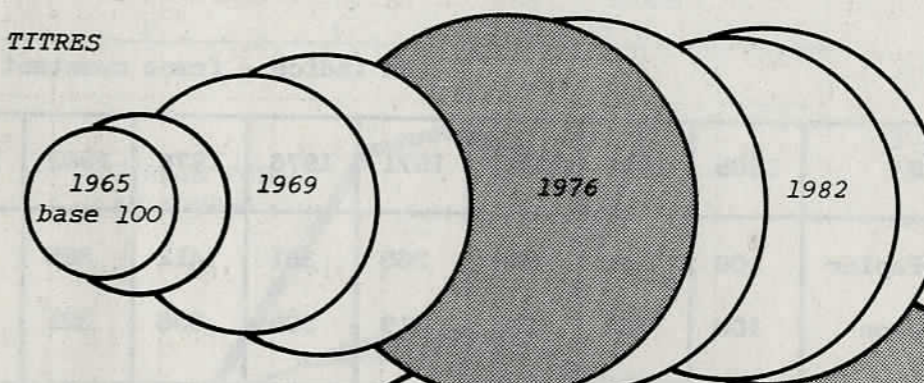
	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	124	134	145	144	160	158	152	164
				100	99	110	109	105	113
						100	99	95	103
							100	97	108
4 TITRES					100	108	105	104	108
						100	97	96	100
							100	99	104

Evolution des recettes de publicité
du tirage total annuel
du prix de vente à l'abonnement

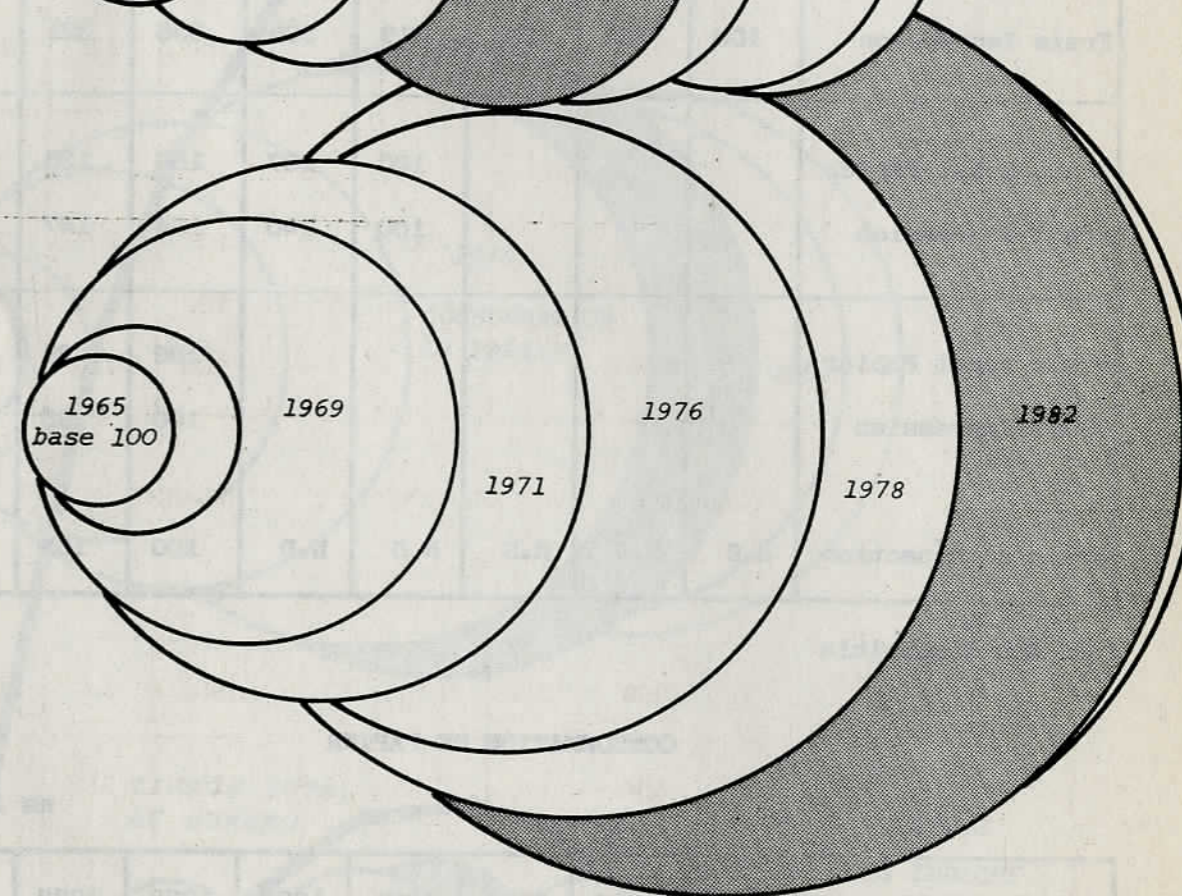
EN INDICES /FRANC CONSTANT 1982

POUR 3 TITRES

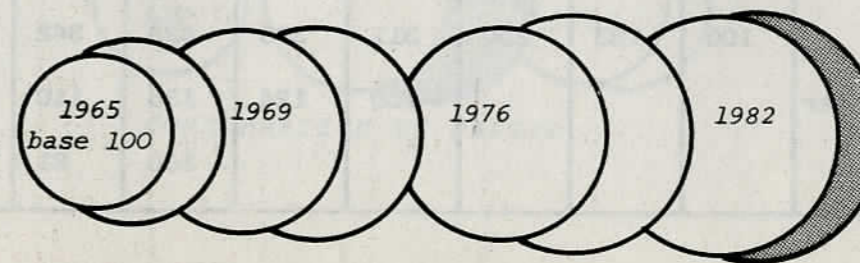
TIRAGE
TOTAL
ANNUEL



RECETTES
DE
PUBLICITE



PRIX DE
VENTE A
L'ABONNEMENT



1965 1969 1976 1982
1966 1971 1978 1983

MAGAZINES D'INFORMATION

F - EVOLUTION DES ELEMENTS DU PRIX DE REVIENT

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982	1983
Frais Achat Papier	100	142	249	265	361	412	365	358
Frais Impression	100	152	238	219	306	336	321	340
Frais Achat Papier				100	137	156	138	135
Frais Impression				100	140	154	147	156
Frais Achat Papier						100	89	87
Frais Impression						100	95	101
Frais de Rédaction	N.D	N.D	N.D	N.D	N.D	100	101	107

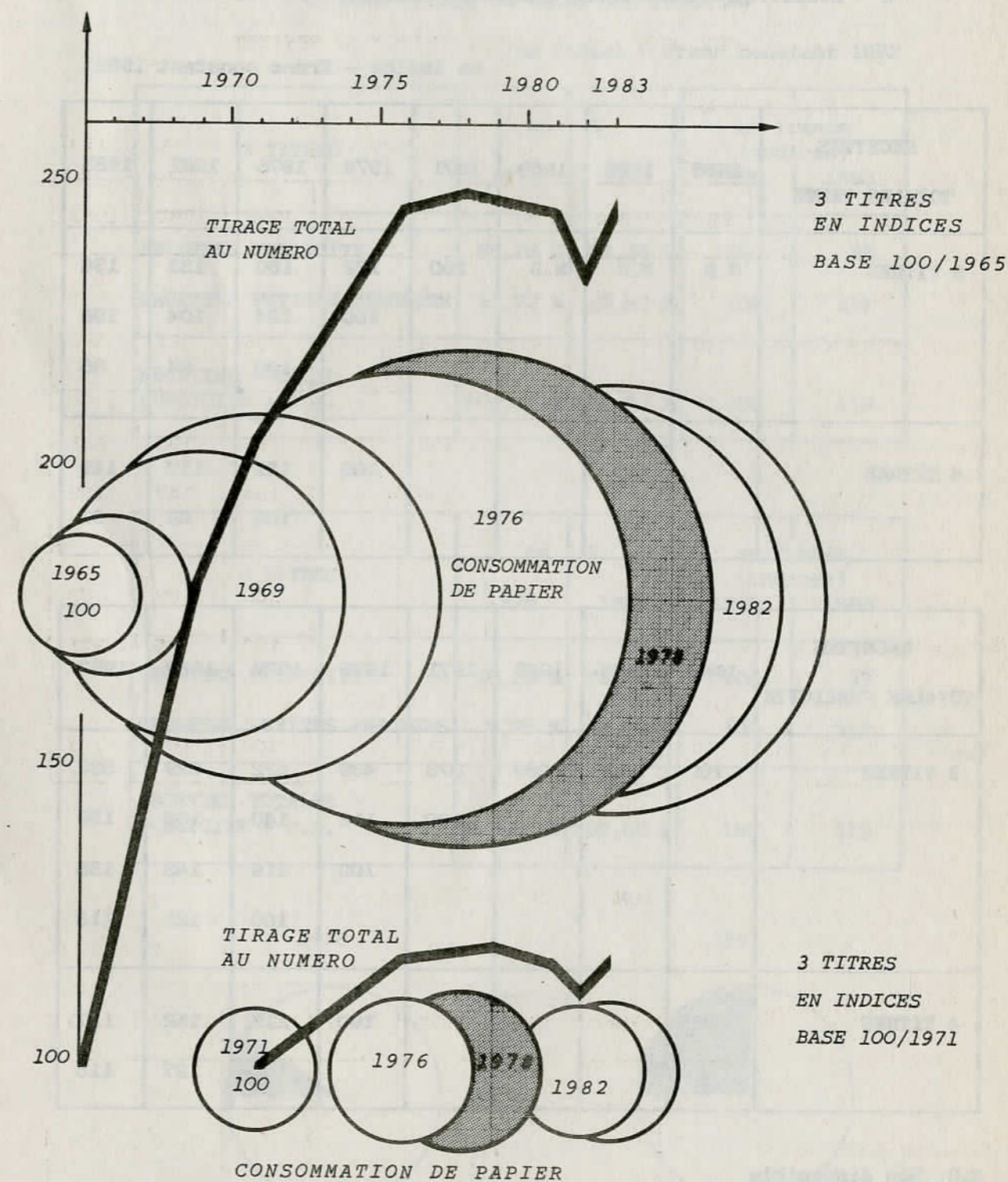
N.D Non disponible

CONSOMMATION DE PAPIER

en indice

3 TITRES	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982	1983
Consommation Papier	100	133	250	311	385	423	342	364
				100	124	136	110	117
						100	81	86

Evolution de la consommation de papier et du tirage total au numéro.



MAGAZINES D'INFORMATION

G - EVOLUTION DES RECETTES TOTALES DE VENTE ET DE PUBLICITE

en indice - franc constant 1982

RECETTES TOTALES VENTE	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982	1983
3 TITRES	N.D	N.D	N.D	100	129	160	133	136
					100	124	104	106
						100	84	85
4 TITRES					100	131	117	119
						100	89	91

RECETTES TOTALES PUBLICITE	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982	1983
3 TITRES	100	144	289	373	439	522	629	592
				100	118	140	168	158
					100	119	143	135
						100	121	113
4 TITRES					100	119	152	137
						100	127	115

N.D Non disponible

MAGAZINES D'INFORMATION

H - EVOLUTION DE LA REPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES
ET DES RECETTES DE PETITES ANNONCES

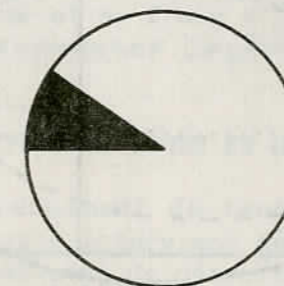
en pourcentage du total des recettes

en indice - franc constant 1982

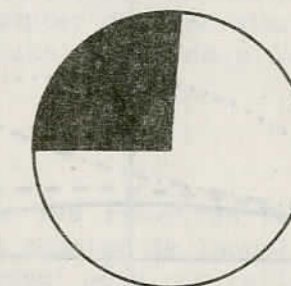
3 TITRES	en %		en francs (indices)	
	1978	1983	1978	1983
RECETTES PUBLICITE	88,28 %	74,08 %	100	95
RECETTES PETITES ANNONCES	11,72 %	25,92 %	100	251
RECETTES TOTALES PUBLICITE + P.A.	100,00 %	100,00 %	100	113

4 TITRES	en %		en francs (indices)	
	1978	1983	1978	1983
RECETTES PUBLICITE	90,25 %	73,49 %	100	93
RECETTES PETITES ANNONCES	9,75 %	26,51 %	100	312
RECETTES TOTALES PUBLICITE + P.A.	100,00 %	100,00 %	100	115

1978



1983



4 TITRES

□ PUBLICITE

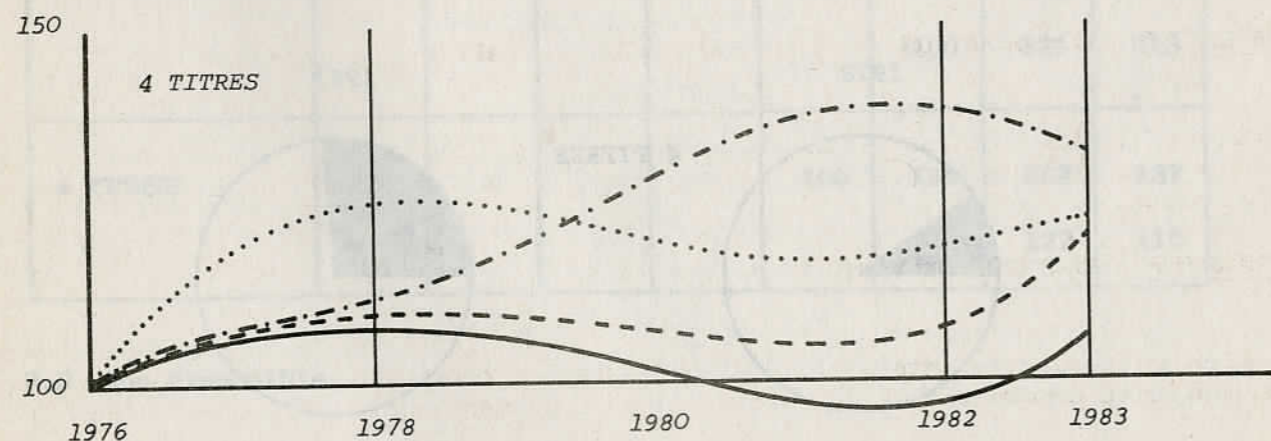
■ PETITES ANNONCES

I - EVOLUTION DES COUTS ET RECETTES A L'EXEMPLAIRE TIRE

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982	1983	4 TITRES	1976	1978	1982	1983
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	100	119	184	167	192	215	201	185					
				100	115	128	120	112	100	108	97	106	
						100	94	81		100	90	95	
FRAIS D'IMPRESSION	100	125	151	117	122	137	133	138					
				100	104	118	114	118	100	110	108	120	
						100	97	94		100	98	107	
FRAIS DE REDACTION	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	100	134	110					
									100	111	140		
RECETTES DE VENTES	N.D.	N.D.	N.D.	100	95	116	108	108	100	126	119	122	
						100	93	87		100	95	100	
RECETTES DE PUBLICITE	100	109	151	163	196	222	266	245					
				100	120	136	163	150	100	111	138	132	
						100	120	103		100	124	117	

N.D. Non disponible



FRAIS ACHAT DE PAPIER —
 RECETTES DE VENTE
 RECETTES PUBLICITE - - -
 FRAIS IMPRESSION - . - .

E

LA PRESSE "TELEVISION"

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

Les séries indicielles présentées ci-après résultent de chiffres collectés depuis 1966 pour les trois titres les plus anciens de la presse télévision : TELE 7 JOURS, TELE POCHE ET TELERAMA.

TABLEAUX A ET B : TIRAGE AU NUMERO, TIRAGE ANNUEL

Fait sans précédent depuis 1966 *, le tirage cumulé de ces trois titres dont la progression s'était ralentie depuis 1978 a très légèrement régressé en 1983.

TABLEAU C : REPARTITION DE LA DIFFUSION

La structure des ventes de la presse télévision est caractérisée par la très forte proportion des ventes au numéro puisque, depuis 1966, ces titres ont toujours vendu les trois quarts de leur tirage selon ce mode de diffusion. Ce taux de vente au numéro très élevé place la presse télévision au premier rang de la presse magazine, à égalité avec la presse du coeur et la presse masculine.

TABLEAU D : EVOLUTION DES PRIX DE VENTE

L'évolution des prix de vente au numéro et des prix de vente à l'abonnement, d'aspect très chaotique diverge néanmoins depuis 1978.

A la fin de la décennie 70, de nombreuses créations d'hebdomadaires de programmes radio-télévision vendus à très bas prix sont venues accroître la concurrence sur ce marché. Ce fait peut expliquer la baisse des prix de vente au numéro dès 1978 pour les trois titres observés.

A l'inverse, les éditeurs de ces derniers titres semblent peu soucieux de pratiquer une tarification d'appel pour les abonnements.

TABLEAU E : CONSOMMATION PAPIER, FRAIS ACHAT DE PAPIER ET IMPRESSION

La baisse simultanée des indices de consommation de papier, de frais d'achat de papier et de frais d'impression, à compter de 1982 alors que le tirage continuait d'augmenter légèrement indique une tendance à la baisse de la pagination.

TABLEAU F : RECETTES DE VENTE ET DE PUBLICITE

Le renversement de tendance tant pour les recettes de vente que pour celles de publicité intervient dès 1981, année à compter de laquelle les recettes de publicité commencent de décroître, plus rapidement même que celles de vente.

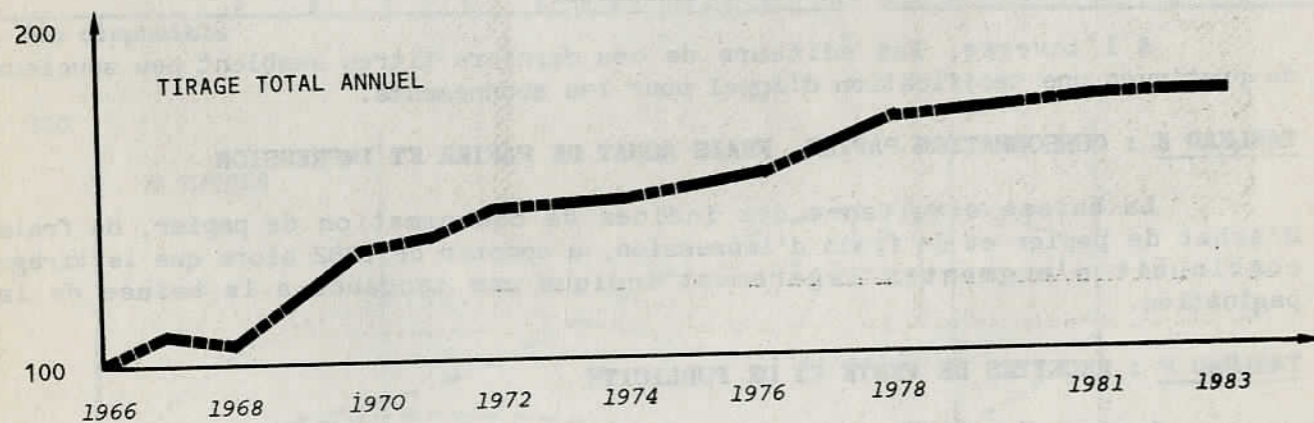
* Le tirage total annuel de l'année 1968 ne peut être comparé à celui des autres années.

A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO

	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	110	116	135	138	146	152	156	172	177	179	178
					100	106	110	113	125	128	130	129
									100	103	104	103
										100	101	99

B - TIRAGE TOTAL ANNUEL

	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
3 TITRES	100	109	106	134	137	145	147	154	171	176	177	177
					100	106	107	112	125	128	130	129
									100	103	104	103
										100	101	99



C - REPARTITION DE LA DIFFUSION

en pourcentage

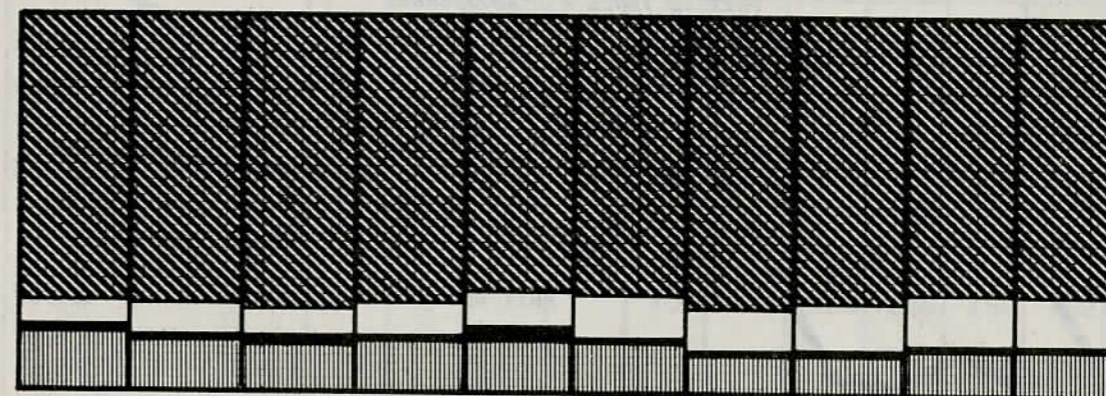
3 TITRES	1966	1968	1970	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
VNO	76,38	78,18	79,51	77,59	74,81	75,46	77,88	76,21	75,02	73,37
VAB	5,70	7,29	5,90	8,18	9,09	10,02	10,27	12,23	12,89	13,76
GRA	2,03	0,80	1,55	0,61	1,83	0,31	0,69	0,36	0,33	0,53
INV	15,89	13,73	13,04	13,61	14,27	14,21	11,16	11,21	11,76	12,34
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00





VNO : VENTE AU NUMERO

VAB : VENTE A L'ABONNEMENT

GRA : SERVICE GRATUIT

INV : INVENDU



 VENTE AU NUMERO
 VENTE A L'ABONNEMENT
 GRATUIT
 INVENDUS

PRESSE TELEVISION

D - PRIX DE VENTE AU NUMERO

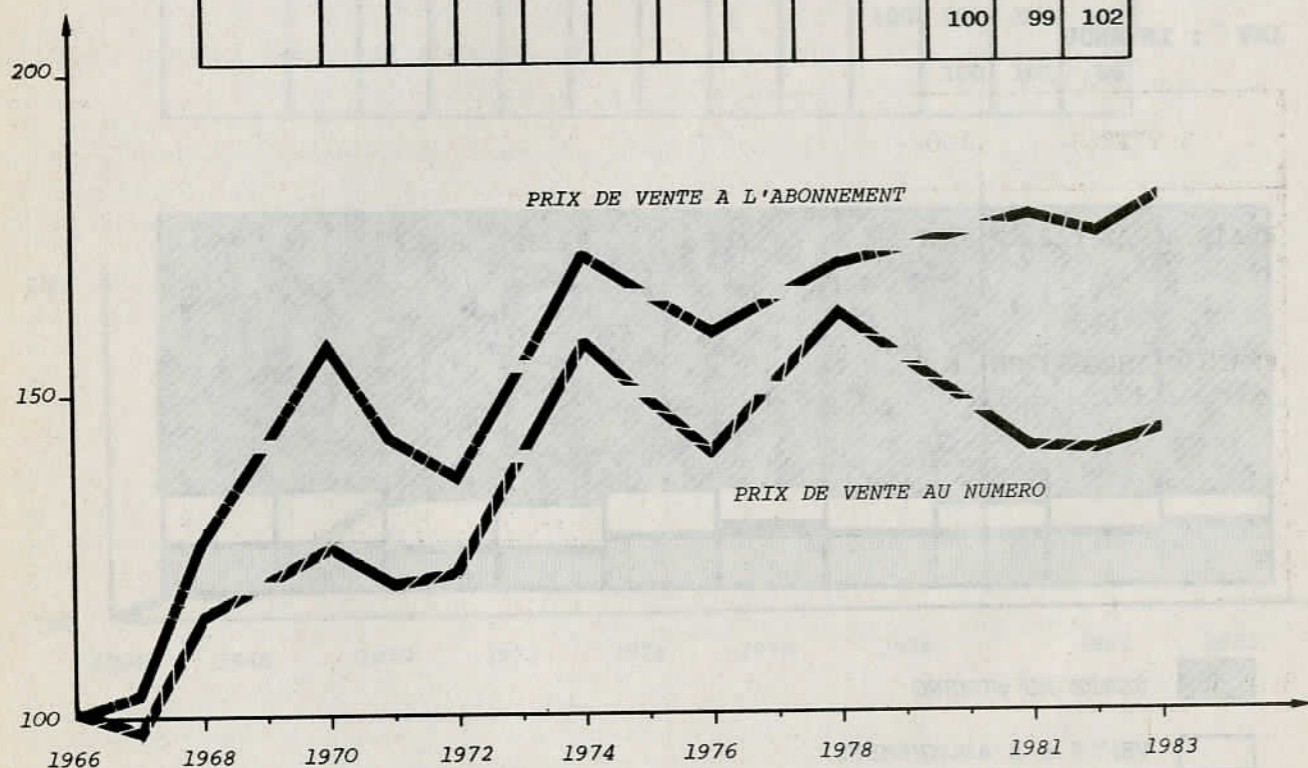
en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
	100	97	115	126	120	122	156	139	164	141	140	143
					100	102	130	116	137	118	117	119
									100	86	85	87
									100	99	101	

PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
	100	103	127	157	142	137	171	159	169	176	174	179
					100	97	121	112	119	124	123	127
									100	104	103	106
									100	99	102	



PRESSE TELEVISION

E.1 - CONSOMMATION DE PAPIER (en tonnes)

en indice

3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
	100	115	104	144	141	156	168	176	200	209	198	187
					100	111	119	125	142	148	141	133
									100	104	99	93
									100	95	89	

E.2 - FRAIS ACHAT PAPIER / FRAIS D'IMPRESSION

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
FRAIS ACHAT PAPIER	N.D	N.D	N.D	N.D	100	102	135	150	167	179	172	164
FRAIS D'IMPRESSION	N.D	N.D	N.D	N.D	100	106	114	124	140	149	132	136
TOTAL					100	103	123	135	152	162	149	148
									100	107	99	98

N.D Non disponible

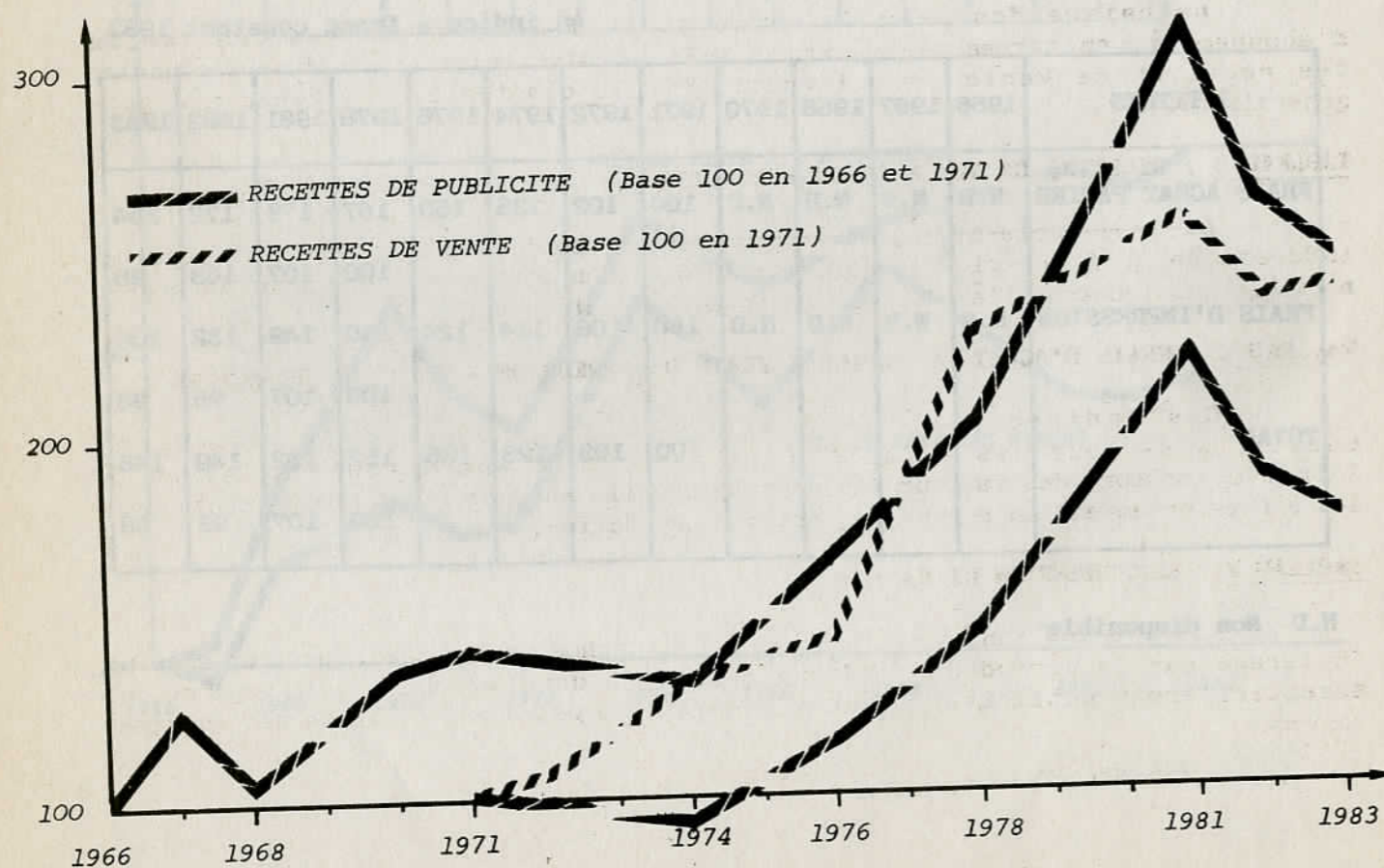
F - RECETTES PUBLICITE + PETITES ANNONCES / RECETTES DE VENTE

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982	1983
RECETTES DE PUBLICITE ET PETITES ANNONCES	100	126	105	136	141	139	131	162	201	307	260	245
					100	99	93	115	143	218	185	174
								100	152	129	122	
RECETTES DE VENTE AU NUMERO ET A L'ABONNEMENT	N.D	N.D	N.D	N.D	100	106	131	142	226	256	234	238
								100	113	103	105	

N.D Non disponible

INDICE



F

LA PRESSE MEDICALE "GENERALISTE"

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

Cette étude de la presse médicale généraliste concerne les 7 titres tri-mensuels, hebdomadaires et bi-hebdomadaires ayant les plus forts tirages observés entre 1971 et 1983.

L'échantillon représente en moyenne chaque année 50 % du volume de tirage et du chiffre d'affaires global de la presse médicale généraliste, pour les catégories de périodicité considérées.

TABLEAU A : TIRAGE AU NUMERO, TIRAGE ANNUEL

De 1976 à 1983, l'indice du tirage au numéro s'accroît de 12 %, celui du tirage annuel de 36 %.

La différence d'évolution constatée entre la série "tirage au numéro" et la série "tirage annuel" est révélatrice de l'accroissement des fréquences de parution de plusieurs titres de l'échantillon considéré au cours de la période d'observation.

TABLEAU B : REPARTITION DE LA DIFFUSION

La diffusion de la presse médicale généraliste est exclusivement assurée par voie d'abonnement et de distribution gratuite.

TABLEAU C : EVOLUTION DES PRIX DE VENTE

La baisse des prix de vente et la faible variation des tarifs d'abonnement, en termes réels, depuis 1972 démontre le caractère très secondaire des recettes de vente dans l'équilibre des comptes de la presse médicale généraliste.

TABLEAU D : RECETTES DE VENTE ET DE PUBLICITE

La très forte augmentation des recettes publicitaires, dont le volume en 1983 est de 70 % supérieur à celui de 1976 est un fait primordial pour la presse médicale qui gouverne l'évolution de toutes les autres variables.

TABLEAU E : FRAIS D'ACHAT DE PAPIER - FRAIS D'IMPRESSION - FRAIS DE REDACTION

Ces indices traduisent à nouveau la prépondérance du contenu publicitaire pour les magazines médicaux ; la qualité du papier et de l'impression sont des facteurs de coût essentiels et dont l'importance croît avec les années notamment au regard des frais de rédaction.

TABLEAU F : CONSOMMATION DE PAPIER

La consommation de papier croît à un rythme trois fois supérieur à celui du tirage sur la période considérée ; le fort développement de la pagination, essentiellement publicitaire est à l'origine de cette augmentation des tonnages consommés.

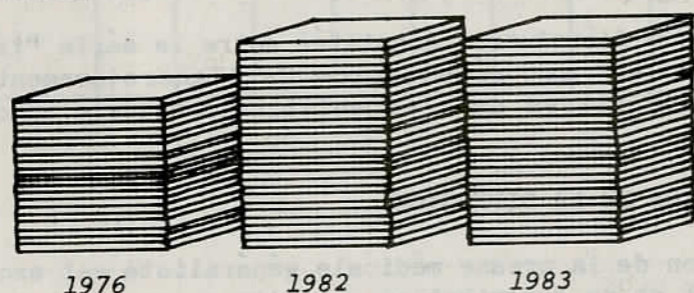
PRESSE MEDICALE "GENERALISTE"

A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO

TIRAGE TOTAL ANNUEL

	en indice		
	1 9 7 6	1 9 8 2	1 9 8 3
Tirage total au numéro	100	110,8	112,0
Tirage total annuel	100	137,7	135,7

TIRAGE TOTAL ANNUEL



B - REPARTITION DE LA DIFFUSION EN POURCENTAGE

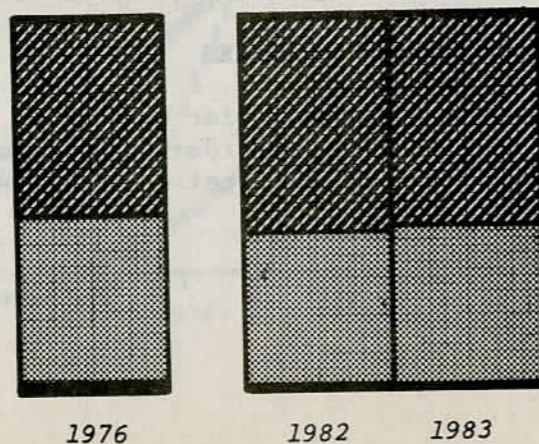
	1 9 7 6	1 9 8 2	1 9 8 3
Vente au numéro	0,48 %	0,66 %	0,54 %
Vente par abonnement	53,65 %	56,68 %	56,21 %
Gratuits	42,24 %	41,10 %	42,15 %
Invendus	3,63 %	1,56 %	1,10 %
Total	100,00 %	100,00 %	100,00 %

VENTE AU NUMERO

VENTE PAR ABONNEMENT

GRATUIT

INVENDUS



PRESSE MEDICALE "GENERALISTE"

C - PRIX DE VENTE AU NUMERO
PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT

	en indice - franc constant 1982		
	1 9 7 6	1 9 8 2	1 9 8 3
Prix de vente au numéro	100	79,9	87,6
Prix de vente à l'abonnement	100	96,5	97,6

D - RECETTES DE VENTE (Vente au numéro + Vente par abonnement)
RECETTES DE PUBLICITE (Publicité + Petites annonces)

	en indice - franc constant 1982		
	1 9 7 6	1 9 8 2	1 9 8 3
Recettes de vente	100	103,9	111,8
Recettes de publicité	100	181,9	170,5

E - FRAIS D'ACHAT DE PAPIER - FRAIS D'IMPRESSION - FRAIS DE REDACTION

	en indice - franc constant 1982		
	1 9 7 6	1 9 8 2	1 9 8 3
Frais d'achat de papier	100	141,2	115,1
Frais d'impression	100	151,2	161,5
Frais de rédaction	N.D	100	120,1

N.D : Non disponible

F - CONSOMMATION DE PAPIER

	en indice		
	1 9 7 2	1 9 8 2	1 9 8 3
Consommation de papier	100	214,1	194,7

51.20 PRESSE

I DÉFINITIONS

UNITÉS
Millions de francs pour les montants bruts
Milliers de francs par personne pour les montants rapportés à l'effectif.

Une entreprise est constituée d'autant de fractions d'entreprise qu'elle exerce d'activités différentes.

SECTEUR D'ENTREPRISES
Ensemble des entreprises (entières) exerçant à titre principal une même activité.

SECTEUR D'ÉTABLISSEMENTS
Ensemble des établissements (entiers) exerçant à titre principal une même activité.

BRANCHE D'ACTIVITÉ
Ensemble des fractions d'entreprise correspondant à une même activité.

II PRINCIPALES GRANDEURS

En 1983, 504 entreprises de 10 personnes ou plus, d'activité principale 51.20, employaient au total 53 009 personnes, dont 50 533 au titre de cette seule activité. En ajoutant à ce dernier effectif celui employé au titre de cette même activité 51.20, mais exercée cette fois en tant qu'activité secondaire par d'autres entreprises des secteurs industriels, on obtient l'effectif total de la branche 51.20, soit 51 331 personnes.

SECTEUR D'ENTREPRISES : entreprises exerçant l'activité 51.20 à titre principal

Entreprises employant 10 personnes ou plus		Entreprises employant 20 personnes ou plus	
Nombre d'entreprises	504	Nombre d'entreprises	366
Effectif employé	53 009	Effectif employé	50 877
toutes activités	53 009	Effectif salarié au 31.12.83	50 249
activité principale	50 533	Rémunérations	6 547
Ventes H.T.	31 982	Ventes H.T.	30 995
toutes activités	31 982	Résultat du compte pertes et profits	365
par personne	603	Marge brute d'autofinancement*	1 185
activité principale	30 724		

SECTEUR D'ÉTABLISSEMENTS : établissements exerçant l'activité 51.20 à titre principal

Établissements appartenant à des entreprises :		employant 10 personnes ou plus		employant 20 personnes ou plus	
Nombre d'établissements	1 224	Nombre d'établissements	1 086		
Effectif employé	52 208	Effectif employé	50 076		

BRANCHE D'ACTIVITÉ : nombre de fractions d'entreprises		Ventes H.T.	
Effectif employé	51 331	Ventes H.T.	31 246
		dont 51 331 dans la partie non intégrée de l'activité.	Ventes H.T. par personne
			609

* MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT : résultat du compte pertes et profits plus dotations aux amortissements et aux provisions.

III GRANDEURS CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR D'ENTREPRISES

Entreprises de 20 personnes ou plus

Taille des entreprises	Nombre d'entreprises	Effectif employé	Rémunérations	Chiffre d'affaires H.T. (CAHT)		Exportations		Valeur ajoutée brute au coût des facteurs (VABCF)		
				montant	par personne	montant	en % du CAHT	montant	par personne	en % du CAHT
20 à 49 personnes	208	6 918	795	5 266,9	761,3	337,2	6,4	1 451,6	209,8	27,6
50 à 99 »	49	3 679	440	2 232,5	606,8	91,7	4,1	734,1	199,5	32,9
100 à 199 »	42	5 933	703	3 000,3	505,7	124,3	4,1	1 106,0	186,4	36,9
200 à 499 »	41	12 415	1 741	7 803,7	628,6	670,0	8,6	2 793,7	225,0	35,8
500 personnes et plus	24	21 932	2 868	12 727,3	580,3	312,6	2,5	4 599,8	209,7	36,1
taille non significative*	2									
Ensemble	366	50 877	6 547	31 030,7	609,9	1 535,7	4,9	10 685,3	210,0	34,4

Taille des entreprises	Investissements									Location crédit-bail de terrains et de matériel
	totaux	par personne	nets de cession	terrains	bâtiments existants	constructions neuves	outillage et matériel sauf transport	matériel de transport	immobilisations incorporelles	
20 à 49 personnes	81,4	11,8	66,5	0,3	1,8	25,4	43,5	5,3	5,1	...
50 à 99 »	61,4	16,7	55,7	3,6	0,7	26,8	26,5	2,1	1,8	...
100 à 199 »	72,0	12,1	66,0	0,4	2,2	11,0	51,3	5,1	2,0	24,8
200 à 499 »	149,1	12,0	143,9	0,1	1,7	32,5	96,6	9,0	9,2	114,6
500 personnes et plus	276,5	12,6	251,5	1,9	14,4	60,3	179,2	15,4	5,4	160,3
taille non significative*										
Ensemble	640,3	12,6	583,6	6,4	20,7	155,8	397,0	36,8	23,5	...

* Il s'agit essentiellement d'entreprises donneuses d'ordres.

IV COMPTE D'EXPLOITATION GÉNÉRALE (Hors T.V.A. déductible) DES SECTEURS D'ENTREPRISES

N.A.P. : 51.20

Entreprises de 20 personnes ou plus

N° du plan comptable général	Comptes de charges	N° du plan comptable général	Comptes de produits		
30 à 37	Stocks en début d'exercice	898,8	30 à 37	Stocks en fin d'exercice	761,3
60 + 625	Achats de matières et de marchandises (HT) et droits de douane afférents	9 214,9	70	Ventes de marchandises et de produits finis hors taxes	30 994,9
61	Frais de personnel	8 984,8	71	Subventions d'exploitation reçues	67,6
62 - 625	Impôts et taxes (sauf droits de douane)	192,6	72	Ventes de déchets et d'emballages récupérables	35,8
63	Travaux, fournitures et services extérieurs	8 920,0	74	Ristournes, rabais et remises obtenus	67,3
64	Frais de transports et de déplacements	1 269,3	76	Produits accessoires	568,5
66	Frais divers de gestion	1 526,3			
67	Frais financiers	353,7	77	Produits financiers	279,9
	Quotes-parts (affaires en participation)	10,6		Quotes-parts (affaires en participation)	11,5
681	Dotations aux amortissements	440,3	780	Travaux faits par l'entreprise pour elle-même	9,8
685	Dotations aux provisions	379,7	785	Travaux et charges non imputables à l'exercice	178,8
	Solde d'exploitation	986,4			
Total		32 975,3	Total		32 975,3

N° du plan comptable	Principaux soldes	montant	en % du CAHT	en % de la VABCF
70 + 72	Chiffre d'affaires hors taxes (CAHT)	31 030,7	100,0	
76	+ Produits accessoires	568,5		
780	+ Travaux faits par l'entreprise pour elle-même	9,8		
60+625+63+64+66-74	+ Variation de stocks	64,7		
	- Achats de biens et services	20 863,3		
	= Valeur ajoutée hors taxes	10 810,3	34,8	
71	+ Subventions	67,6		
62 - 625	- Impôts et taxes (sauf droits de douanes)	192,6		
	= Valeur ajoutée brute au coût des facteurs (VABCF)	10 685,3	34,4	100,0
61	- Frais de personnel	8 984,8		
	= Excédent brut d'exploitation	1 700,5	5,5	15,9
77	+ Produits financiers	279,9		
67	+ Solde des quotes-parts	0,9		
	- Frais financiers	353,7		
	= Profit brut courant avant impôts	1 627,6	5,2	15,2
785	+ Travaux et charges d'exploitation non imputables à l'exercice	178,8		
681	- Amortissements	440,3		
685	- Provisions	379,7		
	= Solde d'exploitation	986,4	3,2	9,2

V DONNÉES DU SECTEUR D'ÉTABLISSEMENTS

Établissements des entreprises de 20 personnes ou plus

Région de programme	Nombre d'établissements	Effectif employé	Rémunérations	Investissements totaux
11 ILE-DE-FRANCE	325	21 204	3 092	271,1
93 PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR	70	2 885	340	22,6
53 BRETAGNE	35	2 616	353	39,8
31 NORD-PAS DE CALAIS	64	2 474	282	59,4
41 LORRAINE	43	2 085	258	23,0
42 ALSACE	35	2 080	244	10,4
82 RHÔNE-ALPES	78	2 011	242	23,6
99 AUTRES RÉGIONS (y compris éventuellement "secret" et "réserve")	436	14 721	1 650	159,1
Ensemble	1 086	50 076	6 462	609,1

VI PRINCIPALES ENTREPRISES DE LA BRANCHE

Entreprises réalisant chacune plus de 2% des ventes de la branche

306 689 951 PRESSE ALLIANCE
320 508 799 EDITIONS MONDIALES
324 286 319 FEP-HACHETTE ET CIE
549 200 509 STE D'ÉDITION OUEST FRANCE
592 010 151 LE MONDE ÉDITION JOURNAL
662 053 180 SA SOCPRESSE

• Compte d'exploitation générale :

Le compte d'exploitation générale, établi hors taxes, et conformément au Plan Comptable Général, procède du cumul de chacun des postes des comptes d'exploitation générale des entreprises du secteur et non d'une consolidation de ces comptes à l'intérieur du secteur demandant l'élimination des doubles comptes dus aux échanges internes.

