

Mai 1992

Voici l'état de la presse en 1991, tel qu'il ressort de "l'enquête rapide" que le Service Juridique et Technique de l'Information (SJTI) a réalisée à nouveau cette année et que mesurent six chiffres-clés : le tirage, la diffusion, le chiffre d'affaires, ce dernier étant éclaté en quatre rubriques, les ventes au numéro, les ventes par abonnement, les recettes publicitaires, les petites annonces.

Outil original, cette enquête l'est à plusieurs titres.

Elle présente une photographie complète de la presse éditeur, en retraçant sa présence sur ses deux marchés, celui des lecteurs, que mesurent la diffusion (en quantité physique) et les ventes, et celui de la publicité mesuré par les recettes correspondantes.

Elle s'est voulue légère et rapide à exploiter. Adressé le 15 février dernier aux 700 titres les plus importants de la presse éditeur, le questionnaire a été conçu, pour que les entreprises puissent facilement y répondre dans des délais très courts, avant le bouclage complet de leurs comptes, et qu'ainsi les résultats puissent être publiés dès la mi-mai.

Enfin la taille de l'échantillon permet le calcul d'indicateurs pour les principales familles de la presse éditeur, les quotidiens, la presse féminine, la presse sportive, etc.

A côté des résultats de l'IREP sur les recettes publicitaires, déjà disponibles, et de ceux de l'OJD sur le tirage et la diffusion, des NMPP relatifs aux titres qu'elles distribuent, les "Chiffres-Clés 1982-1991" fournissent les données de cadrage essentielles à la profession comme aux pouvoirs publics.

Les résultats définitifs, établis à partir de l'enquête détaillée, envoyée aux entreprises ce mois-ci, feront l'objet des "Tableaux Statistiques de la Presse 1991" publiés à la fin de l'année à la Documentation Française.

Christian PHÉLINE

Chef du Service Juridique et Technique
de l'Information

Quatre chiffres résument la **situation de la presse** en 1991 : -1,1% pour la diffusion, +4,1% pour les ventes, -7,4% pour les recettes publicitaires, soit -1,3% pour le chiffre d'affaires.

Ces chiffres illustrent les graves difficultés qu'a traversées la presse en 1991. Jamais depuis 1982, année de départ des séries publiées dans les Chiffres-Clés, le chiffre d'affaires n'a connu de baisse : en dix ans l'accroissement a été de +72% , soit un taux moyen de croissance annuelle de +6%.

L'économie de la presse repose sur deux marchés, celui du lectorat et celui de la publicité.

Le premier est mesuré par la diffusion (en nombre d'exemplaires) et les ventes, le second par les recettes publicitaires. Leurs évolutions, toujours positives ces dernières années, n'ont toutefois pas été parallèles, car elles n'obéissent pas aux mêmes logiques. Ce sont les recettes publicitaires (y compris les petites annonces) qui ont connu le plus fort développement : en huit ans, de 1983 à 1990, les recettes publicitaires font plus que doubler (+106%, soit un taux moyen annuel de +9,5%), alors que, durant la même période, les ventes n'augmentent que de +45% (soit un taux moyen annuel de +4,5%).

Le développement du premier marché ne peut qu'être modéré : il provient de la progression de la demande - faible, comme la progression de la lecture - et de la réussite de nouveaux produits et de nouveaux créneaux, ce qui, sauf dans la presse spécialisée, est rare. Deux chiffres le démontrent : de 1983 à 1990, soit sur huit ans, la diffusion a augmenté de moins de +5%. Si l'on défalque l'accroissement des prix de l'évolution des ventes (+45%), on aboutit à une hausse des ventes de moins de +10% sur la même période.

En revanche la croissance des recettes publicitaires est liée beaucoup moins au progrès du lectorat qu'à la demande des annonceurs en espace publicitaire. Celle-ci s'est développée de façon spectaculaire et, malgré la concurrence des autres supports, qui se sont multipliés, et le développement

du "hors-média", a été le véritable moteur de la croissance de la presse. Pour deux catégories de presse sur quatre, la publicité représente maintenant plus de 50% du chiffre d'affaires.

Or celle-ci s'est écroulée depuis la mi-90 et durant l'année 1991. Les pertes qui en résultent n'ont pas été compensées par les recettes provenant de la diffusion, laquelle décroît plus ou moins dans toutes les catégories.

La baisse de la **diffusion** est marquée pour la *presse nationale d'information générale et politique* : -3,1%. Cette catégorie, dont l'évolution négative de la diffusion est constante depuis 1987, a perdu 60 millions d'exemplaires en quatre années. Cette situation est largement expliquée par celle de la presse quotidienne nationale qui représente 70% de la famille et qui connaît aussi une baisse de -3,7%. A l'inverse, les

Ensemble de la presse	■
Presse spécialisée grand public	■
Presse locale d'information générale et politique	■
Presse nationale d'information générale et politique	■ ■ ■
Presse spécialisée technique et professionnelle	■ ■ ■
Journaux gratuits d'annonces	■ ■ ■

“news”, l'une des autres composantes importantes de cette catégorie, qui s'étaient fortement développé les deux dernières années, progressent encore légèrement : +0,5% en 1991.

La *presse locale d'information générale et politique* décline, mais moins que la famille précédente : -0,9% en 1991. D'une façon générale, sur les cinq dernières années, la presse locale, c'est-à-dire les quotidiens qui forment près de 95% de la diffusion, a mieux résisté que la presse nationale.

La *presse spécialisée grand public* est la seule catégorie dont la diffusion reste quasiment stable : -0,1% en 1991, après des progressions de +1,3% en 1990 et de +3,4% en 1989. La presse TV/Spectacle progresse notablement (+1,9%), la presse féminine reste au niveau de 1990, la presse sportive croît de +1,2%, ces trois catégories formant les deux tiers de la diffusion de la presse spécialisée. La taille de l'échantillon

enquêté ne permet pas de présenter les situations des autres familles.

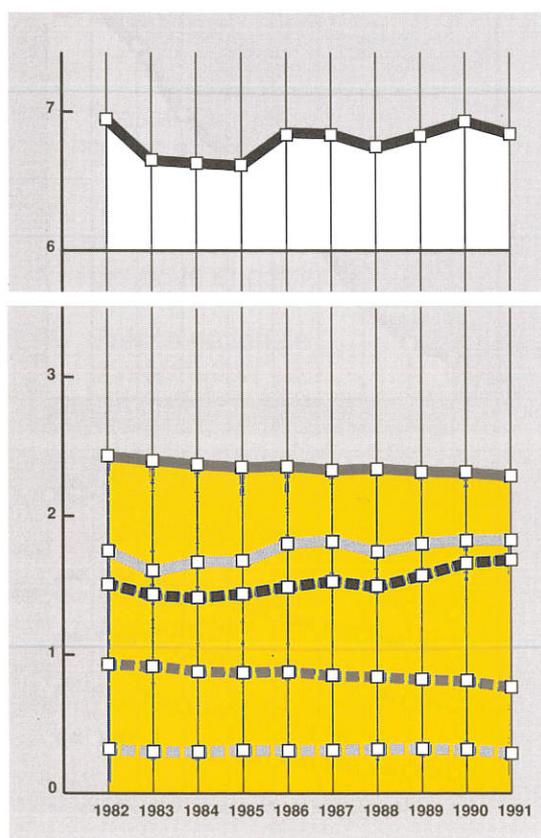
La diffusion de la *presse spécialisée technique et professionnelle* baisse fortement : -10,8% en 1991, après une hausse de +1% en 1990. Mais ces résultats sont à prendre avec précaution, la couverture statistique de cette catégorie étant moins bonne que pour les autres. On note que la presse médicale connaît une baisse de -3,2%.

La signification de cet indicateur, si l'on reste au niveau de l'ensemble de la presse, est limitée car il additionne des catégories de titres à périodicité différente. L'analyse de l'évolution du chiffre d'affaires et de ses composantes est plus riche d'enseignement.

Les **ventes** de l'ensemble de la presse éditeur progressent, mais modérément, +4,1%, essentiellement en raison de la

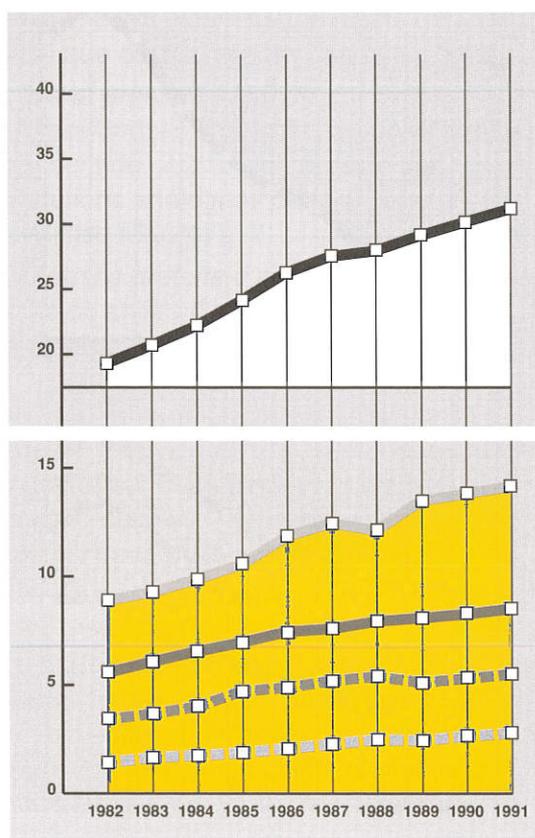
DIFFUSION

unité : milliards d'exemplaires



RECETTES DE VENTES

unité : milliards de francs



hausse des prix (+4,8%, selon l'indice des prix à la consommation -série journaux et magazines- de l'INSEE). Leur évolution est donc en fait parallèle à celle de la diffusion. Celles de la presse nationale d'information générale et politique augmentent de +4,5%. Les quotidiens nationaux ont des ventes en hausse de +5,2%. Cet accroissement résulte seulement des hausses de prix. Les titres, pourtant, considéraient que les prix, ayant atteint des niveaux absolus élevés, devaient rester stables, mais ils ont dû modifier leur politique : la hausse constatée en 1991 est de +5,6%, alors que elle n'a été que de +1,4% en 1989 et de +1,7% en 1990. Les ventes des news augmentent de +4,5%. Les ventes par abonnement progressent plus vite que les ventes au numéro. Ce trait, d'ailleurs, est commun à toutes les catégories.

Les ventes de la presse locale d'information générale et politique progressent, mais de façon un peu plus modérée +2,9% (sans doute parce que les hausses de prix ont été plus faibles).

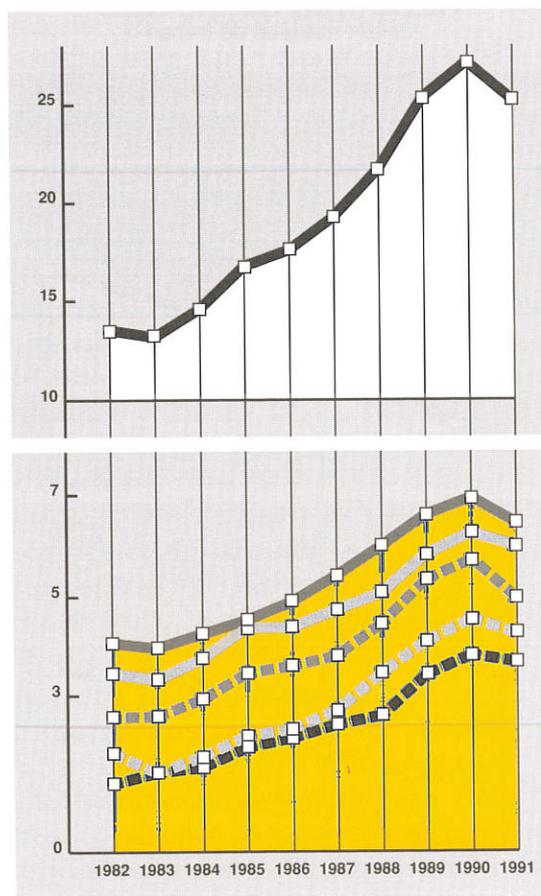
Dans la presse spécialisée grand public, la progression est de +5,1%. Les ventes de la presse TV augmentent de +5,2%, celles de la presse féminine de +9,7%, celles de la presse sportive de +3,5%.

La croissance est plus modérée dans la presse spécialisée technique et professionnelle, +2,2%. La presse médicale augmente de +2,3%.

Pour la première fois depuis 1983, les **recettes publicitaires** baissent : -7,4%. Les résultats de 1990, qui montraient déjà un fort ralentissement de la croissance

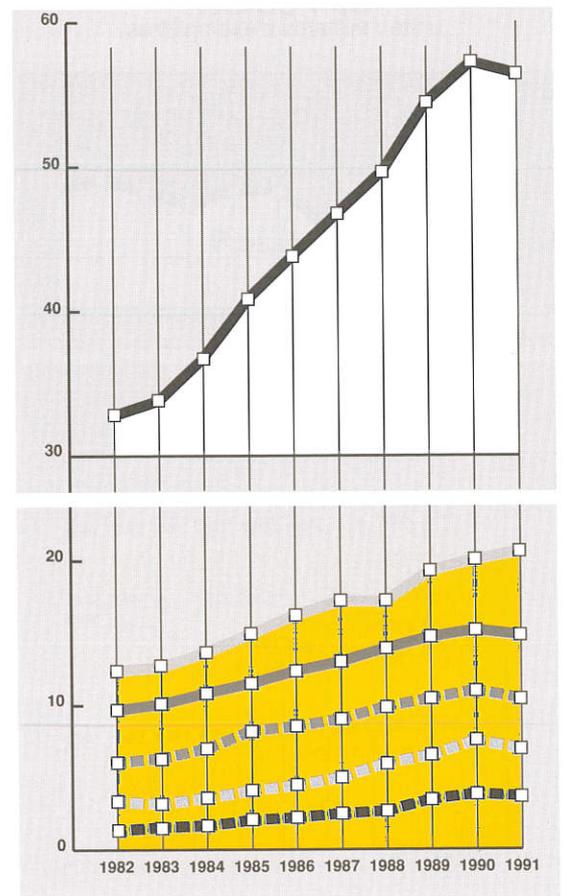
PUBLICITÉ

unité : milliards de francs



CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

unité : milliards de francs



(division par deux), annonçait en fait cette chute.

Les deux composantes des recettes publicitaires, les petites annonces et les recettes de publicité commerciale, n'obéissent pas aux mêmes lois et n'ont donc pas suivi les mêmes évolutions. La baisse des petites annonces est trois fois plus importante que celle de la publicité commerciale : -15,1% contre -4,9%.

Aucune catégorie n'échappe à cette récession, y compris celles dont la diffusion est en hausse.

La plus touchée est la *presse nationale d'information générale et politique* dont les recettes publicitaires baissent de -13,6%, Pour les quotidiens elle est de -14,4% ; pour les news, la baisse des recettes publicitaires est du même ordre -11,3%.

Les petites annonces s'écroulent : -22,2% pour l'ensemble de la catégorie, -22,6% pour les quotidiens, -21,0% pour les news. En comparaison de ces chiffres, l'évolution des recettes de publicité commerciale paraît presque moins sombre : -8,1% pour l'ensemble de la catégorie, -7,6% pour les quotidiens, -7,3% pour les news, bien que la diffusion de ces derniers ait augmenté.

Pour la *presse locale d'information générale et politique*, la baisse des recettes publicitaires est moindre -6,1% (-6,2% pour les quotidiens). Comme précédemment, les petites annonces chutent : -15% (-15,1% pour les quotidiens), alors que les recettes de publicité commerciale baissent "seulement" de -2,1%.

Seule catégorie dont la diffusion reste à peu près stable, la *presse spécialisée grand public* voit, comme les autres, ses recettes publicitaires baisser, mais à un taux bien moindre, -2,7%. Les petites annonces augmentent, mais leur poids est très faible. La presse TV est la seule famille repérée dans cette enquête dont les recettes publicitaires augmentent : +2,8%. Elles baissent dans la presse féminine de -2,1%, ainsi que dans la presse sportive (-1,1%).

Dans la *presse technique et professionnelle*, les recettes publicitaires baissent de -7,2%. On constate des évolutions analogues dans la presse médicale (-2,6%) .

La *presse gratuite d'annonces* a presque triplé de chiffre d'affaires de 1982 à 1990, ce qui représente en huit ans une croissance à un taux moyen annuel de près de 13% par an . De création plus tardive que dans les autres pays, la presse gratuite a gagné par ce rattrapage la place qui lui revient, mais elle n'échappe pas à la crise : son chiffre d'affaires baisse de -5,8% en 1991.

Le **chiffre d'affaires** est la somme des ventes et des recettes publicitaires : selon le poids de ces dernières, on constatera en 1991 une hausse du chiffre d'affaires ou une baisse. Dans la *presse nationale d'information générale et politique*, les

- Ensemble de la presse
- Presse spécialisée grand public
- Presse locale d'information générale et politique
- Presse nationale d'information générale et politique
- Presse spécialisée technique et professionnelle
- Journaux gratuits d'annonces

recettes publicitaires représentant 51,9% du chiffre d'affaires, le chiffre d'affaires baisse de -4,9%. La baisse est de -6,2% pour les quotidiens et de -4% pour les news.

Dans la *presse locale d'information générale et politique* ainsi que dans la *presse spécialisée grand public*, où le poids des recettes publicitaires est moindre (respectivement 45,5% et 31,1%), le chiffre d'affaires régresse légèrement (-1% pour la première catégorie) ou augmente (+2,9% pour la deuxième)

En revanche la *presse spécialisée technique et professionnelle*, pour laquelle la part des recettes publicitaires est très élevée (62,8%), voit son chiffre d'affaires baisser de -4,1%.

FICHE TECHNIQUE DE "L'ENQUETE RAPIDE":

- Visée par le Conseil National de l'Information Statistique, donc obligatoire, couverte par le secret statistique et ne pouvant être utilisée à des fins de contrôle ou de répression
- Réalisée par voie postale auprès de 770 titres de la presse éditeur
- Taux de couverture effectif pour les différentes catégories de la presse (défini comme le rapport en % entre le chiffre d'affaires mesuré sur les réponses reçues et traitées dans l'enquête rapide en 1990 et celui mesuré la même année par l'enquête détaillée relative à l'ensemble du champ de la presse éditeur) :
 - presse nationale d'information générale et politique : 95,2%
dont quotidiens : 98,8%
 - presse locale d'information générale et politique : 90,1%
dont quotidiens : 94,4%
 - presse spécialisée grand public : 68,4%
 - presse spécialisée technique et professionnelle : 51,8%
 - journaux gratuits d'annonces : 68,9%
 - ensemble de la presse éditeur : 77,3%

1 CHIFFRES CLÉS 1982-1991 TOUTES CATÉGORIES DE PRESSE RÉUNIES

	1982	1986	*	1987	*	1988	*	1989	*	1990	*	1991	*
												(P)	
Chiffre d'affaires total (1)	32,81	43,83	7,3	46,77	6,7	49,63	6,1	54,46	9,7	57,21	5,1	56,54	-1,3
Ventes au numéro	14,01	19,04	8,4	19,81	4,0	19,77	-0,3	20,53	3,8	21,00	2,3	21,78	3,6
Ventes par abonnement	5,29	7,22	10,2	7,72	6,9	8,17	5,8	8,59	5,1	9,02	5,0	9,49	5,3
Total ventes	19,30	26,26	8,9	27,52	4,8	27,94	1,5	29,12	4,2	30,02	3,1	31,27	4,1
Publicité commerciale	10,86	14,17	4,3	15,33	8,2	16,77	9,4	19,49	16,2	20,59	5,6	19,57	-4,9
Petites annonces	2,65	3,40	7,3	3,92	15,2	4,92	25,5	5,85	18,8	6,60	12,0	5,70	-15,1
Total publicité	13,51	17,57	4,9	19,25	9,6	21,69	12,7	25,34	16,8	27,19	7,3	25,27	-7,4
Indice des prix (2)													
Quotidiens	145,6	200,4	6,8	206,5	3,0	211,5	2,4	214,5	1,4	218,2	1,7	230,5	5,6
Magazines	130,4	177,4	8,0	186,4	5,1	196,1	5,2	201,5	2,8	210,6	4,5	219,2	4,1
Tirage total annuel (3)													
Ensemble	8,00	8,05	3,2	8,03	-0,2	7,92	-1,4	7,99	0,9	8,08	1,1	8,02	-1,1
Hors gratuits d'annonces	6,49	6,56	3,6	6,51	-0,8	6,43	-1,2	6,43	0,0	6,42	-0,1	6,33	-1,4
Diffusion totale annuelle (3)													
Ensemble	6,95	6,85	3,6	6,84	-0,2	6,74	-1,5	6,83	1,3	6,93	1,4	6,87	-1,1
Hors gratuits d'annonces	5,44	5,35	2,7	5,31	-0,7	5,25	-1,1	5,26	0,2	5,27	0,1	5,19	-1,6

(1) En milliards de Francs

(2) Indice base 100 en 1980. Indices des prix à la consommation (INSEE)

(3) En milliards d'exemplaires

* en % : année n/n-1

(P) Résultat provisoire

2 CHIFFRES CLÉS 1982-1991 PAR CATÉGORIES DE PRESSE

2a

PRESSE NATIONALE D'INFORMATION GÉNÉRALE & POLITIQUE

	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	6,07	8,53	3,8	9,04	6,0	9,87	9,2	10,45	6,0	11,01	5,4	10,48	-4,9
Ventes au numéro	2,53	3,70	4,8	3,82	3,2	3,89	1,8	3,63	-6,5	3,75	3,3	3,90	4,1
Ventes par abonnement	0,90	1,19	0,0	1,38	16,0	1,51	9,4	1,49	-1,7	1,55	4,0	1,63	5,5
Total ventes	3,43	4,89	3,6	5,20	6,3	5,40	3,9	5,12	-5,2	5,30	3,5	5,53	4,5
Publicité commerciale	1,85	2,58	4,5	2,67	3,5	3,28	22,8	3,40	3,7	3,58	5,5	3,30	-8,1
Petites annonces	0,79	1,06	2,9	1,17	10,4	1,19	1,7	1,93	62,5	2,13	9,9	1,66	-22,2
Total publicité	2,64	3,64	4,0	3,84	5,5	4,47	16,4	5,33	19,5	5,71	7,1	4,95	-13,6
Tirage total annuel (3)	1,21	1,17	1,7	1,13	-3,4	1,11	-1,8	1,10	-0,9	1,09	-0,6	1,05	-4,0
Diffusion totale annuelle (3)	0,93	0,88	1,4	0,85	-3,4	0,84	-1,2	0,82	-2,4	0,81	-1,3	0,78	-3,1

(1) En milliards de Francs
(3) En milliards d'exemplaires

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

2b

PRESSE LOCALE D'INFORMATION GÉNÉRALE & POLITIQUE

	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	9,67	12,36	7,4	13,01	5,3	13,93	7,1	14,70	5,5	15,18	3,2	14,97	-1,0
Ventes au numéro	4,31	5,77	6,7	5,85	1,4	6,15	5,1	6,29	2,3	6,39	1,7	6,55	2,4
Ventes par abonnement	1,26	1,69	8,5	1,74	3,0	1,79	2,9	1,81	0,9	1,88	3,6	1,96	4,4
Total ventes	5,57	7,46	7,0	7,60	1,9	7,94	4,5	8,10	2,0	8,27	2,1	8,51	2,8
Publicité commerciale	3,22	3,57	7,5	3,91	0,3	3,93	0,5	4,54	15,8	4,58	0,8	4,48	-2,1
Petites annonces	0,88	1,33	9,2	1,50	12,8	2,06	37,3	2,06	-0,3	2,33	13,3	1,98	-15,0
Total publicité	4,10	4,90	7,9	5,41	10,4	5,99	10,7	6,60	10,2	6,91	4,7	6,46	-6,1
Tirage total annuel (3)	2,74	2,66	0,4	2,63	-1,1	2,64	0,4	2,60	-1,5	2,58	-0,9	2,56	-0,7
Diffusion totale annuelle (3)	2,43	2,36	0,5	2,33	-1,3	2,34	0,4	2,32	-0,9	2,31	-0,6	2,28	-0,9

(1) En milliards de Francs
(3) En milliards d'exemplaires

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

2c

PRESSE SPÉCIALISÉE GRAND PUBLIC

	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	12,39	16,25	8,7	17,21	5,9	17,19	-0,1	19,30	12,3	20,07	4,0	20,62	2,6
Ventes au numéro	7,02	9,34	11,1	9,84	5,4	9,41	-4,4	10,29	9,4	10,52	2,2	11,00	4,6
Ventes par abonnement	1,87	2,51	16,7	2,63	4,8	2,71	3,0	3,19	17,6	3,30	3,4	3,53	6,8
Total ventes	8,89	11,85	12,2	12,47	5,2	12,12	-2,8	13,48	11,2	13,82	2,5	14,53	5,1
Publicité commerciale	3,30	4,15	-0,2	4,41	6,5	4,54	2,7	5,25	15,7	5,65	7,7	5,49	-2,9
Petites annonces	0,20	0,25	5,9	0,33	28,1	0,53	63,5	0,57	6,7	0,60	5,1	0,60	1,3
Total publicité	3,50	4,40	0,2	4,74	7,7	5,07	7,0	5,82	14,8	6,25	7,5	6,09	-2,7
Tirage total annuel (3)	2,18	2,38	7,6	2,41	1,3	2,32	-3,7	2,37	2,2	2,39	0,7	2,38	-0,5
Diffusion totale annuelle (3)	1,75	1,80	7,0	1,82	1,1	1,74	-4,4	1,80	3,4	1,82	1,3	1,82	-0,1

(1) En milliards de Francs
(3) En milliards d'exemplaires

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

2

CHIFFRES CLÉS 1982-1991 PAR CATÉGORIES DE PRESSE

2d

PRESSE SPÉCIALISÉE TECHNIQUE & PROFESSIONNELLE

	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	3,34	4,46	8,0	5,02	12,6	5,99	19,3	6,54	9,2	7,10	8,5	6,85	-4,1
Ventes au numéro	0,14	0,23	4,6	0,29	26,1	0,33	13,8	0,32	-4,3	0,34	7,3	0,32	-4,8
Ventes par abonnement	1,26	1,83	11,0	1,96	7,1	2,15	9,7	2,10	-2,2	2,30	9,1	2,37	3,2
Total ventes	1,40	2,06	10,2	2,26	9,7	2,48	9,7	2,42	-2,4	2,64	8,9	2,70	2,2
Publicité commerciale	1,63	2,0,3	4,2	2,32	14,3	2,90	25,0	3,36	15,9	3,52	5,0	3,32	-5,9
Petites annonces	0,31	0,37	19,4	0,44	18,9	0,60	36,4	0,76	26,2	0,94	22,9	0,83	-11,4
Total publicité	1,94	2,40	6,2	2,76	15,0	3,50	26,8	4,12	17,7	4,46	8,3	4,15	-7,2
Tirage total annuel (3)	0,36	0,35	0,0	0,34	-2,9	0,36	5,9	0,35	-2,8	0,36	2,7	0,33	-9,6
Diffusion totale annuelle (3)	0,32	0,31	0,0	0,31	0,0	0,32	3,2	0,32	0,0	0,33	1,0	0,29	-10,8

(1) En milliards de Francs
(3) En milliards d'exemplaires

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

2e

PRESSE GRATUITE D'ANNONCES

	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	1,34	2,23	8,5	2,49	11,9	2,67	7,2	3,47	29,6	3,85	11,1	3,62	-5,8
Tirage total annuel (3)	1,51	1,49	3,5	1,53	2,7	1,49	-2,6	1,57	5,4	1,66	5,8	1,70	2,6
Diffusion totale annuelle (3)	1,51	1,49	3,5	1,53	2,7	1,49	-2,6	1,57	5,4	1,66	5,8	1,70	2,6

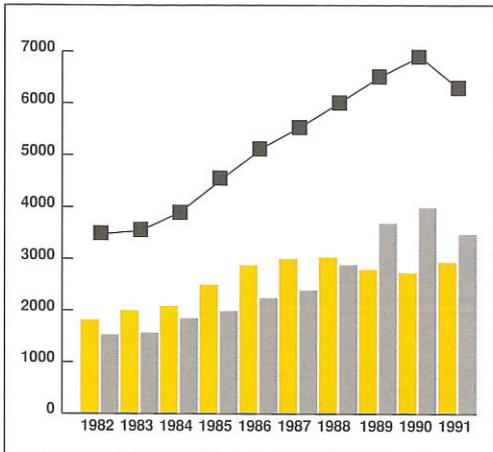
(1) En milliards de Francs
(3) En milliards d'exemplaires

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

3 CHIFFRES CLÉS 1982-1991 POUR QUELQUES TYPES DE PRESSE

3a

QUOTIDIENS NATIONAUX D'INFORMATION GÉNÉRALE & POLITIQUE



	1982	1986	*	1987	*	1988	*	1989	*	1990	*	1991	*
Chiffre d'affaires total (1)	3415	5177	10,7	5534	6,9	5979	8,0	6585	10,1	6808	3,4	6383	-6,2
Ventes au numéro	1570	2441	8,9	2531	3,7	2472	-2,3	2325	-6,0	2270	-2,4	2397	5,6
Ventes par abonnement	324	395	12,7	527	33,3	598	13,5	495	-17,1	534	7,8	553	3,5
Total ventes	1894	2836	9,4	3058	7,8	3070	0,4	2820	-8,1	2804	-0,6	2950	5,2
Publicité commerciale	889	1488	13,3	1578	6,1	2026	28,4	2181	7,6	2233	2,4	2063	-7,6
Petites annonces	632	853	10,5	898	5,2	883	-1,7	1584	79,5	1771	11,8	1370	-22,6
Total publicité	1521	2341	12,3	2476	5,8	2909	17,5	3765	29,4	4004	6,4	3433	-14,3
Tirage total annuel (3)	846	854	2,7	827	-3,1	809	-2,2	787	-2,8	785	-0,2	742	-5,5
Diffusion totale annuelle (3)	643	638	2,1	606	-5,0	597	-1,5	574	-3,9	568	-1,1	547	-3,7

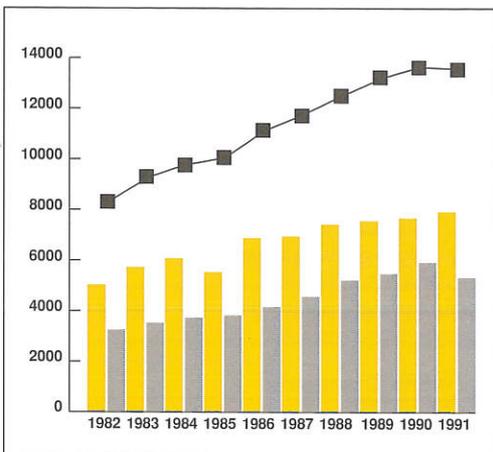
— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

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

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

3b

QUOTIDIENS LOCAUX D'INFORMATION GÉNÉRALE & POLITIQUE



	1982	1986	*	1987	*	1988	*	1989	*	1990	*	1991	*
Chiffre d'affaires total (1)	8335	11129	6,6	11719	5,3	12546	7,1	13226	5,4	13748	3,9	13586	-1,2
Ventes au numéro	4050	5502	6,1	5584	1,5	5866	5,0	6008	2,4	6114	1,8	6249	2,2
Ventes par abonnement	1036	1467	6,2	1505	2,5	1556	3,4	1577	1,3	1668	5,7	1740	4,3
Total ventes	5086	6969	6,1	7089	1,7	7422	4,7	7585	2,2	7782	2,6	7989	2,6
Publicité commerciale	2507	3162	6,1	3518	11,3	3510	-0,2	4046	15,3	4120	1,8	4029	-2,2
Petites annonces	742	998	11,6	1112	11,4	1614	45,1	1595	-1,2	1846	15,8	1568	-15,1
Total publicité	3249	4160	7,3	4630	11,3	5124	10,7	5641	10,1	5966	5,8	5597	-6,2
Tirage total annuel (3)	2476	2455	-0,2	2435	-0,9	2449	0,6	2419	-1,2	2408	-0,5	2391	-0,7
Diffusion totale annuelle (3)	2203	2176	0,2	2153	-1,1	2170	0,8	2153	-0,8	2152	-0,1	2133	-0,9

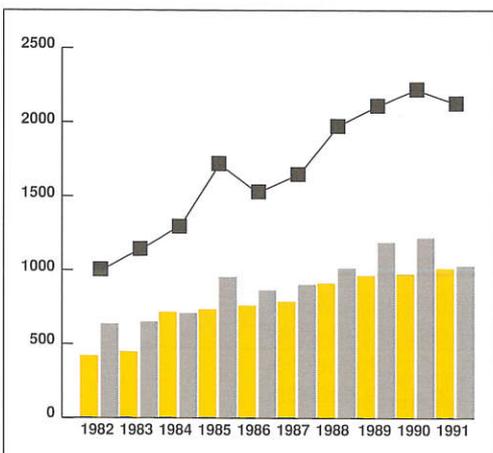
— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

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

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

3c

MAGAZINES D'INFORMATIONS (NEWS)



	1982	1986	*	1987	*	1988	*	1989	*	1990	*	1991	*
Chiffre d'affaires total (1)	1043	1518	-11,2	1635	7,7	1940	18,6	2115	9,0	2209	4,4	2120	-4,0
Ventes au numéro	196	341	-17,6	365	6,8	432	18,4	437	1,1	492	12,5	503	2,3
Ventes par abonnement	209	367	3,6	406	10,7	448	10,1	494	10,3	516	4,6	550	6,6
Total ventes	405	708	-7,9	771	8,8	880	14,1	931	5,8	1008	8,3	1053	4,5
Publicité commerciale	493	629	-10,8	620	-1,5	781	26,1	856	9,5	864	0,9	801	-7,3
Petites annonces	145	181	-23,5	244	35,4	279	13,9	328	17,8	337	2,7	266	-21,0
Total publicité	638	810	-14,0	864	6,8	1060	22,6	1184	11,7	1201	1,4	1067	-11,3
Tirage total annuel (3)	84	91	1,5	92	0,9	98	6,5	101	3,8	101	-0,5	103	2,1
Diffusion totale annuelle (3)	65	70	0,7	76	8,3	76	-0,2	82	9,2	85	3,5	86	0,5

— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

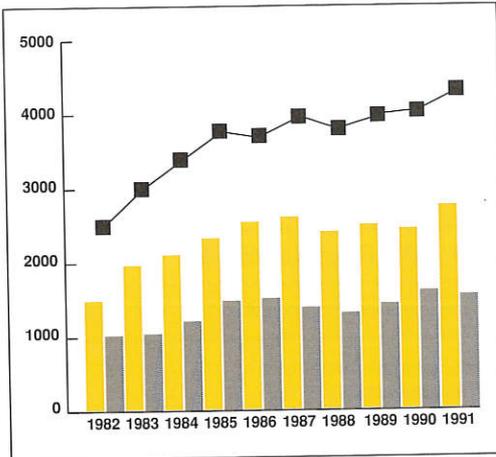
(1) En millions de Francs
 (3) En millions d'exemplaires

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

3 CHIFFRES CLÉS 1982-1991 POUR QUELQUES TYPES DE PRESSE

3d

PRESSE FÉMININE



	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	2534	3769	-1,0	3935	4,4	3821	-2,9	3944	3,2	4109	4,2	4316	5,1
Ventes au numéro	1258	2203	10,9	2232	1,3	2196	-1,6	2202	0,3	2186	-0,7	2388	9,2
Ventes par abonnement	256	308	-9,0	323	4,9	270	-16,4	295	9,2	305	3,5	345	13,1
Total ventes	1514	2511	8,0	2556	1,8	2466	-3,5	2497	1,3	2491	-0,2	2733	9,7
Publicité commerciale	1020	1258	-15,2	1379	9,6	1355	-1,7	1446	6,7	1607	11,1	1572	-2,1
Petites annonces	0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	n.s	11	n.s	11	n.s
Total publicité	1020	1258	-15,2	1379	9,6	1355	-1,7	1447	6,8	1618	11,8	1583	-2,1
Tirage total annuel (3)	315	437	5,4	447	2,2	423	-5,4	445	5,3	449	0,8	441	-1,7
Diffusion totale annuelle (3)	258	353	10,8	355	0,4	330	-7,0	351	6,3	364	3,8	364	0,0

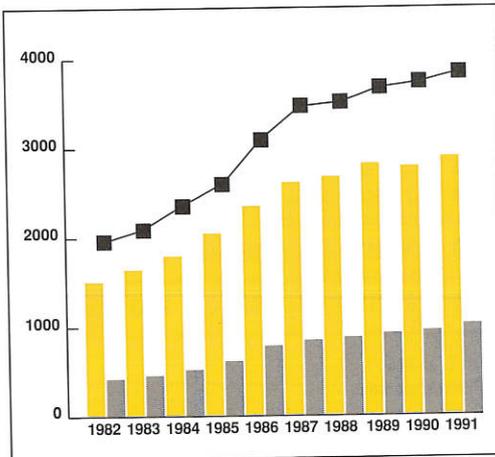
— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

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

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

3e

PRESSE TV



	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	1971	3115	16,7	3426	10,0	3492	1,9	3684	5,5	3706	0,6	3881	4,6
Ventes au numéro	1328	1973	13,7	2179	10,4	2176	-0,1	2215	1,8	2288	3,3	2399	4,9
Ventes par abonnement	177	364	19,3	434	19,2	470	8,3	514	9,5	436	-15,2	465	6,5
Total ventes	1505	2337	14,6	2613	11,8	2646	1,3	2729	3,1	2724	-0,2	2864	5,2
Publicité commerciale	461	777	23,3	812	4,5	846	4,2	955	12,9	973	1,8	994	2,1
Petites annonces	6	1	n.s	1	0,0	0	n.s	0	0	9	n.s	23	n.s
Total publicité	467	778	23,4	813	4,5	846	4,1	955	12,9	982	2,8	1017	2,7
Tirage total annuel (3)	472	594	14,0	646	8,8	654	1,3	635	-2,9	652	2,6	656	0,6
Diffusion totale annuelle (3)	406	487	10,0	542	11,4	549	1,2	544	-0,8	555	2,0	566	1,9

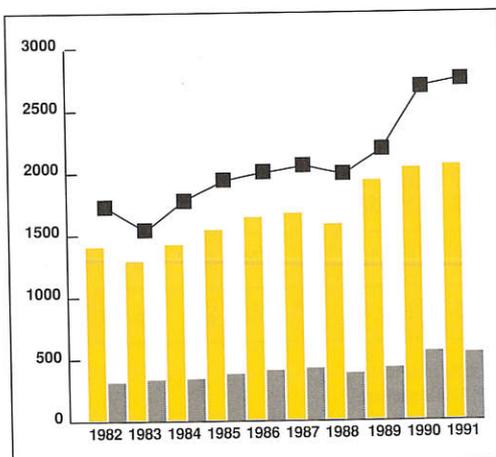
— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

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

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

3f

PRESSE SPORTIVE



	1982	1986 *	1987 *	1988 *	1989 *	1990 *	1991 *						
Chiffre d'affaires total (1)	1701	2028	6,3	2116	4,3	1994	-5,8	2347	17,7	2649	12,8	2717	2,5
Ventes au numéro	1318	1483	5,7	1532	3,3	1458	-4,8	1758	20,5	1924	9,5	1983	3,0
Ventes par abonnement	104	131	10,0	146	11,6	137	-6,6	151	10,8	167	10,1	182	9,4
Total ventes	1422	1614	6,0	1678	3,9	1595	-4,9	1909	19,7	2091	9,6	2165	3,5
Publicité commerciale	265	396	6,8	416	5,1	365	-12,2	408	11,6	517	26,6	512	-1,0
Petites annonces	14	18	22,5	22	23,1	34	57,3	31	-10,0	41	33,8	40	-1,7
Total publicité	279	414	7,4	438	5,9	399	-8,8	439	9,8	558	27,1	552	-1,0
Tirage total annuel (3)	367	406	2,1	362	-10,8	369	2,1	390	5,8	411	5,4	420	2,0
Diffusion totale annuelle (3)	253	273	-0,6	238	-13,0	238	0,2	257	7,7	266	3,6	269	1,2

— Total
 ■ Ventes
 ■ Publicité

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

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

QUELQUES DÉFINITIONS

LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE PRESSE

Les "chiffres clés 82-91" concernent la presse éditeur.

Cinq grandes catégories sont distinguées, elles-mêmes redécomposées en de nombreuses sous-catégories selon la périodicité, le thème, le lectorat... La classification du SJTI a près de 100 rubriques pour lesquelles les données sont publiées dans les "Tableaux statistiques de la Presse".

Presse nationale d'information générale et politique

Publications apportant de façon permanente des informations et des commentaires sur l'actualité politique et nationale. Cette catégorie comprend les quotidiens nationaux, les grands hebdomadaires et les magazines d'informations.

Presse locale d'information générale et politique

Publications dont le contenu répond aux mêmes principes que la catégorie précédente, mais comportant en outre des pages d'information traitant prioritairement de l'actualité dans un cadre local, départemental ou régional. La zone de diffusion est directement liée à leur contenu. Cette catégorie comprend les quotidiens régionaux et départementaux, les hebdomadaires départementaux et locaux, les magazines régionaux et enfin les journaux d'annonces judiciaires et légales.

Presse spécialisée "grand public"

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

Presse spécialisée technique et professionnelle

Publications dont le contenu est consacré à un thème principal et dont la teneur des articles est trop technique pour susciter l'intérêt au delà des professions correspondant aux sujets traités. Ces titres sont en grande partie vendus sur abonnement.

Journaux gratuits d'annonces

Publications distribuées gratuitement auprès des particuliers et dont le contenu est essentiellement constitué de petites annonces et de publicité.

LES INDICATEURS

Chiffre d'affaires

Ensemble des recettes (hors taxes) d'un titre, commissions et rémunérations d'intermédiaire non déduites.

Le chiffre d'affaires se décompose en 4 indicateurs :

recettes de ventes au numéro, recettes de ventes par abonnement, recettes de publicité commerciale, recettes d'annonces (petites annonces, annonces légales).

Tirage total annuel

Somme des tirages au numéro de l'ensemble des parutions des titres de la catégorie pour l'année déterminée.

Diffusion totale annuelle

Nombre total d'exemplaires vendus au numéro ou par abonnement ou distribués en services gratuits pour l'ensemble des parutions de la catégorie pour une année déterminée.

Indice des prix, quotidiens et magazines

Rubriques de l'indice mensuel des prix à la consommation des ménages publié dans le Bulletin Mensuel de Statistique (INSEE).

Ce document a été réalisé par la cellule statistique du SJTI.

Y ont participé :
B. GENTIL, P. GIERL, M. GONZALES,
N. JANIN, P. KIRCHHOFER,
D. MARIOTTI, B. POULET

OU ET QUAND TROUVER LES RESULTATS DE L'ENQUETE STATISTIQUE ANNUELLE "PRESSE EDITEUR" ?

les publications statistiques du SJTI

		ANNEE D'OBSERVATION	
PUBLICATIONS DISPONIBLES	Presse et statistiques 19... Données détaillées pour les cent catégories de la presse	avant 1987	SJTI sur demande Hôtel de Clermont 69, rue de Varenne - 75700 Paris
	Tableaux statistiques de la presse 1987-1988 Données détaillées pour les cent catégories de la presse, séries rétrospectives 1982-1988	1987-1988	Juillet 1990 La Documentation Française 31, Quai Voltaire - 75007 Paris Tél : 48 39 56 10 Prix : 60F
	Tableaux statistiques de la presse 1989-1990 Données détaillées pour les cent catégories de la presse, séries rétrospectives 1982-1989 Données provisoires 1990	1989	Septembre 1991 La Documentation Française Prix : 60F
	Tableaux statistiques de la presse 1990 Données détaillées pour les cent catégories de la presse, séries rétrospectives 1982-1990	1990	Février 1992 La Documentation Française Prix : 60F
	Chiffres-clés 1982-1991 Données provisoires pour les quatre grandes catégories de la presse	1991	Avril 1992 SJTI gratuit
PUBLICATIONS A PARAITRE	Tableaux statistiques de la presse 1991 Données détaillées pour les cent catégories de la presse, séries rétrospectives 1982-1991	1991	A paraître début 1993 La Documentation Française

les autres publications du SJTI

La presse française à l'heure de l'Europe <i>Pierre Todorov</i>	1er trimestre 1990 La Documentation Française Prix : 60F
Guide du créateur de publication	1er trimestre 1990 Imprimerie Nationale 27-29, rue de la Convention 75015 Paris Tél : 40 58 30 00 Prix : 35F
La redevance en Europe <i>SJTI</i>	Octobre 1990 Gratuit SJTI sur demande
Les agences de presse en France <i>Philippe Baudelot</i>	Mai 1991 La Documentation Française Prix : 60F
Les jeunes et leur télévision <i>INA/MEDIAMETRIE/DIAPASON</i>	Août 1991 La Documentation Française Prix : 95F
L'industrie française des programmes de télévision <i>Michel Fansten</i>	4ème trimestre 1991 La Documentation Française Prix : 60F
Les journalistes français en 1990 <i>Institut Français de Presse</i>	Février 1992 La Documentation Française Prix : 110F
Observatoire de la création audiovisuelle France 1990 <i>CSA/CNC/SJTI/INA</i>	1er trimestre 1992 La Documentation Française Prix : 75F



MINISTERE DE LA COMMUNICATION

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

Rédaction : Cellule statistique
Responsable : M. Bernard Gentil
Contact : 42 75 87 14