

■■■ PRESSE ET STATISTIQUES NUMERO 9 ■■■ BULLETIN DE DOCUMENTATION STATISTIQUE SUR LA  
PRESSE ECRITE EDITEE EN FRANCE ■■■ SERVICE JURIDIQUE ET TECHNIQUE DE L'INFORMATION ■

■■■■■■■■■ LA PRESSE EN 1982

■■■ COUVERTURE GEOGRAPHIQUE  
DE LA PRESSE QUOTIDIENNE

■■ EVOLUTION DE 1965 A 1982

■ NEWS MAGAZINES  
■ PRESSE TELEVISION

PRESSE  
&  
STATISTIQUES

# PRESSE & STATISTIQUES

\_\_\_\_\_ n°9

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

CHEF DU SERVICE : JEAN-PIERRE HOSS  
SOUS-DIRECTEUR DE LA PRESSE ECRITE :  
MICHEL SUVEG  
RESPONSABLE DE LA STATISTIQUE :  
BERNARD LAINE  
RESPONSABLE DE L'INFORMATIQUE :  
MICHÈLE CHRISTAKIS  
RÉDACTION : BERNARD LAINE  
PATRICE KIRCHHOFER

ONT COLLABORÉ À L'ÉLABORATION DE  
CE NUMÉRO :

HÉLÈNE	BARBIER
CHANTAL	BOBEUF
MARTINE	BROCHOT
MARIE-ANNE	GRAVET
SOPHIE	PAUCHARD
BRIGITTE	VINSON

REPRODUCTION  
AUTORISÉE  
SOUS RÉSERVE  
D'INDICATION  
DE LA SOURCE

# SOMMAIRE

- AVANT PROPOS P. 2
- PRESENTATION P. 3
- TERMINOLOGIE P. 5
- RECAPITULATIF PRESSE EDETEUR 1982  
(CHAPITRE 1) P. 7
- DENOMBREMENT DES TITRES  
(CHAPITRE 2) P. 11  
PAR PÉRIODICITÉ  
PAR SUJET PRINCIPAL
- TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE  
(CHAPITRE 3) P. 27  
PRESSE NATIONALE  
PRESSE LOCALE  
PÉRIODIQUES SPÉCIALISÉS
- CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE  
(CHAPITRE 4) P. 49  
PRESSE NATIONALE  
PRESSE LOCALE  
PÉRIODIQUES SPÉCIALISÉS
- ANNEXE P. 73  
PÉRIODIQUES SPÉCIALISÉS  
PRESSE QUOTIDIENNE  
PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE  
NEWS MAGAZINES  
PRESSE TÉLÉVISION  
PRESSE FÉMININE

## AVANT PROPOS

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

A compter de l'année 1972 et, excepté pour l'année 1980, ces chiffres ont été publiés, dans les huit 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 qui, jusqu'alors, n'avaient jamais été publiées. Les chiffres de l'année 1982, sont publiés comme l'ont été ceux de l'année précédente, sur une base méthodologique renouvelée.

La nomenclature de classement par sujet des titres de presse et autres périodiques (cf. document encarté), principale innovation du bulletin n° 8, est à nouveau utilisée pour la présentation chiffrée des résultats de l'enquête concernant l'année 1982. La mise en place définitive de cette nomenclature a nécessité quelques opérations de reclassement de titres, en nombre toutefois limité, qui sont décrites ci-après au chapitre 1 "Dénombrement des titres".

La présentation du précédent bulletin a été améliorée par adjonction d'un classement des séries chiffrées par périodicité de parution.

Enfin, le présent bulletin a été augmenté d'annexes concernant, soit des séries chronologiques, soit des études détaillées sur certaines catégories de périodiques, notamment sur l'évolution de la presse quotidienne régionale et départementale en 1983. Ces derniers chiffres sont issus de l'enquête sur l'année 1983 en cours de dépouillement.

Quelques développements préliminaires intéressant la présentation et le contenu du bulletin **Presse et Statistiques n° 9** sont indispensables 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.

## PRESENTATION

La lecture d'une brochure statistique se trouve facilitée lorsque ses rubriques sont explicitement définies. Les développements qui suivent intéressent, en outre, le choix de l'ordre de présentation des chiffres et les 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 au minimum requis par la compréhension de chaque tableau chiffré.

Un mode de classement premier assis sur les périodicités de parution susciterait un nombre excessif de redites puisqu'il existe de fait 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.

### II - DES RUBRIQUES DETAILLEES PAR PERIODICITE ET PAR SUJET

Au sein des chapitres 2 et 3, un tableau récapitulatif précède la description détaillée donnée pour chacun des ensembles :

PRESSE PARIS  
PRESSE PROVINCE  
PERIODIQUES SPECIALISES

Dans les deux chapitres, presse parisienne et presse de province sont présentées, pour ce qui concerne les quotidiens et les hebdomadaires, sous forme de séries chronologiques (1981, 1982 ou 1978, 1981, 1982 pour certaines séries). Les chiffres de 1982 sont ensuite

Les variables ayant fait l'objet d'une exploitation statistique pour l'année 1982 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.

intégrés dans des tableaux complets comprenant, 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 puis détaillés selon les catégories de périodicité de parution les plus fréquentes : "Hebdomadaire", "Mensuelle" et "Trimestrielle".

### III - DEFINITION DES CATEGORIES DE PERIODICITES DE PARUTION

L'usage du classement par catégorie de périodicité a été étendu comparativement au précédent bulletin. La définition de ces diverses catégories est la suivante :

**QUOTIDIENS** : Publications paraissant de 5 à 6 fois par semaine, réparties, si nécessaire, en quotidiens du matin, quotidiens du soir, et journaux du 7<sup>ème</sup> jour. L'édition dite du 7<sup>ème</sup> 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 de 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 chiffre 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 pourcentages moyens de diffusion et pour les seules catégories de

périodiques qui justifiaient d'une telle précision de calcul.

Les données en valeur sont exprimées en francs de l'année concernée (1). Si le lecteur désire rapprocher les valeurs de 1978 figurant sur les bulletins 8 et 9, son attention est attirée sur le fait qu'elles sont exprimées en francs constants de l'année 1981 dans le bulletin 8 et en francs de l'année 1978 dans le bulletin 9.

Dans le présent bulletin, toutes les évolutions en francs constants peuvent, le cas échéant, être repérées en utilisant les indices annuels de prix à la consommation publiés par l'INSEE soit 199,8 pour 1978 ; 285,0 pour 1981 et 318,7 pour 1982 (base 100 en 1970).

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

## TERMINOLOGIE

(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 :**

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)

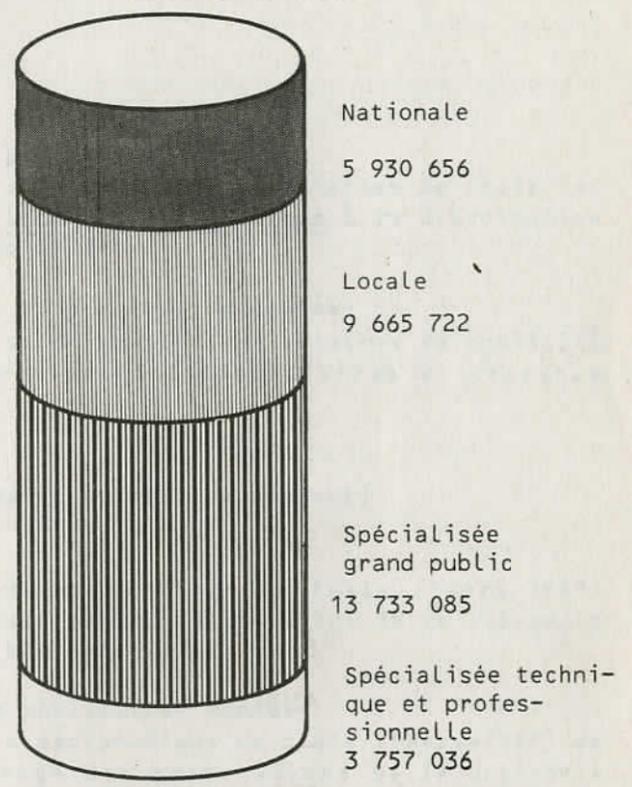
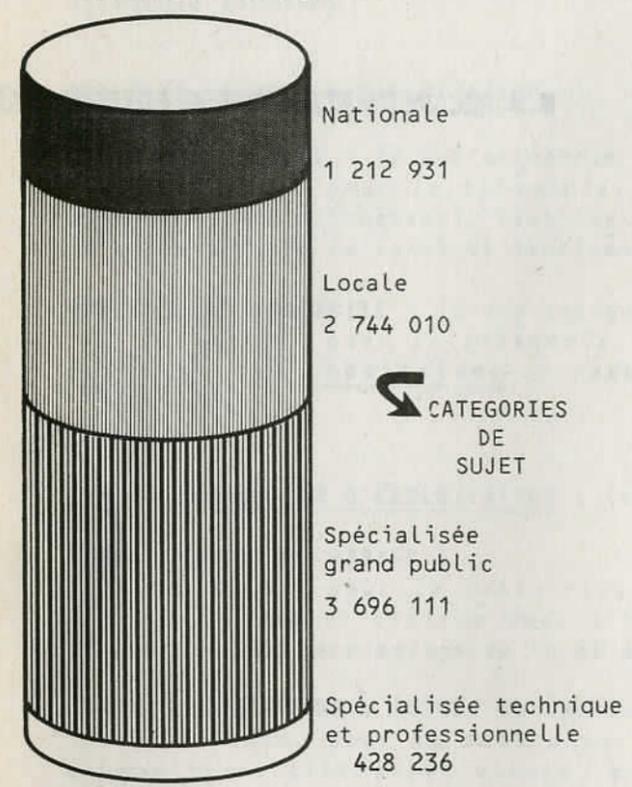
o Somme, pour la catégorie, des déclarations de frais ("Hors-TVA") de distribution, de commissions d'abonnement, de commissions sur publicité, de frais de promotion, engagés pour la commercialisation des publications de la catégorie et exprimée en pourcentage du total des charges.

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

PRESSE EDITEUR 1982

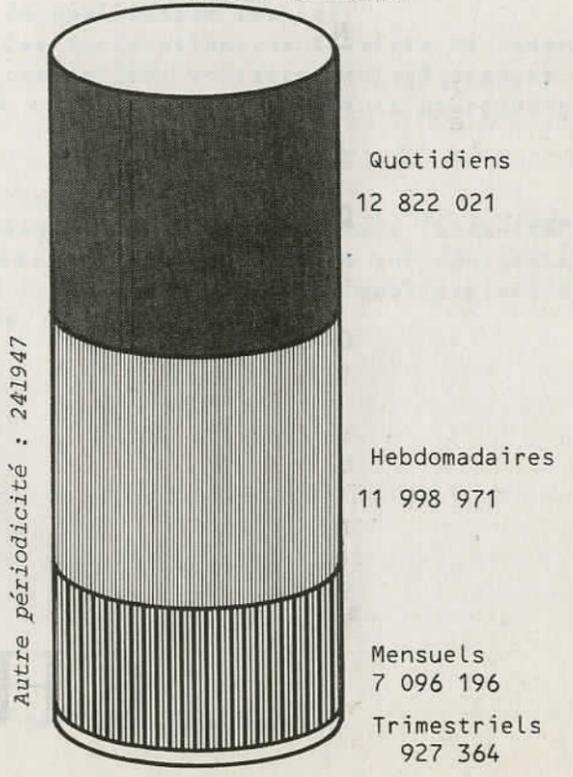
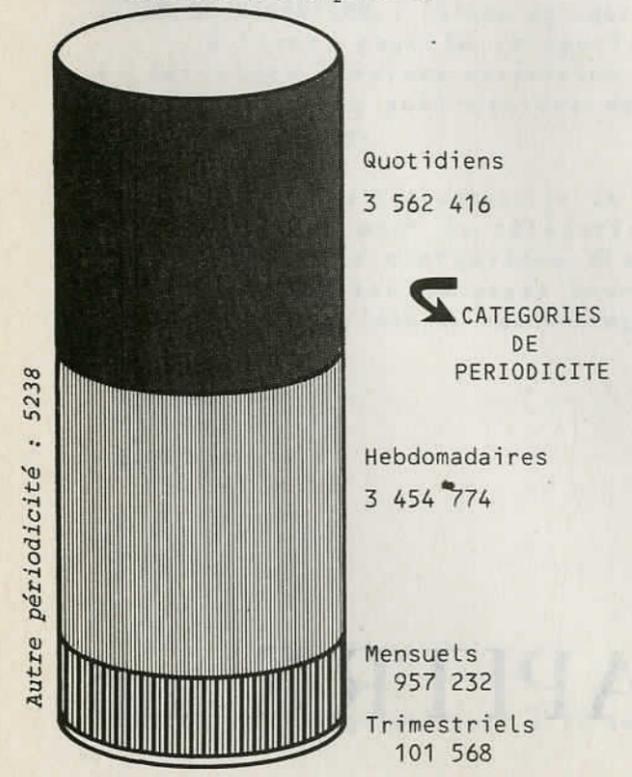
TIRAGE TOTAL ANNUEL  
milliers d'exemplaires

CHIFFRE D'AFFAIRES  
milliers de francs



TIRAGE TOTAL ANNUEL  
milliers d'exemplaires

CHIFFRE D'AFFAIRES  
milliers de francs



Le chiffre d'affaires de la presse éditeur a progressé en 1982 de + 18,5 % en francs courants pour une hausse du tirage total annuel de + 4,6 %.

- N : Presse d'information générale et politique nationale
- L : Presse d'information générale et politique locale
- K : Presse spécialisée grand public
- T : Presse spécialisée technique et professionnelle

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 été observés en 1981 et 1982 sur les mêmes ensembles de presse à savoir :

L'évolution de ces deux variables est résumée sur le tableau suivant :

TYPE DE PRESSE	N	L	K	T
VARIATIONS 1981 - 1982				
TIRAGE TOTAL ANNUEL	- 2,3 %	- 1,2 %	+ 10,5 %	+ 18,2 %
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL (FRANCS COURANTS)	+ 11,4 %	+ 15,3 %	+ 20,0 %	+ 35,6 %

1. PRESSE NATIONALE

Pour la presse nationale d'information générale et politique, le tirage total annuel de 1.212.931.000 exemplaires, dont le détail par périodicité figure au tableau 6, a diminué de 2,8 % en 1982. (1.247.608.000 exemplaires après rectification en 1981).

tirage de la catégorie n'est pas imputable à la baisse du nombre de titres (88 en 1982 contre 102 en 1981) qui résulte principalement du reclassement statistique de 15 publications mensuelles dans les titres de la presse de groupements.

Cette baisse s'explique principalement, par celle des publications hebdomadaires (-2,6 % si l'on rapproche les chiffres des tableaux 4 et 5) dont le tirage représente environ 30 % de celui de l'ensemble.

Le chiffre d'affaires global de ces périodiques a progressé de 11,4 %, soit approximativement l'équivalent de la hausse des prix (+ 11,82 %). Ce résultat, compte tenu de l'évolution défavorable de la diffusion payée sur la période considérée, s'explique par une forte variation à la hausse des prix de vente au numéro.

Cette diminution du

## **2. PRESSE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE**

Le tirage total annuel de la presse régionale et départementale baisse en 1982 de 1,2 point. Ce chiffre cache deux évolutions distinctes, celle de la presse quotidienne dont le tirage total annuel

diminue de 2,4 point (cf. tableau 8) et celle des hebdomadaires locaux dont le tirage croît de + 0,6 % à nombre de titres équivalent (cf. tableau 9).

L'évolution du chiffre d'affaires (+ 15,3 %) rapprochée de celle concernant les quotidiens parisiens tient pour une moindre part à celle des prix de vente puisque la diffusion payée des quotidiens de province a moins régressé que celle des quotidiens de Paris.

## **3. PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"**

Les chiffres de tirage et de recettes de ces périodiques sont à la hausse en 1982 (+10,5 % et +20,0 %). Toutefois ces données, comme dans le cas précédent, ne révèlent rien des situations particulières à chaque catégorie de magazines féminins, sportifs, loisirs...

## **4. PERIODIQUES SPECIALISES "TECHNIQUES PROFESSIONNELLES"**

Les importantes variations constatées pour cette catégorie (+18,2 % en tirage et +35,6 % en chiffre d'affaires) résultent de la convergence simultanée de plusieurs éléments : augmentation du nombre de titres à forte parution (151 hebdomadaires contre 112 en 1981), bonnes performances de

nombreuses maisons d'édition pour la presse industrielle et la presse agricole.

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

L'évolution de ces deux variables en 1982 n'est pas mesurable puisque la ventilation par périodicité n'a pu être réalisée en 1981 ; toutefois l'observation de la répartition du tirage et du chiffre d'affaires révèle deux faits marquants.

D'une part, les publications quotidiennes et hebdomadaires sont comparables à la fois en tirage et en chiffre d'affaires : 44 % du tirage et 39 % des recettes pour les premières, 42 % du tirage et 36 % des recettes pour les secondes.

D'autre part, les publications mensuelles représentent, en chiffre d'affaires, deux fois la proportion qu'elles occupent en tirage (22 % contre 12 %).

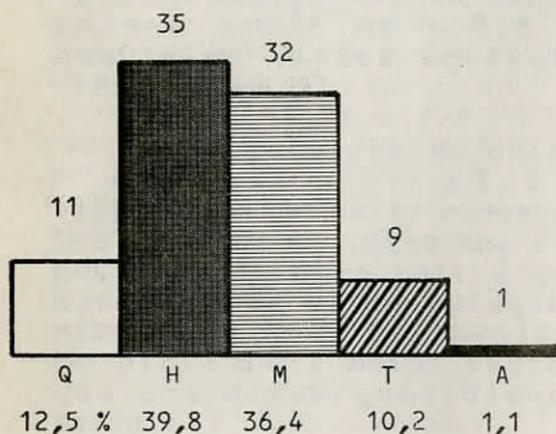
■ ■ DENOMBREMENT DES TITRES 1982

# CHAPITRE deux

(Q = Quotidien - H = Hebdomadaire - M = Mensuel - T = Trimestriel - A = Autre)

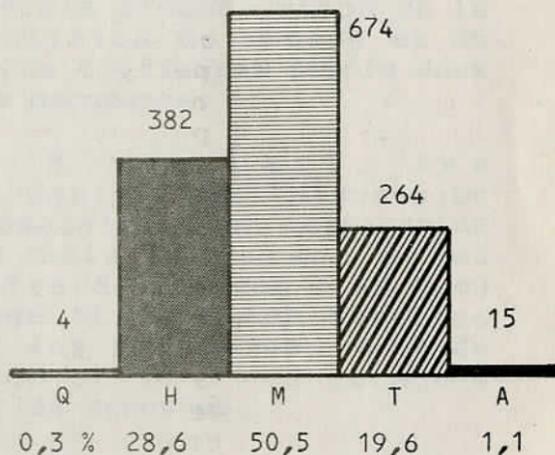
**N**

PRESSE D'INFORMATION  
GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE  
(88 TITRES)



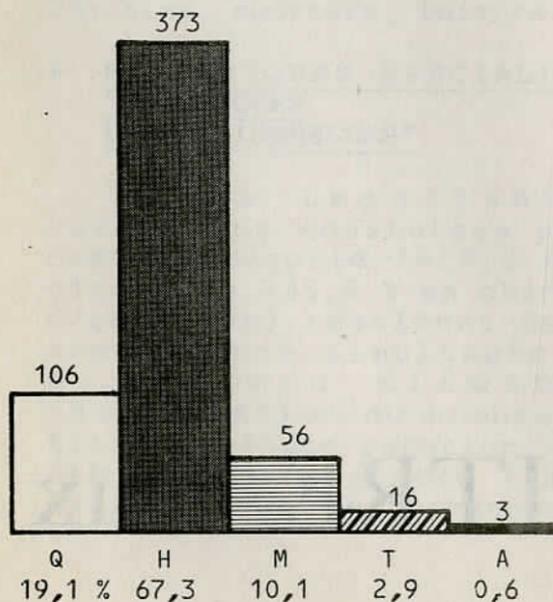
**K**

PRESSE SPECIALISEE  
"GRAND PUBLIC"  
(1 339 TITRES)



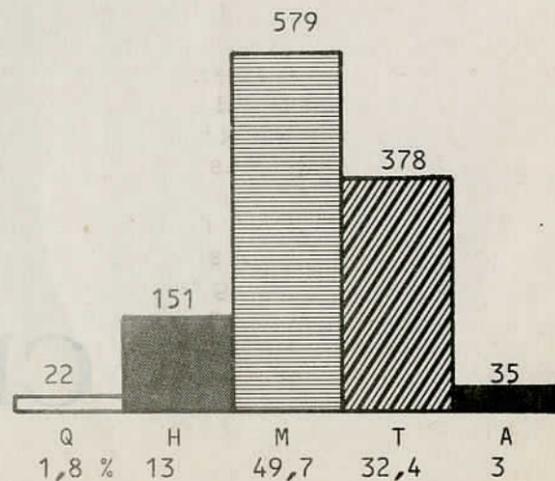
PRESSE D'INFORMATION  
GENERALE ET POLITIQUE LOCALE  
(554 TITRES)

**L**



PRESSE SPECIALISEE  
TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE  
(1 165 TITRES)

**T**



Le dénombrement des titres ayant paru au moins une fois au cours de l'année 1982 a abouti à l'identification de 3146 titres distincts pour la presse éditeur contre 3084 en 1981.

hebdomadaires. Elle s'explique par l'augmentation du nombre des périodiques gratuits d'annonces.

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

La population des titres de la presse spécialisée technique et professionnelle a connu une modification de structure qui se traduit aussi par une augmentation de la proportion des périodiques hebdomadaires de 1 %. Les créations de titres les plus nombreuses sont celles de la presse industrielle. Cette dernière est classée sous deux rubriques (Industrie de mise en oeuvre du bâtiment : 59 titres en 1982 contre 50 en 1981 - et services marchands gestion, administration, informatique : 127 titres en 1982 contre 96 en 1981).

Pour la presse d'information générale et politique nationale, le nombre de titres est resté équivalent à celui de 1981 puisque la baisse observée s'explique par le reclassement dans la catégorie des publications de groupements de 15 périodiques mensuels d'opinion politique.

Seule est à noter la création du quotidien PRESENT.

De même, la population des titres de la presse d'information générale et politique locale est restée stable. Le nombre des journaux du 7ème jour, toujours dénombrés séparément des 80 titres quotidiens, a baissé d'une unité (Fusion de l'Espoir Dimanche avec Centre Dimanche). L'élévation du nombre des périodiques mensuels s'explique par la création de magazines régionaux et locaux (city.magazines).

Le nombre des périodiques spécialisés destinés au grand public est en augmentation de 29 titres. Cette évolution touche notamment la catégorie des

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 NATIONALE

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE : 16 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LE MONDE, LE FIGARO ...	16	11	3	2		

OPINION : 60 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* POLITIQUE	REVOLUTION, L'UNITE ...			11	15	6	1
* SATIRIQUE	LE CANARD ENCHAINE ...	5		3		2	
* RELIGIEUSE	TEMOIGNAGE CHRETIEN, FRANCE ECCLESIA ...	15		6	9		
* AUTRES	LA VIE OUVRIERE, SYNDICALISME HEBDO ...	7		3	3	1	

MAGAZINES ILLUSTRÉS D'INFORMATION : 12 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* NEWS MAGAZINES	LE NOUVEL OBSERVATEUR ...	4		4			
* AUTRES	VSD, PARIS MATCH ...	8		5	3		

**EXEMPLE DE LECTURE**

■ ■ ■ 4 NEWS MAGAZINES DONT ZERO QUOTIDIEN, 4 HEBDOMADAIRES, ZERO MENSUEL, ZERO TRIMESTRIEL ET ZERO AUTRE PERIODICITE.

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 NATIONALE

INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE : 16 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LE MONDE, LE FIGARO ...	16	11	3	2		

OPINION : 60 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* POLITIQUE	REVOLUTION, L'UNITE ...	33		11	15	6	1
* SATIRIQUE	LE CANARD ENCHAINE ...	5		3		2	
* RELIGIEUSE	TEMOIGNAGE CHRETIEN, FRANCE ECCLESIA ...	15		6	9		
* AUTRES	LA VIE OUVRIERE, SYNDICALISME HEBDO ...	7		3	3	1	

MAGAZINES ILLUSTRÉS D'INFORMATION : 12 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* NEWS MAGAZINES	LE NOUVEL OBSERVATEUR ...	4		4			
* AUTRES	VSD, PARIS MATCH ...	8		5	3		

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 : 443 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LA VOIX DU NORD ...	443	80	300	28	7	2
	NICE MATIN DIMANCHE (1) ...		26				
	LE COURRIER FRANCAIS ...						
	L'EVEIL NORMAND ...						

MAGAZINES REGIONAUX : 38 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	ARMOR MAGAZINE ...	38			28	9	1

ANNONCES JUDICIAIRES ET LEGALES : 73 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	AFFICHES PARISIENNES ET DEPARTEMENTALES ...	73		73			

(1) JOURNAUX DU 7<sup>ème</sup> 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" (1)

PRESSE T.V. SPECTACLES : 35 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* T.V. RADIO	TELERAMA ...	15		15			
* SPECTACLE	PARISCOPE, 7 A PARIS PARIS COTE D'AZUR ...	20		12	7	1	

BANDE DESSINEE : 172 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* ADULTE	PILOTE, ZARA, A SUIVRE ...	18			17	1	
* ENFANT ADOLESCENT	AKIM ...	154		3	89	62	

PRESSE DU COEUR : 25 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* ROMAN-PHOTO	NOUS DEUX ...	25		1	10	14	

PRESSE DE MAISON ET DECORATION : 31 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* JARDIN	NON JARDIN, MA MAISON ...	6			3	3	
* MAISON	MAISON ET LOISIRS, MAISON DE MARIE-CLAIRE ...	25		1	9	14	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" (2)

PRESSE FAMILIALE ET SOCIALE : 36 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	QUE CHOISIR, MIEUX VIVRE ...	36		4	25	6	1

PRESSE A SENSATION : 21 Titres (Périodiques Pornographiques non compris)		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* TOUT PUBLIC	FRANCE DIMANCHE, SPECIAL DERNIERE ...	12		8	4		
* SCIENCES OCCULTES	NOSTRA ...	9		1	7	1	

PRESSE MASCULINE : 10 Titres <sup>9</sup>		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	PLAY BOY, SAMOURAI INTERNATIONAL ...	10			9	1	

PRESSE FEMININE : 54 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* MODE	ELLE, MARIE-FRANCE ...	16		3	7	4	2
* ARTS MENAGERS	TOUT LE TRICOT, BONNE CUISINE ...	16		1	8	7	
* AUTRE	CONFIDENCES, HEURES CLAIRES ...	22		6	15	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" (3)

PRESSE DES JEUNES : 29 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* ENFANT	POMME D'API, FRIPOUNET ...	17		3	12	2	
* ADOLESCENT	OK MAGAZINE ...	10		2	7	1	
* AUTRE	L'ETUDIANT ...	2				2	

PRESSE CULTURELLE : 53 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
	ESPRIT, LU, BEAUX ARTS MAGAZINE ...	53		1	32	19	1

PRESSE DES LOISIRS : 275 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PHOTO, CINEMA, VIDEO	PREMIERE, CAHIERS DU CINEMA ...	30			22	6	2
* TOURISME ET VOYAGE	EXPANSION VOYAGES ...	15			9	4	2
* SON, HI-FI, MUSIQUE	CLAVIERS MAGAZINE, NOUVELLE REVUE DU SON ...	19			16	3	
* BRICOLAGE, MODELISME	BRICOLAGE TOUT FAIRE, AIR FAN ...	19			13	6	
* MOTS CROISES	SPORT CEREBRAL ...	122		3	72	47	
* AUTRES CATEGORIES (non détaillées)	CIBLES, CUISINE ET VINS DE FRANCE ...	70		3	44	21	2

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" (4)							
PRESSE ECONOMIQUE : 22 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LES ECHOS, LE NOUVEAU JOURNAL, LA VIE FRANCAISE ...	22	2	6	11	3	
PRESSE SPORTIVE : 96 Titres							
* SPORT MECANIQUE	MOTO JOURNAL, L'AUTOMOBILE ...	21		3	18		
* SPORT BALLON	FRANCE FOOTBALL, MIDI OLYMPIQUE ...	14		4	8	2	
* HIPPISE	WEEK END, CHEVAUX ET CAVALIERS ...	24	1	12	8	2	1
* AUTRE	LA VOIX DES SPORTS, LE BOULISTE ...	37	1	2	28	6	
PRESSE DE VULGARISATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE : 21 Titres							
* (non détaillé)	LA RECHERCHE	21			17	4	
PETITES ANNONCES : 442 Titres							
* JOURNAUX "GRATUITS"	LE 01, PUBLI 62 ...	408		282	117	9	
* ANNONCES VENDUES AU NUMERO	INDICATEUR LAGRANGE ...	34		6	19	7	2
DIVERS : 17 Titres							
* (non détaillé)	VIE CANINE, PARIS DAYORI ...	17			11	5	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 (1)							
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE : 137 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE	LA FRANCE AGRICOLE, L'EST AGRICOLE ET VITICOLE ...	88		46	37	5	
* AUTRES CATEGORIES (non détaillées)		49	1	4	31	12	1
CULTURE SPECIALISEE	LA POMME DE TERRE FRANCAISE ...						
ELEVAGE ET PRODUCTION SPECIALISEE	LE LIEN HORTICOLE, LE COURRIER AVICOLE ...						
AUTRE	MOTORISATION ET TECHNIQUE AGRICOLE ...						
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE : 44 Titres							
* (non détaillé)	MARCHES AGRICOLES, AGRO INDUSTRIES ...	44	2	4	31	7	
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE : 27 Titres							
* PRODUCTION DE COMBUSTIBLES, MINERAUX SOLIDES ET COKEFACTION	ANNALES DES MINES ...	1			1		
* PRODUCTION DE PETROLE ET DE GAZ NATUREL	PETROLE ET ENTREPRISES ...	13	1	1	6	3	2
* PRODUCTION ET DISTRIBUTION ELECTRICITE GAZ ET EAU	REVUE DE L'ENERGIE ...	6	1		2	1	2
* AUTRE	ENERGIE SOLAIRE ACTUALITES ...	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 (2)

LOCATION ET CREDIT BAIL IMMOBILIER : 15 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	REVUE D'ECONOMIE ET DE DROIT IMMOBILIER, L'ACTUALITE JURIDIQUE ...	15			11	4	

INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES : 42 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PRODUCTION DE MINERAUX, METAUX FERREUX ET NON FERREUX	INDUSTRIE MINERALE ...	13	1		9	3	
* PRODUCTION DE MATERIAUX DE CONSTRUCTION ET CERAMIQUE	L'INDUSTRIE CERAMIQUE ...	8			5	3	
* INDUSTRIE DU VERRE	VERRE ACTUALITES ...	3			1	2	
* CHIMIE DE BASE	INFORMATIONS CHIMIE ...	9		1	6	2	
* INDUSTRIE DU PAPIER/CARTON	PAPIER, CARTON ET CELLULOSE ...	4			4		
* AUTRE	TRAITEMENT THERMIQUE ...	5			2	3	

INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT : 56 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* CONSTRUCTION MECANIQUE	MACHINE MODERNE ...	13			7	6	
* CONSTRUCTION ELECTRIQUE, ELECTRONIQUE	ELECTRONIQUE APPLICATIONS ...	18		2	10	5	1
* CONSTRUCTION AUTOMOBILE ET ASSIMILES	L'INFORMATION DU VEHICULE, L'ELECTRICITE AUTOMOBILE ...	4			4		
* CONSTRUCTION NAVALE, AERONAUTIQUE, ARMEMENT	NAVIRES, PORTS ET CHANTIERS, AIR ET COSMOS ...	8		1	4	3	
* AUTRE	LE NOUVEL AUTOMATISME ...	13		1	6	5	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 (3)

INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE : 72 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* PARACHIMIE ET INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE	LABO PHARMA ...	4			2	2	
* INDUSTRIE CUIR TEXTILE ET CHAUSSURE	CHAUSSER, VETIR ...	28		4	7	14	3
* IMPRIMERIE, PRESSE, EDITION	L'IMPRIMERIE NOUVELLE, CORRESPONDANCE DE LA PRESSE ...	24	3	4	14	2	1
* AUTRE	REVUE DE L'AMEUBLEMENT ...	16			11	5	

ASSURANCES : 8 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LA TRIBUNE DES ASSURANCES ...	8		1	5	2	

ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS : 11 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé)	LA COTE DES FOSSES, BANQUE ...	11	6	1	2	2	

INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE : 59 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* TRAVAUX PUBLICS, GROS OEUVRE	LA REVUE GENERALE DES ROUTES ET DES AERODROMES ...	32		4	17	10	1
* SECOND OEUVRE	STORES ET FERMETURES, TM-TECHNIQUES NOUVELLES ...	27			13	11	3

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 (4)

TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION : 26 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé) TELECOMMUNICATION TRANSPORT	BUS ET CARS, TRANSPORTS ...	26	1	7	12	3	3

SERVICES NON MARCHANDS : 105 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	LA REVUE ARCHEOLOGIQUE, RAIRO ...	61		3	3	50	5
* (non détaillé) PEDAGOGIE							
AUTRE	LANGAGES, VIE PUBLIQUE ...	44		2	29	12	1

COMMERCE : 74 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* COMMERCE ALIMENTAIRE	CHARCUTERIE ET GASTRONOMIE, LA CREMERIE FRANCAISE ...	19		2	13	4	
* COMMERCE NON ALIMENTAIRE	MARKET, FLEURS DE FRANCE ...	55		2	36	17	

DENOMBREMENT DES TITRES PAR CATEGORIES DE LA NOMENCLATURE

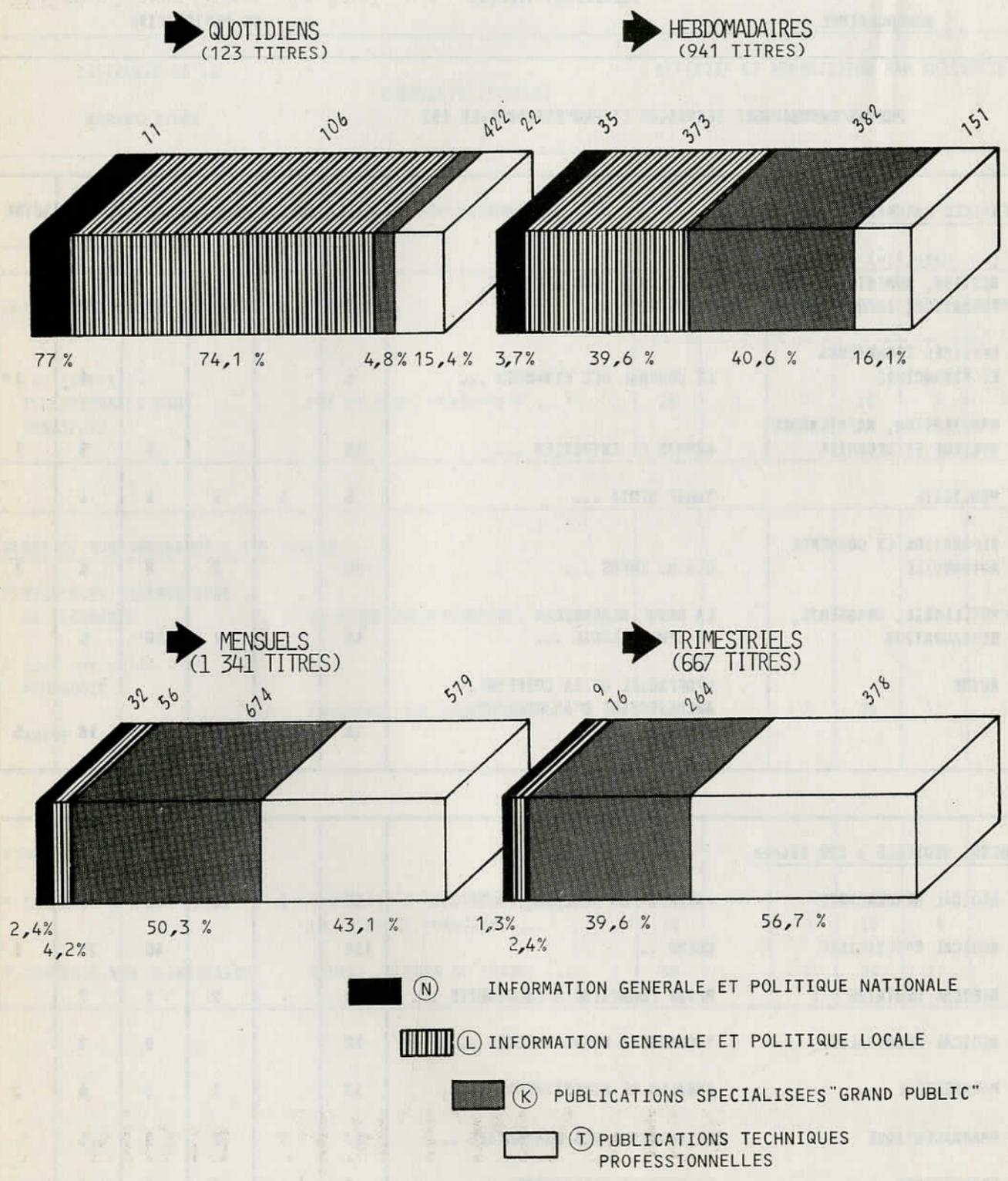
CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	EXEMPLE(S) TYPE(S)	EFFECTIF ET REPARTITION PAR CATEGORIE DE PERIODICITE
---------------------------------	--------------------	---

PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE (5)

SERVICES MARCHANDS : 260 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* (non détaillé) GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION, INFORMATIQUE	LA VOLONTE, LES AFFAIRES, TEMPS REEL ...	127	2	20	77	28	
* SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS	LE JOURNAL DES FINANCES ...	5				4	1
* MANUTENTION, MAINTENANCE, HYGIENE ET SECURITE	ACHATS ET ENTRETIEN ...	18			8	9	1
* PUBLICITE	TARIF MEDIA ...	5	1	2	1	1	
* REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE	C.R.A. INFOS ...	15		2	6	6	1
* HOTELLERIE, BRASSERIE, RESTAURATION	LA REVUE GENERALE DE L'HOTELLERIE ...	16		1	10	5	
* AUTRE	L'OFFICIEL DE LA COIFFURE, ARCHITECTURE D'AUJOURD'HUI, NOTARIAT 2000 ...	74		9	42	18	5

PRESSE MEDICALE : 229 Titres		TOTAL	QUOT.	HEBDO.	MENS.	TRIM.	AUTRE
* MEDICAL GENERALISTE	PANORAMA DU MEDECIN, TONUS ...	53	2	20	22	9	
* MEDICAL SPECIALISTE	COEUR ...	116			40	75	1
* MEDICAL DENTAIRE	REVUE FRANCAISE D'ENDOTONTIE ...	10		2	1	7	
* MEDICAL HOSPITALIER	TECHNIQUES HOSPITALIERES ...	12			9	3	
* PARAMEDICAL	ANNALES DE KINESITHERAPIE ...	13		1	4	6	2
* PHARMACEUTIQUE	LE MONITEUR DES PHARMACIES ...	17	1	2	9	5	
* VETERINAIRE	LA DEPECHE VETERINAIRE ...	8		2	3	3	

PRESSE EDITEUR 1982  
 REPARTITION DES TITRES PAR CATEGORIE DE PERIODICITE  
 (non compris 54 titres de périodicité "autre")



■ ■ TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE

# CHAPITRE trois

## → TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE

Les chiffres de tirage et de diffusion détaillés dans les pages suivantes sont ceux de l'année 1982 ; 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 1981 pour la presse parisienne et des années 1978 et 1981 pour la presse de province.

### TABLEAU 1

Les observations essentielles de ce tableau portent sur le tirage moyen par titre, sur le tirage annuel ainsi que la répartition de la diffusion payée.

Les tirages moyens par titre les plus élevés concernent la presse à diffusion nationale : 118.000 exemplaires en moyenne par parution pour la presse d'information générale et politique et 89.000 pour les périodiques spécialisés vendus au grand public.

Les tirages moyens les plus faibles (31.000 pour l'information générale et politique locale et 13.000 pour les publications professionnelles) reflètent évidemment l'importance du lectorat plus faible en volume compte tenu de l'étendue moindre de la zone de diffusion 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 %, 34 %, 46 % et 5 %. Ces éléments permettent de situer des ordres de grandeur pour la distribution par les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne, ainsi que pour la répartition du tonnage de papier consommé par type de presse.

La répartition de la diffusion payée, entre la vente au numéro et la vente par abonnement, s'est sensiblement modifiée en 1982 pour la presse d'information générale et politique locale qui perd deux points sur la vente au numéro qu'elle regagne sur la vente par abonnement, accentuant ainsi son avantage sur la presse parisienne (29 % contre 19 %).

### TABLEAUX 2 ET 3

L'intérêt d'une étude comparative 1981-1982 des quotidiens parisiens dépassant les 11 titres d'information générale et politique tient au fait que l'adjonction de 5 titres spécialisés permet de couvrir la quasi totalité du tirage et du chiffre d'affaires de la presse quotidienne.

Pour les titres d'information générale et politique, les chiffres de tirage incluent les tirages de fin de semaine correspondant à la parution des suppléments (Figaro Magazine, France-Soir Magazine notamment).

La baisse de 10 points observée sur le tirage moyen (249.000 en 1982 contre 279.000 en 1981) tient à la présence d'un 11ème titre d'information générale et politique en 1982. A nombre de

titres identiques, cette diminution du tirage n'aura été que de -1 %, mais de -3 % si l'on exclut la parution hebdomadaire avec supplément.

La diffusion payée en volume (nombre d'exemplaires vendus au numéro et par abonnement) calculée à partir des données figurant dans ces deux tableaux a diminué de 2,9 %.

L'évolution observée sur les cinq quotidiens spécialisés est inverse (+3,7 % pour le tirage moyen) et se trouve confirmée par le gain de 1 point de la vente par abonnement (12,7 contre 11,5).

### TABLEAUX 4 ET 5

La comparaison des chiffres des deux catégories "News magazines" et "Autres hebdomadaires politiques nationaux" révèle une évolution légèrement différente en terme de tirage et de diffusion payée.

En effet, si le tirage moyen évolue plus fortement pour la première catégorie que pour la deuxième (respectivement -3,7 % et -1,9 %) la diffusion payée baisse plus fortement pour la deuxième catégorie (-4,8 %) que pour la première (-3,5 %).

Pour l'ensemble de ces publications, cette baisse de diffusion payée correspond environ à une perte moyenne de 10.000 ventes hebdomadaires par titre en 1982.

Cette évolution se trouve confirmée par l'étude chronologique figurant en annexe D1.

Outre la volonté d'équilibrage des deux termes de la diffusion payée, on observe que le pourcentage

d'inventus des news magazines, voisin de celui des quotidiens, est notablement plus élevé que celui des autres magazines hebdomadaires.

### TABLEAUX 6 ET 7

Le tableau 6 donne le détail du tirage et de la diffusion par périodicité de parution. Le tirage total annuel des quotidiens et hebdomadaires couvre 99 % de l'ensemble, respectivement 70 % et 29 %.

Le tableau 7 offre l'avantage sur le précédent de ventiler les périodiques nationaux d'information générale et politique en deux ensembles distincts tant par le contenu (journaux d'information générale et politique et magazines illustrés face aux périodiques d'opinion) que par la forme.

Les journaux d'information générale et politique et les magazines illustrés d'information et de reportage sont par vocation des publications destinées au grand public, d'où l'écart constaté sur le tirage moyen par titre entre ces titres et les périodiques d'opinion politique, satiriques, religieux s'adressant à une population moins nombreuse ; ces périodiques se caractérisent ainsi par la faiblesse de leur diffusion payée (environ 60 % du tirage contre 80 % pour les deux autres catégories).

### TABLEAU 8

Ce tableau comprend les chiffres définitifs de tirage et de diffusion de la presse quotidienne régionale et départementale pour les années 1978, 1981 et 1982. Ces

chiffres sont à rapprocher des deux études concernant ce type de presse qui figurent en annexe C1 et C2.

Les chiffres de 1981 et 1982 marquent la stabilité des ventes de ces quotidiens ; toutefois la diffusion payée des journaux du 7ème jour marque un progrès sensible en 1982 (+2,6 % en volume).

La structure de la diffusion payée, différente selon que l'on considère le quotidien de semaine ou le journal du 7ème jour mais représentant au total un même pourcentage du tirage, ne marque aucune évolution.

#### TABLEAU 9

La presse hebdomadaire départementale et locale semble recueillir le bénéfice de ses efforts de rénovation puisque l'observation des chiffres de diffusion payée de 1982 fait apparaître, à nombre de titres identiques, une hausse en volume de 6,7 % si on les rapporte à ceux de 1981.

Cette augmentation correspond en une année à un gain moyen d'environ 700 ventes par titre, ou encore 200.000 ventes sur l'ensemble du territoire.

#### TABLEAUX 10 ET 11

La répartition des chiffres de tirage annuel au tableau 10 s'établit à 90 % pour les quotidiens et 9 % pour les hebdomadaires soit au total 99 % pour ces deux périodicités, chiffre identique à celui observé pour les périodiques nationaux (cf. Tableau 6).

Le détail des moyennes de diffusion totale par

périodicité est un indicateur de la qualité de la gestion des ventes de la presse quotidienne régionale qui approche le taux de 90 % de diffusion pour un service gratuit notablement plus faible que celui des autres périodiques de l'espèce.

Le tableau 11 fait ressortir la prédominance des titres d'information générale et politique (99 % du tirage de la catégorie) sur les périodiques d'opinion politique et religieuse, s'adressant à un lectorat plus restreint principalement par abonnement (67,1 %). Les magazines régionaux et locaux dont le nombre s'est accru de 11 titres en 1982 ont une moyenne de tirage équivalente à celle de la presse hebdomadaire locale ; la faiblesse relative du tirage total annuel s'explique par le nombre élevé de mensuels dans la catégorie. La catégorie des journaux d'annonces judiciaires et légales regroupe 73 titres publiant à titre principal des annonces légales. Néanmoins la plupart des publications hebdomadaires classées parmi les 408 titres d'information générale et politique publient aussi de telles annonces.

#### TABLEAU 12

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

Les données de ce tableau valables pour l'année 1982 sont à rapprocher de

celles incluses dans l'étude chronologique sur les périodiques spécialisés destinés au grand public qui figure en annexe D4.

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 mode féminine - Bandes dessinées - Presse hippique).

Cette forme de presse est essentiellement vendue au numéro ; font néanmoins exception à la règle, la presse masculine, la presse des jeunes enfants, la presse culturelle, certaines catégories de presse de loisirs. Ce fait explique la valeur élevée du taux d'invendus qui dépasse généralement 20 % du tirage.

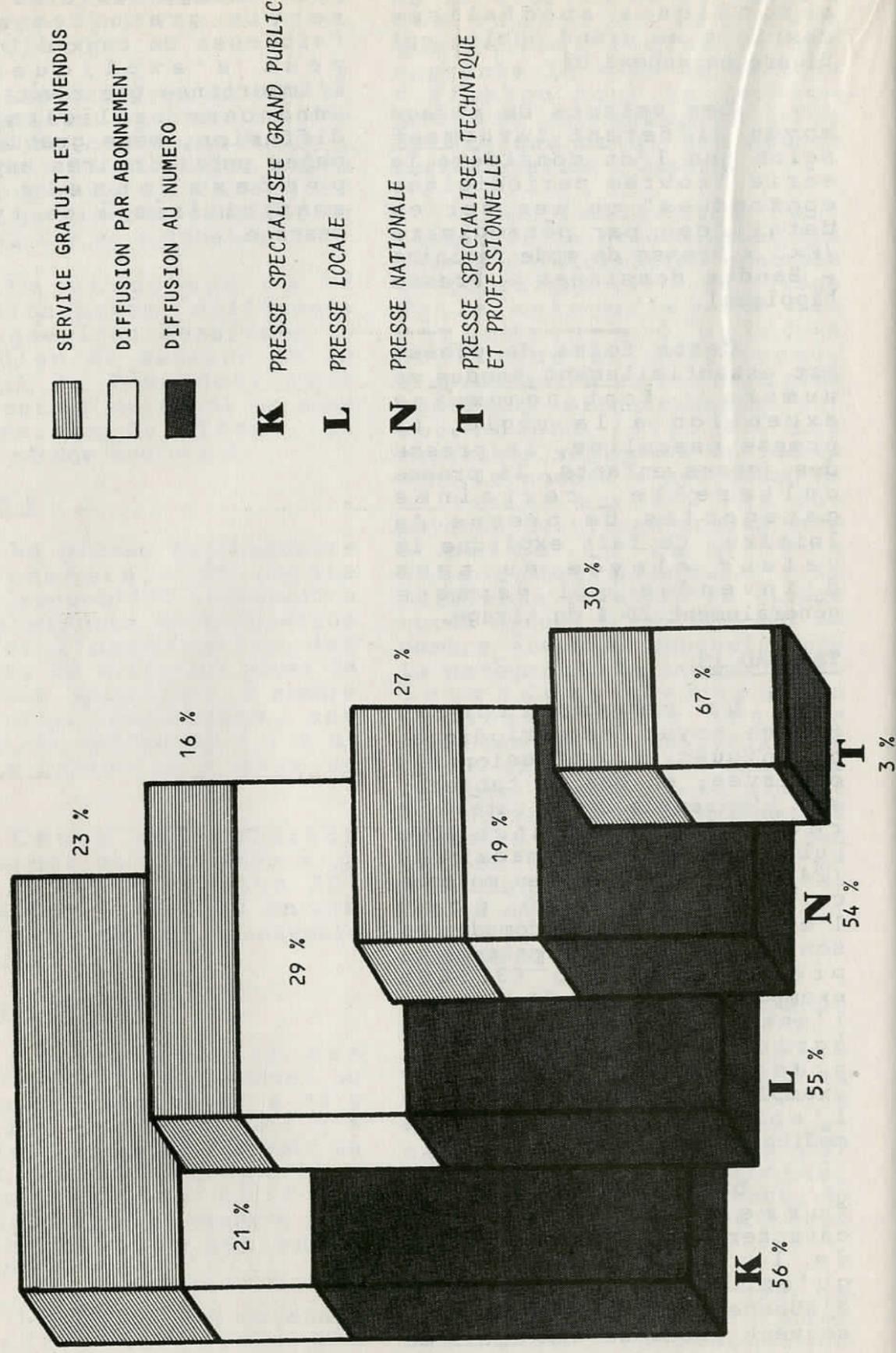
#### TABLEAU 13

La répartition du tirage moyen des périodiques techniques et professionnels observée, en bas du tableau, sur l'ensemble de la catégorie révèle l'importance des publications hebdomadaires, (24.000 exemplaires en moyenne contre 13.000 pour l'ensemble). Ces hebdomadaires sont principalement ceux de la presse agricole (32.000 exemplaires contre 24.000 pour l'ensemble des périodiques agricoles) et ceux de la presse médicale (26.000 exemplaires contre 9.000 pour l'ensemble des titres médicaux).

La diffusion de cette forme de presse est caractérisée par l'importance de la diffusion payée qu'explique le fort taux d'abonnement (abonnement très souvent effectué aux frais de

l'employeur) et par le pourcentage élevé de titres servis gratuitement. La faiblesse du taux d'invendus peut s'expliquer par l'importance que revêt pour un annonceur publicitaire la diffusion, même gratuite, de pages publicitaires auprès de professionnels très sensibilisés à ce type de message.

STRUCTURE DU TIRAGE PAR ENSEMBLE DE PRESSE



1982

① TIRAGE - DIFFUSION

RECAPITULATIF PAR ENSEMBLE DE PRESSE

ENSEMBLE DE PRESSE	NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (1)		% DIFFUSION PAYEE	
		TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE (dont quotidiens de Paris)	88	10 352	118	54 %	19 %
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE (dont quotidiens régionaux et départementaux)	554	17 384	31	55 %	29 %
PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"	1 339	119 947	89	56 %*	21 %*
PERIODIQUES SPECIALISES "PROFESSIONNELS"	1 165	14 866	13	3 %	67 %
ENSEMBLE	3 146	162 549	52	55 %*	24 %*

(1) en milliers d'exemplaires

\* Hors gratuits d'annonces

1981

2 QUOTIDIENS DE PARIS  
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES  
TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en 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	1 530	219	463 453	57,5 %	15,1 %	2,7 %	75,3 %	24,7 %
QUOTIDIENS DU SOIR	1 261	420	392 233	59,4 %	15,5 %	3,2 %	78,1 %	21,9 %
TOTAL QUOTIDIENS IGP	2 791	279	855 686	58,4 %	15,3 %	2,9 %	76,6 %	23,4 %
QUOTIDIENS SPECIALISES	676	135	200 265	52,5 %	11,5 %	6,6 %	70,6 %	29,4 %
TOTAL QUOTIDIENS DE PARIS	3 467	231	1 055 951	57,3 %	14,6 %	3,7 %	75,5 %	24,5 %

\* Le Nouveau Journal, les Echos, l'Equipe, Paris-Turk, (Dimanche-Turk non compris), le Quotidien du médecin

1982

3 QUOTIDIENS DE PARIS  
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES  
TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en 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	1 541	220	477 101	57,1 %	14,4 %	2,7 %	74,2 %	25,8 %
QUOTIDIENS DU SOIR	1 200	300	369 221	58,1 %	16,7 %	2,8 %	77,6 %	22,4 %
TOTAL QUOTIDIENS IGP	2 741	249	846 322	57,5 %	15,4 %	3,1 %	76,0 %	24,0 %
QUOTIDIENS SPECIALISES	701	140	206 838	52,3 %	12,7 %	6,0 %	71,0 %	29,0 %
TOTAL QUOTIDIENS DE PARIS	3 442	215	1 053 160	56,5 %	14,9 %	3,7 %	75,1 %	24,9 %

\* Le Nouveau Journal, les Echos, l'Equipe, Paris Turk, (Dimanche Turk non compris), le Quotidien du médecin

4 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1981

TIRAGE-DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
NEWS MAGAZINES	1 616	404	84 032	29,7 %	45,8 %	2,2 %	77,7 %	22,3 %
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX	3 870	215	201 519	50,7 %	31,3 %	2,9 %	84,9 %	15,1 %
HEBDOS * POLITIQUES NATIONAUX	5 486	249	285 551	44,5 %	35,6 %	2,7 %	82,8 %	17,2 %
AUTRES HEBDOMADAIRES	1 202	150	62 475	57,3 %	14,7 %	2,3 %	74,3 %	25,7 %
ENSEMBLE	6 688	223	348 026	46,8 %	31,9 %	2,7 %	81,4 %	18,6 %

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

1982

5 HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en milliers d'exemplaires)			% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDUS				
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDUS
NEWS MAGAZINES	1 557	389	81 591	29,5 %	45,5 %	1,5 %	76,5 %	23,5 %
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX	3 806	211	197 544	47,8 %	31,8 %	2,9 %	82,5 %	17,5 %
HEBDOS * POLITIQUES NATIONAUX	5 363	244	279 135	42,5 %	35,8 %	2,5 %	80,8 %	19,2 %
AUTRES HEBDOMADAIRES	1 153	144	59 935	60,2 %	13,8 %	2,5 %	76,5 %	23,5 %
ENSEMBLE	6 516	217	339 070	45,6 %	31,9 %	2,5 %	80,0 %	20,0 %

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

6 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE

## TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en milliers d'exemplaires)		% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDEUS					
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDEUS
QUOTIDIENS 11	2 741	249	846 322	57,5 %	15,4 %	3,1 %	76,0 %	24,0 %
HEBDOMADAIRES 35	6 398	183	354 965	44,5 %	31,2 %	2,8 %	78,5 %	21,5 %
MENSUELS 32	845	26	10 252	22,5 %	56,7 %	3,0 %	82,2 %	17,8 %
TRIMESTRIELS 9	363	40	1 382	53,8 %	9,0 %	1,0 %	63,8 %	36,2 %
AUTRES PERIODICITES 1	5	5	10	-	-	-	-	-

- : non significatif

7 PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET

## TIRAGE - DIFFUSION

NOMBRE DE TITRES	TIRAGE (en milliers d'exemplaires)		% MOYEN DE DIFFUSION ET INVENDEUS					
	TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDEUS
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE 16	3 548	222	876 710	59,7 %	15,5 %	3,0 %	78,2 %	21,8 %
PERIODIQUES D'OPINION 60	2 417	40	117 966	42,6 %	18,7 %	1,0 %	62,3 %	37,7 %
MAGAZINES ILLUSTRÉS 12	4 387	366	218 255	42,0 %	36,8 %	1,0 %	82,8 %	17,2 %

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 INVENDEUS				
		TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDEUS
1978	SEMAINE	79	101	2 455 866	64 % (1)	22 % (1)	3 % (1)	89 % (1)	11 % (1)
	7ème JOUR	21	169	183 969	80 %	6 %	2 %	88 %	12 %
1981	SEMAINE	80	94	2 343 622	65 %	21 %	3 %	89 %	11 %
	7ème JOUR	27	135	187 813	78 %	7 %	2 %	87 %	13 %
1982	SEMAINE	80	93	2 287 079	63 %	23 %	3 %	89 %	11 %
	7ème JOUR	26	138	188 548	79 %	8 %	2 %	89 %	11 %

(1) Chiffres des quotidiens du matin

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 INVENDEUS					
		TOTAL AU NUMERO	MOYEN PAR TITRE	TOTAL ANNUEL	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	SERVICE GRATUIT	TOTAL	INVENDEUS
1978	333	4 489	13,5	237 550	50 %	25 %	14 %	89 %	11 %
1981	350	4 631	13,2	231 550	37 %	40 %	5 %	82 %	18 %
1982	373*	4 754	12,8	252 146	40 %	40 %	6 %	86 %	14 %

\* Dont 73 publications hebdomadaires publiant à titre principal des annonces judiciaires et légales

10 PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE  
TIRAGE - DIFFUSION

1982

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	7 457	93,2	2 287 079	62,6 %	22,9 %	3,3 %	88,8 %	11,2 %
JOURNAUX DU 7ème JOUR 26	3 596	138,3	188 548	79,1 %	7,8 %	2,1 %	89,0 %	11,0 %
HEBDOMADAIRES 373	4 784	12,8	252 618	40,4 %	39,7 %	6,0 %	86,1 %	13,9 %
MENSUELS 56	1 189	21,2	14 068	32,0 %	38,8 %	12,1 %	82,9 %	17,1 %
TRIMESTRIELS 16	315	19,7	1 565	38,1 %	36,4 %	10,3 %	84,8 %	15,2 %
AUTRES PERIODICITES 3	43	14,3	132	—	—	—	—	—

- : non significatif

11 PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET  
TIRAGE - DIFFUSION

1982

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 409	15 715	38,4	2 683 206	62,4 %	22,6 %	3,4 %	88,4 %	11,6 %
PERIODIQUES D'OPINION 34	492	14,5	25 203	23,2 %	67,1 %	6,3 %	96,6 %	3,4 %
MAGAZINES REGIONAUX ET LOCAUX 38	614	16,2	6 591	22,8 %	34,4 %	27,0 %	84,2 %	15,8 %
JOURNAUX D'ANNONCES JUDICIAIRES ET LEGALES 73	563	7,7	29 010	19,8 %	63,1 %	9,2 %	92,1 %	7,9 %

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	NOMBRE DE TITRES	TIRAGE TOTAL AU NUMERO	TIRAGE TOTAL ANNUEL
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	35 15 20	10 163 9 089 1 074	518 176 472 121 46 055
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	172 18 154	12 411 710 11 701	164 892 10 860 154 032
PRESSE DU COEUR	25	1 500	58 000
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	31 6 25	5 055 1 723 3 332	50 086 12 048 38 038
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	36	6 267	84 147
PRESSE SENSATION, EVASION dont . TOUT PUBLIC . PORNOGRAPHIQUES . SCIENCES OCCULTES	12 n.d 9	4 354 n.d 555	165 093 n.d 6 857
PRESSE MASCULINE	10	1 267	14 319
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	54 16 16 22	13 885 6 249 1 337 6 299	315 135 148 820 11 712 154 603
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET ADULTES	29 17 12	2 810 1 377 1 433	62 657 23 963 38 694
PRESSE CULTURELLE	53	2 771	30 041
PRESSE DE LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	275 30 15 19 19 122 70	16 080 1 936 1 453 1 026 1 105 7 118 2 970	224 699 21 136 14 292 11 638 10 948 107 099 59 586
PRESSE ECONOMIQUE	22	1 032	64 499
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	21	1 844	22 114
PRESSE SPORTIVE dont . SOPRT MECANIQUE . BALLON . HIPPIISME . AUTRE	96 21 14 24 37	7 868 2 521 1 781 1 829 1 737	367 153 41 921 66 533 144 619 114 080
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO ET AUTRE	442 408 34	35 570 34 736 834	1 530 249 1 510 062 20 187
DIVERS	17	1 567	17 994
<b>TOTAUX ET MOYENNES</b>	<b>1 339</b>	<b>119 947</b>	<b>3 696 111</b>

TIRAGE MOYEN PAR TITRE					
TOUTES PERIODICITES CONFONDUES	QUOTIDIEN	HEBDOMADAIRE	MENSUEL	TRIMESTRIEL	AUTRE

290		368	30	24	
606		606			
54		70	30	24	
72		309	81	45	
39			41	5	
76		309	89	46	
60			40	7	
163		262	146	207	140
287			166	408	
133		242	39	120	140
149		76	194	50	200
363		n.d	423	240	n.d
n.d		n.d	n.d	n.d	n.d
62		22	74	12	
127			136		42
257		420	274	88	208
391		670	488	101	208
84		16	85	92	
286		361	275	6	
97		144	92	68	
81		78	81	84	
119		243	111	30	
52		45	74	18	2
58		77	59	41	65
63			72	42	33
97			118	48	96
54			54	54	
58			58	57	
58		33	60	57	
43		120	52	33	65
46	70	68	42	5	
88			98	44	
82	246	109	76	30	50
120		90	125		
127		180	126	29	
76	182	100	53	20	50
44	310	56	39	34	
80		90	64	42	80
85		92	72	58	
25		32	18	21	80
92			126	32	20
89	158	132	88	54	51

POURCENTAGE MOYEN DE DIFFUSION			
AU NUMERO	PAR ABBONNEMENT	EN SERVICE GRATUIT	TOTAL

74 %	10 %	9 %	93 %
74 %	11 %	1 %	86 %
68 %	3 %	9 %	80 %
66 %	13 %	1 %	80 %
65 %	8 %	-	73 %
66 %	14 %	1 %	81 %
81 %	2 %	3 %	86 %
37 %	42 %	3 %	82 %
14 %	69 %	2 %	85 %
55 %	21 %	4 %	80 %
16 %	71 %	1 %	88 %
73 %	2 %	-	75 %
n.d	n.d	n.d	n.d
n.d	n.d	n.d	n.d
72 %	1 %	1 %	74 %
64 %	16 %	2 %	82 %
61 %	19 %	1 %	81 %
38 %	30 %	1 %	69 %
67 %	14 %	3 %	84 %
51 %	31 %	3 %	85 %
22 %	67 %	3 %	92 %
72 %	3 %	-	75 %
21 %	51 %	5 %	77 %
45 %	37 %	4 %	86 %
68 %	8 %	3 %	79 %
9 %	78 %	6 %	93 %
57 %	5 %	1 %	63 %
41 %	27 %	4 %	72 %
71 %	8 %	9 %	88 %
8 %	77 %	2 %	87 %
14 %	55 %	10 %	79 %
46 %	31 %	1 %	78 %
53 %	15 %	1 %	69 %
38 %	52 %	2 %	92 %
55 %	16 %	1 %	72 %
54 %	1 %	-	55 %
59 %	17 %	-	76 %
-	-	100 %	100 %
52 %	15 %	2 %	69 %
27 %	56 %	2 %	85 %
56* %	21* %	2* %	79* %

\* Hors gratuits d'annonces

n.d : non disponible

- non significatif

(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 Bocaux agricoles) . AUTRES CATEGORIES	137 88 49	3 296 2 430 866	97 705 84 126 13 579
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	44	280	7 800
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	27	72	1 208
LOCATION, IMMOBILIER	15	296	2 576
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	42	170	2 220
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	56	511	7 479
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	72	431	5 087
ASSURANCES	8	44	1 501
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	11	55	8 767
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	59	965	13 351
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	26	320	7 385
COMMERCE	74	863	11 668
SERVICES NON MARCHANDS	105	1 017	15 321
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION INFORMATIQUE SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS MANUTENTION, SECURITE PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	260 155	4 567 2 916	100 628 67 780
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . AUTRES-MEDICAUX	229 53 116 60	1 979 1 081 457 441	145 540 129 166 4 133 12 241
TOTAUX ET MOYENNES	1 165	14 866	428 236

TOUTES PERIO- DICITES CONFON- DUES	TIRAGE MOYEN PAR TITRE				
	QUOTI- DIENS	HEBDO- MADAIRES	MENSUELS	TRIMES- TRIELS	AUTRES

24	12	32	22	10	16
28		34	20	13	
18	12	15	22	8	16
6	8	5	7	4	
3	1	1	3	3	2
20			20	20	
4	2	4	4	4	
9	12	10	7		
6	3	8	6	5	7
5		18	5	1	
5	5	1	11	2	
16		30	14	19	7
12	5	9	19	4	1
12		11	12	16	
10		11	16	7	1
17	13	28	18	13	10
19	13	28	20	13	3
16		28	15	13	10
9	36	26	9	4	9
20	43	30	11	16	
4			6	3	1
7	20	14	9	4	9

13	11	24	17	11	8
----	----	----	----	----	---

POURCENTAGE MOYEN DE DIFFUSION			
AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	EN SERVICE GRATUIT	TOTAL

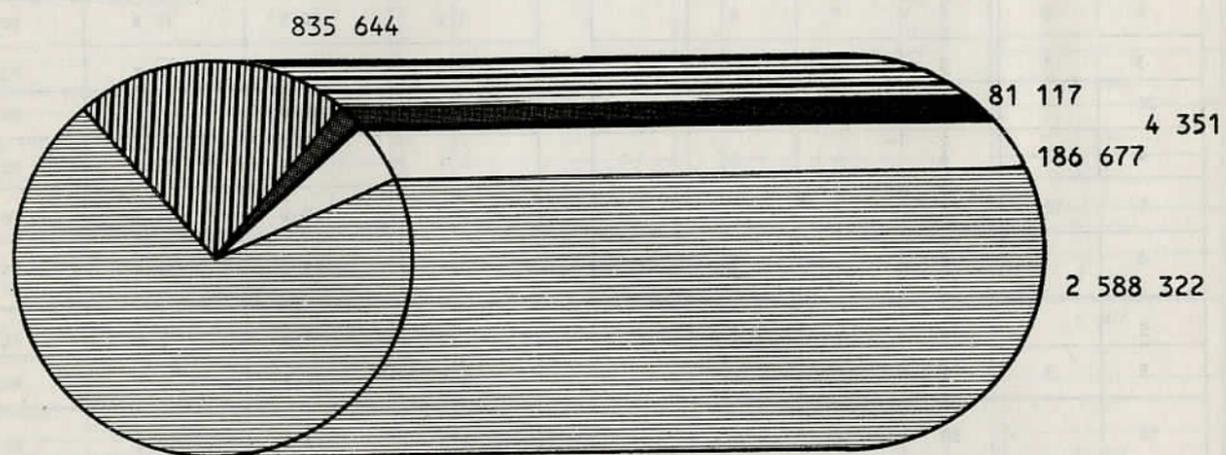
3 %	76 %	15 %	94 %
3 %	76 %	16 %	95 %
1 %	73 %	7 %	81 %
1 %	70 %	17 %	88 %
1 %	90 %	2 %	93 %
0 %	29 %	1 %	30 %
2 %	65 %	25 %	92 %
10 %	45 %	15 %	70 %
10 %	51 %	32 %	93 %
2 %	90 %	2 %	94 %
1 %	92 %	3 %	96 %
3 %	70 %	19 %	92 %
8 %	82 %	8 %	98 %
2 %	78 %	16 %	96 %
16 %	63 %	8 %	87 %
7 %	63 %	17 %	87 %
6 %	70 %	16 %	92 %
10 %	50 %	19 %	79 %
1 %	64 %	31 %	96 %
1 %	66 %	31 %	98 %
1 %	52 %	28 %	81 %
2 %	51 %	31 %	84 %

3 %	67 %	22 %	92 %
-----	------	------	------

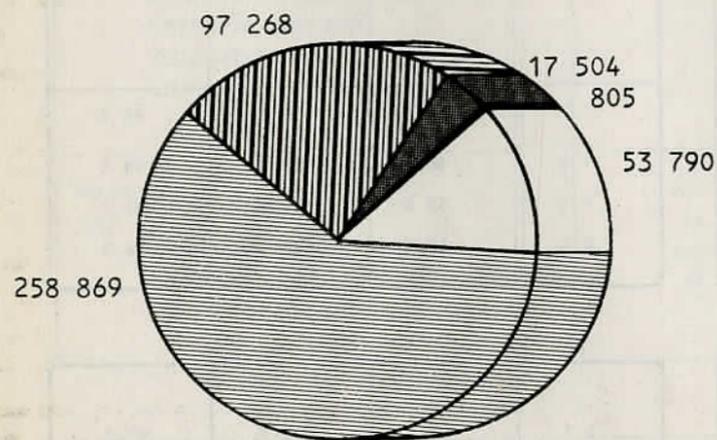
➔ PERIODIQUES SPECIALISES

TIRAGE TOTAL ANNUEL 1982 PAR PERIODICITE

1) Périodiques "Grand Public"  
en milliers d'exemplaires:  
3.696.111



2) Périodiques "Techniques/Professionnels"  
en milliers d'exemplaires:  
428.236



■ ■ CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE

# CHAPITRE quatre

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 14**

L'évolution du chiffre d'affaires de la presse et des périodiques a été tributaire du blocage des prix de vente et des tarifs de publicité intervenu entre les mois de Juin et Octobre.

L'évolution du chiffre d'affaires en francs courants de l'ensemble des titres de la presse éditeur entre 1981 et 1982 a été de 17,2 % pour les recettes de vente, 20,5 % pour les recettes de publicité et 18,5 % pour les recettes globales.

En moyenne, les recettes de vente au numéro de la presse éditeur comptent pour 71 % dans le total des recettes de vente.

Cette donnée est à rapprocher de la part de la vente au numéro dans la diffusion payée de la presse éditeur (cf. TABLEAU 1). Cette part est de 70 %. On constate donc une répartition identique de la diffusion payée en volume et en valeur.

**TABLEAUX 15 ET 16**

La progression, en 1982, des recettes des quotidiens nationaux d'information générale et politique a été très voisine pour les ventes et la publicité (respectivement + 17,2 % et + 16,4 %).

Sur l'ensemble des trois catégories de quotidiens, l'évolution des chiffres des petites annonces est caractéristique du marché de l'emploi surtout pour les quotidiens du soir (+ 19,5 %) et les titres spécialisés (+ 19,4 %). Toutefois, pour ces derniers, la part des petites annonces dans le chiffre de publicité reste bien inférieure (19 %) à celle observée pour les titres d'information générale et politique (46 %).

**TABLEAUX 17 ET 18**

Les News magazines ont connu en 1982 une modification notable de la structure de leurs recettes puisque la part des recettes publicitaires s'est accrue de 4 points ; modification qui résulte de l'évolution des recettes de petites annonces (+ 47,9 %).

La différence de comportement des annonceurs publicitaires vis à vis de chacune de ces formes de magazines est très marquée puisque d'une part, les news magazines drainent la quasi totalité des petites annonces publiées dans les hebdomadaires nationaux, et d'autre part, réalisent en moyenne, et par titre, un

chiffre de publicité commerciale 7 fois supérieur à celui des autres hebdomadaires politiques.

Les chiffres totaux de vente traduisent la baisse de la diffusion payée ; les news magazines perdent, sur ce poste, environ 10 points en francs constants, en une année et les autres hebdomadaires environ 3 points.

**TABLEAUX 19 ET 20**

Les résultats du tableau 19 rendent compte de la répartition très équilibrée du chiffre d'affaires des périodiques nationaux entre quotidiens et hebdomadaires tant en matière de vente que de publicité. Ces deux types de périodiques occupent ensemble 97 % du marché des ventes pour 99 % du marché publicitaire. Par ailleurs, pour les deux périodicités, la part des recettes de vente reste encore prépondérante dans les recettes globales, et ce, malgré la progression de la part de la publicité pour les hebdomadaires.

Le tableau 20 confirme, pour les magazines illustrés d'information et de reportage, l'importance de la part des recettes publicitaires observée pour les news magazines au tableau 18.

**TABLEAU 21**

Pour la presse quotidienne régionale et départementale, la progression des recettes totales de vente, entre 1981 et 1982, est strictement identique à celle observée pour son homologue parisienne (+ 17,2 %) (cf. TABLEAUX 15 et 16). Compte tenu de la baisse de la diffusion payée des quotidiens parisiens, cette évolution

identique s'explique par une hausse plus importante des prix moyens de vente au numéro à Paris qu'en Province.

La structure, vente-publicité, des recettes diffère pour les deux types de quotidiens : 58 - 42 à Paris contre 61 - 39 en Province. Ceci peut s'expliquer par le caractère national de la diffusion des premiers même si pour certains des titres parisiens la distribution en province est peu importante.

L'observation statistique du chiffre d'affaires des hebdomadaires départementaux et locaux (62 % de recettes de publicité pour 38 % de recettes de vente) révèle une structure inverse de celle des quotidiens régionaux (39 % de recettes de publicité pour 61 % de recettes de vente).

La comparaison, pour un titre vendu, des recettes moyennes de publicité réalisées dans la presse quotidienne et la presse hebdomadaire tourne nettement à l'avantage de la seconde. En effet, il ressort des tableaux 8 et 9 qu'un titre quotidien a une diffusion payée en moyenne 8 fois supérieure à celle d'un titre hebdomadaire alors que ses recettes de publicité sont environ 3 fois inférieures à celles d'un titre hebdomadaire (1,18 F contre 3,18 F).

**TABLEAUX 22 ET 23**

Le tableau 22 est à rapprocher du tableau 19 contenant les chiffres d'affaires des différents périodiques nationaux d'information générale et politique. L'importance du chiffre total des ventes des quotidiens et hebdomadaires locaux est plus marquée que

dans la presse nationale puisque ces deux types de périodiques représentent 99 % du marché des ventes (contre 97 % pour les périodiques nationaux de même périodicité).

Les publications mensuelles régionales, comme les mensuels nationaux, occupent à peine plus de 1 % du marché de la publicité.

Dans le tableau 23, les périodiques d'opinion politique ou religieuse, pour la plupart hebdomadaires, ne représentent que moins de 1 % du chiffre des ventes des périodiques locaux alors qu'à l'échelon national, les périodiques d'opinion totalisent 11 % du chiffre des ventes (cf. Tableau 20).

#### TABLEAUX 24, 25, 26 ET 27

Ces quatre tableaux contiennent les chiffres d'affaires de vente et de publicité des périodiques spécialisés destinés au grand public : chiffres globaux (Tableau 24) et détaillés pour les périodicités les plus courantes, hebdomadaire (Tableau 25), mensuelle (Tableau 26), trimestrielle (Tableau 27).

Le tableau 24 donne la structure du chiffre d'affaires de l'ensemble des périodiques grand public. La part relative de chaque type de presse dans le total du chiffre d'affaires des périodiques spécialisés "grand public" figure en dernière colonne. On peut observer que la presse de télévision et la presse féminine réalisent ensemble plus du tiers du chiffre d'affaires de la catégorie.

La lecture de ces tableaux revêt un intérêt particulier si l'on considère isolément la recette totale de chaque catégorie de sujet principal, toutes périodicités confondues, puis dans chaque catégorie de périodicité. En termes de chiffre d'affaires, il apparaît ainsi, à titre d'exemple, que la presse TV radio spectacles est surtout hebdomadaire, que la presse de la maison est principalement mensuelle et trimestrielle, que la presse féminine est, à parts égales, hebdomadaire et mensuelle et que la presse de loisirs est essentiellement mensuelle.

De plus, dans chaque catégorie de périodicité, et pour un même type de presse, la structure des recettes peut différer ; ainsi la publicité représente 51 % du chiffre d'affaires des mensuels féminins contre 32 % pour les hebdomadaires féminins.

#### TABLEAUX 28, 29, 30 ET 31

Les chiffres d'affaires des périodiques techniques professionnels figurant dans ces quatre tableaux sont détaillés sous trois périodicités distinctes (Tableaux 29, 30 et 31) selon la même présentation que celle utilisée pour les périodiques destinés au grand public. L'ensemble de ces tableaux fait apparaître la prédominance de la presse médicale, de la presse industrielle (classée dans la catégorie "services marchands") et de la presse agricole au sein de cette catégorie de périodiques.

1982

### 14 CHIFFRE D'AFFAIRES

#### RECAPITULATIF PAR ENSEMBLE DE PRESSE

(en milliers de francs hors TVA-Commissions incluses)

ENSEMBLE DE PRESSE	NOMBRE DE TITRES	VENTE AU NUMERO	VENTE PAR ABONNEMENT	TOTAL		PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTAL PUBLICITE	RECETTE GLOBALE
					%				
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE NATIONALE (dont quotidiens)	88	2527 001	901 158	3428 159	58	1707 728	794 769	2502 497	5930 656
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE LOCALE (dont quotidiens régionaux et départementaux)	554	4312 720	1258 864	5571 584	58	3217 045	877 093	4094 138	9665 722
PERIODIQUES SPECIALISES "GRAND PUBLIC"	1 339	7020 350	1871 305	8891 655	65	4165 369	676 061	4841 430	13733 085
PERIODIQUES SPECIALISES "PROFESSIONNELS"	1 165	145 873	1677 458	1823 331	49	1631 491	302 214	1933 705	3757 036
ENSEMBLE	3 146	14005 944	5708 785	19714 729	60	10721 633	2650 137	13371 770	33086 499

1981

15

QUOTIDIENS DE PARIS  
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE (IGP) ET PRINCIPAUX TITRES SPECIALISES

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA-Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE TOTALE DE VENTE		%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
	RECETTE TOTALE DE VENTE	RECETTE TOTALE DE VENTE						
QUOTIDIENS DU MATIN	7	872 064	59	361 108	234 218	595 326	41	1 467 390
QUOTIDIENS DU SOIR	3	744 074	56	282 019	307 611	589 630	44	1 333 704
TOTAL QUOTIDIENS IGP	10	1 616 138	58	643 127	541 829	1 184 956	42	2 801 094
QUOTIDIENS SPECIALISES	5*	376 374	65	167 568	36 677	204 245	35	580 619
TOTAL QUOTIDIENS DE PARIS	15	1 992 512	59	810 695	578 506	1 389 201	41	3 381 713

\* Le Nouveau Journal, les Echos, l'Equipe, Paris-Turk (Dimanche-Turk non compris), Quotidien du Médecin

1982

16

QUOTIDIENS DE PARIS

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
	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT								
QUOTIDIENS DU MATIN	7	873 315	191 756	1 065 071	61	409 384	263 369	672 753	39	1 737 824
QUOTIDIENS DU SOIR	4	697 577	132 225	829 802	54	337 672	368 317	705 989	46	1 535 791
TOTAL QUOTIDIENS IGP	11	1 570 892	323 981	1 894 873	58	747 056	631 686	1 378 742	42	3 273 615
QUOTIDIENS SPECIALISES	5*	385 346	52 160	437 506	66	180 557	43 848	224 405	34	661 911
TOTAL QUOTIDIENS DE PARIS	16	1 956 238	376 141	2 332 379	59	927 613	675 534	1 603 147	41	3 935 526

\* Le Nouveau Journal, les Echos, l'Equipe, Paris-Turk (Dimanche-Turk non compris), le Quotidien du médecin

17 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

1981

## CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECEPTE TOTALE DE VENTE	%	RECEPTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECEPTE DE PETITES ANNONCES	RECEPTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECEPTE GLOBALE
NEWS MAGAZINES	4	43	438 378	98 345	536 723	57	935 792
AUTRES HEBDOS POLITIQUES NATIONAUX	18	71	291 807	2 785	294 592	29	1 021 865
HEBDOS * POLITIQUES NATIONAUX	22	58	730 185	101 130	831 315	42	1 957 657
AUTRES HEBDOMADAIRES	8	61	127 530	8 544	136 074	39	350 583
ENSEMBLE	30	58	857 715	109 674	967 389	42	2 308 240

\* Hebdomadaires ayant un régime fiscal de vente assimilé à celui des quotidiens (Loi n° 77-1421 du 27/12/1977)

1982

18 PRINCIPAUX HEBDOMADAIRES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE

## 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
NEWS MAGAZINES	4	209 335	404 836	39	492 963	145 487	638 450	61	1 043 286
AUTRES HEBDOS POLITIQUES ET NATIONAUX	18	259 078	789 827	71	324 692	5 244	329 936	29	1 119 763
HEBDOS * POLITIQUES ET NATIONAUX	22	468 413	1 194 663	55	817 655	150 731	968 386	45	2 163 049
AUTRES HEBDOMADAIRES	8	47 649	242 883	66	110 907	11 170	122 077	34	368 200
ENSEMBLE	30	516 062	1 437 546	57	928 562	161 901	1 090 463	43	2 531 249

\* Hebdomadaires ayant un régime fiscal de vente assimilé à celui des quotidiens (Loi n° 77-1421 du 27/12/1977)

19) PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE PERIODICITE

1982

CHIFFRE D'AFFAIRES (en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	CHIFFRE D'AFFAIRES (en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)				%	RECEPTE GLOBALE
	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE		
QUOTIDIENS 11	1 570 892	323 981	1 894 873	58	42	3 273 615
HEBDOMADAIRES 35	926 031	518 382	1 444 413	57	43	2 537 769
MENSUELS 32	19 145	53 424	72 569	70	30	102 963
TRIMESTRIELS 9	10 933	4 871	15 804	100	0	15 809
AUTRES PERIODICITES 1	-	500	500	100	0	500

- : non significatif

20) PERIODIQUES NATIONAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
CLASSEMENT PAR CATEGORIE DE SUJET

1982

CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	CHIFFRE D'AFFAIRES (en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)				%	RECEPTE GLOBALE
	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE		
INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE 16	1 656 027	331 377	1 987 404	59	41	3 390 056
PERIODIQUES D'OPINION 60	250 037	119 296	369 333	75	25	491 087
MAGAZINES ILLUSTRÉS 12	620 937	450 485	1 071 422	52	48	2 049 513

## CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de francs hors TVA-Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	QUOTIDIENS REGIONAUX ET DEPARTEMENTAUX			HEBDOMADAIRES DEPARTEMENTAUX ET LOCAUX			RECEPTE DE PUBLICITE COMMERCIALE			RECEPTE DE PETITES ANNONCES			RECEPTE TOTALE DE PUBLICITE			RECEPTE GLOBALE	
	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	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 DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE
79	n.d	n.d	2 778 995	61	n.d	n.d	4 000 012	60	n.d	n.d	2 615 346	40	n.d	n.d	2 615 346	40	4 545 400
-1978- 7ème JOUR	n.d	n.d	231 863	71	n.d	n.d	376 918	61	n.d	n.d	243 032	39	n.d	n.d	243 032	39	327 805
80	3 695 774	998 685	4 694 459	61	259 528	219 054	478 582	38	2 309 084	700 595	3 009 679	39	2 309 084	700 595	3 009 679	39	7 704 138
-1982- 7ème JOUR	354 717	36 666	391 383	62	354 717	36 666	391 383	62	198 218	42 110	240 328	38	198 218	42 110	240 328	38	631 711
* HEBDOS DEPARTEMENTAUX & LOCAUX	373				259 528	219 054	478 582	38	642 030	134 287	776 317	62	642 030	134 287	776 317	62	1 254 899

n.d non disponible \* dont 73 titres publiant à titre principal des annonces judiciaires et légales

1982

22 PERIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
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			
	RECETTE DE VENTE AU NUMERO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	%	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 DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	%	RECETTE GLOBALE	
80	3 695 774	998 685	4 694 459	61	2 309 084	700 595	3 009 679	39	2 309 084	700 595	3 009 679	39	2 309 084	700 595	3 009 679	39	2 309 084	700 595	3 009 679	39	7 704 138	
QUOTIDIENS	354 717	36 666	391 383	62	198 218	42 110	240 328	38	198 218	42 110	240 328	38	198 218	42 110	240 328	38	198 218	42 110	240 328	38	631 711	
JOURNAUX DU 7ème JOUR	259 528	219 054	478 582	38	642 030	134 287	776 317	62	642 030	134 287	776 317	62	642 030	134 287	776 317	62	642 030	134 287	776 317	62	1 254 899	
HEBDOMADAIRES	2 413	3 984	6 397	10	60 415	91	60 506	90	60 415	91	60 506	90	60 415	91	60 506	90	60 415	91	60 506	90	66 903	
MENSUELS	266	438	704	10	6 730	9	6 739	90	6 730	9	6 739	90	6 730	9	6 739	90	6 730	9	6 739	90	7 443	
TRIMESTRIELS	22	37	59	10	568	1	569	90	568	1	569	90	568	1	569	90	568	1	569	90	628	
AUTRES PERIODIQUES																						

## CLASSEMENT PAR CATÉGORIE DE SUJET

## CHIFFRE D'AFFAIRES

(en milliers de Francs Hors TVA - Commissions incluses)

NOMBRE DE TITRES	RECETTE DE VENTE AU NUMÉRO			RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT		RECETTE TOTALE DE VENTE		% ↗	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE			RECETTE TOTALE DE PUBLICITE		% ↗	RECETTE GLOBALE
	RECETTE DE VENTE AU NUMÉRO	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	RECETTE DE VENTE PAR ABONNEMENT	RECETTE TOTALE DE VENTE	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES		RECETTE TOTALE DE PUBLICITE	RECETTE DE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE DE PETITES ANNONCES	RECETTE TOTALE DE PUBLICITE			
INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE 409	4 279 827	1 215 436	5 495 263	1 215 436	5 495 263	3 088 079	789 732	3 877 811	3 088 079	789 732	3 877 811	41	9 373 074		
PÉRIODIQUES D'OPINION 34	22 035	24 775	46 810	24 775	46 810	22 522	6 040	28 562	22 522	6 040	28 562	38	75 372		
MAGAZINES RÉGIONAUX ET LOCAUX 38	2 189	3 044	5 233	3 044	5 233	47 144	0	47 144	47 144	0	47 144	90	52 377		
JOURNAUX D'ANNONCES JUDICIAIRES ET LÉGALES 73	8 669	15 609	24 278	15 609	24 278	59 300	81 321	140 621	59 300	81 321	140 621	85	164 899		

PÉRIODIQUES LOCAUX D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE  
STRUCTURE DU CHIFFRE D'AFFAIRES
 VENTE
  PUBLICITE

## PAR CATÉGORIE DE PÉRIODICITÉ

PAR CATÉGORIE DE PÉRIODICITÉ	VENTE	PUBLICITE
QUOTIDIENS	61	39
JOURNAUX DU 7ÈME JOUR	62	38
HEBDOMADAIRES	58	62
MENSUELS	10	90
TRIMESTRIELS	10	90
AUTRES PÉRIODIQUES	10	90

## PAR CATÉGORIE DE SUJET

PAR CATÉGORIE DE SUJET	VENTE	PUBLICITE
INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE	59	41
PÉRIODIQUES D'OPINION	62	38
MAGAZINES RÉGIONAUX	10	90
ANNONCES JUDICIAIRES ET LÉGALES	15	85

24 PERIODIQUES "GRAND PUBLIC"

CHIFFRE D'AFFAIRES 1982 (TOUTES PERIODICITES)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	1 387 192 1 328 017 59 175	177 811 176 661 1 150	1 565 003 1 504 678 60 325	73	563 937 460 934 103 003	5 750 5 750	569 687 466 684 103 003	27	2 134 690 1 971 362 163 328	16
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	619 936 71 508 548 428	157 833 5 812 152 021	777 769 77 320 700 449	95	34 914 4 762 30 152		34 914 4 762 30 152	5	812 683 82 082 730 601	6
PRESSE DU COEUR	214 995	3 508	218 503	91	19 453		19 453	9	237 956	2
PRESSE MAISON-DECORATION dont . JARDIN . MAISON	123 785 31 132 92 653	96 013 37 327 58 686	219 798 68 459 151 339	46	253 078 101 300 151 778	854 101 300 854	253 932 101 300 152 632	54	473 730 169 759 303 971	3
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	110 137	206 357	316 494	66	153 476	6 166	159 642	34	476 136	3
PRESSE SENSATION, EVASION	578 811	23 733	602 544	87	53 245	34 410	87 655	13	690 199	5
PRESSE MASCULINE	108 629	1 643	110 272	66	56 276	39	56 315	34	166 587	1
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	1 258 537 575 713 19 897 662 927	255 839 135 763 17 838 102 238	1 514 376 711 476 37 735 765 165	59	1 020 294 567 456 12 702 440 136		1020 294 567 456 12 702 440 136	41	2 534 670 1 278 932 50 437 1 205 301	19
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	151 626 46 686 104 940	137 745 99 548 38 197	289 371 146 234 143 137	90	31 433 1 675 29 758		31 433 1 675 29 758	10	320 804 147 909 172 895	3
PRESSE CULTURELLE	26 186	121 899	148 085	79	35 085	2 414	38 087	21	186 172	1
PRESSE DES LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	876 975 118 410 545 59 950 67 125 530 000 100 945	342 372 16 591 30 244 5 013 21 660 132 000 136 864	1 219 347 135 001 30 789 64 963 88 785 662 000 237 809	80	255 285 53 977 5 521 63 192 33 793 98 802	31 885 78 28 874 630 185	287 170 54 055 34 395 63 822 33 978 100 920	20	1 506 517 189 056 65 184 128 785 122 763 662 000 338 729	11
PRESSE ECONOMIQUE	41 535	167 664	209 199	38	296 420	35 821	332 241	62	541 440	4
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	74 215	40 872	115 087	67	55 930	0	55 930	23	171 017	1
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPIISME . AUTRE	1 318 396 280 863 291 396 401 928 344 209	103 780 37 180 39 271 1 426 25 903	1 422 176 318 043 330 667 403 354 370 112	83	265 364 109 998 42 609 5 211 07 546	13 875 5 530 2 335 134 5 876	279 239 115 528 44 944 5 345 113 422	17	1 701 415 433 571 375 611 408 633 483 534	13
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO ET AUTRE	65 666 65 666	6 925 6 925	72 591 72 591	4	1 037 499 859 724	536 574 483 595	1574 073 1343 319	96	1 646 664 1 343 319	11
DIVERS	63 729	27 311	91 040	68	33 092	8 273	41 365	22	132 405	1
<b>TOTAUX</b>	<b>7 020 350</b>	<b>1 871 305</b>	<b>8 891 655</b>	<b>64</b>	<b>4 165 369</b>	<b>676 061</b>	<b>4 841 430</b>	<b>36</b>	<b>13 733 085</b>	<b>100</b>

25 PERIODIQUES "GRAND PUBLIC"

CHIFFRE D'AFFAIRES (PUBLICATIONS HEBDOMADAIRES)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	1 384 972 1 328 017 56 955	177 756 176 661 1 095	1 562 728 1 504 678 58 050	73	552 560 460 934 91 626	5 750 5 750	558 310 466 684 91 626	27	2 121 038 1 971 362 149 676	31
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	161 644 161 644	40 689 40 689	202 333 202 333	93	16 106 16 106		16 106 16 106		218 439 218 439	3
PRESSE DU COEUR	192 795	3 146	195 941	92	17 443		17 443	8	213 384	3
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	9 114 9 114	28 847 28 847	37 961 37 961	85	5 900 5 900	757 757	6 657 6 657	15	44 618 44 618	1
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	2 650	13 346	15 996	95	540	241	781	5	16 777	0,5
PRESSE SENSATION EVASION	470 538	12 710	483 248	97	19 322		19 322	3	502 570	7
PRESSE MASCULINE	-	-	-		-	-	-		-	
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	789 982 321 818 1 748 466 416	147 974 96 445 1 550 49 979	937 956 418 263 3 298 516 395	68	442 598 214 885 67 227 646		442 598 214 885 67 227 646	32	1 380 554 633 148 3 365 744 041	20
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	64 522 9 006 55 516	30 843 30 159 684	95 365 39 165 56 200	91	10 280 302 9 978		10 280 302 9 978	9	105 645 39 467 66 178	2
PRESSE CULTURELLE	3 824	13 972	17 796	61	7 500	25	7 525	29	25 321	0,5
PRESSE DE LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	6 373 - - - - 2 477 3 896	46 521 - - - - 6 168 40 353	52 894 - - - - 8 645 44 249	76	14 561 - - - - 14 561	1 328 - - - - 1 328	15 889 - - - - 15 889	24	68 783 - - - - 8 645 60 138	1
PRESSE ECONOMIQUE	16 614	76 965	93 579	43	119 068	1 902	120 970	57	214 549	3
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	-	-	-		-	-	-		-	
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPIISME . AUTRE	497 015 55 625 241 682 187 936 11 772	35 088 15 763 19 055 3 267	532 103 71 388 260 737 187 939 12 039	90	48 779 23 350 20 077 3 556 1 796	7 547 3 182 2 335 - 2 030	56 326 26 532 22 412 3 556 3 826	10	588 429 97 920 283 149 191 495 15 865	9
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO ET AUTRE	16 420 16 420	5 274 5 274	21 694 21 694	2	816 102 756 102 6 000	452 307 925 307 27 033	1 268 442 1 81 409 33 033	98	1 290 136 1 181 409 54 727	19
DIVERS	-	-	-		-	-	-		-	100
<b>TOTAUX</b>	<b>3 616 463</b>	<b>633 181</b>	<b>4 249 594</b>	<b>63</b>	<b>2 070 759</b>	<b>469 890</b>	<b>2 540 649</b>	<b>37</b>	<b>6 790 243</b>	<b>100</b>

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	2 100	52	2 152	16	10 762	-	10 762	84	12 914	0,5
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	447 634 71 491 376 143	117 052 5 807 111 245	564 686 77 298 487 388	97	15 747 4 762 10 985	- - -	15 747 4 762 10 985	3	580 433 82 060 498 373	10
PRESSE DU COEUR	17 760	290	18 050	91	1 608	-	1 608	9	19 658	0,5
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	69 532 29 692 39 840	47 003 17 167 29 836	116 535 46 859 69 676	45	139 478 51 300 88 178	44 - 44	139 522 51 300 88 222	55	256 057 98 159 157 898	5
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	102 402	192 504	294 906	65	152 534	5 925	158 459	35	453 365	8
PRESSE SENSATION, EVASION	108 068	10 926	118 994	63	33 790	34 410	68 200	37	187 194	3
PRESSE MASCULINE	106 399	1 609	108 008	66	55 121	39	55 160	34	163 168	3
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	437 318 225 162 15 645 196 511	107 085 39 186 15 766 52 133	544 403 264 348 31 411 248 644	49	555 349 331 724 11 135 212 490	- - - -	555 349 331 724 11 135 212 490	51	1 099 752 596 072 42 546 461 134	19
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	84 483 35 638 48 845	88 773 65 629 23 144	173 256 101 267 71 989	89	21 079 1 299 19 780	- - -	21 079 1 299 19 780	11	194 335 102 566 91 769	3
PRESSE CULTURELLE	19 433	104 064	123 497	82	25 549	249	25 798	18	149 295	2
PRESSE DES LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	727 491 110 382 241 54 123 53 546 425 981 83 218	259 362 15 274 30 244 4 842 20 857 106 090 82 055	986 853 125 656 30 485 58 965 74 403 532 071 165 273	81	218 999 50 666 5 521 57 147 27 096 - 78 569	1 675 73 - 630 182 - 790	220 674 50 739 5 521 57 777 27 278 - 79 359	19	1 207 527 176 395 36 006 116 742 101 681 532 071 244 632	21
PRESSE ECONOMIQUE	13 374	42 894	56 268	30	128 031	3 247	131 278	70	187 546	4
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	69 000	38 000	107 000	67	52 000	-	52 000	23	159 000	3
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	401 152 225 238 48 568 76 795 50 551	63 281 21 417 19 750 893 21 221	464 433 246 655 68 318 77 688 71 772	73	160 836 86 648 22 012 399 51 777	4 903 2 348 - 122 2 433	165 739 88 996 22 012 521 54 210	27	630 172 335 651 90 330 78 209 125 982	11
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO ET AUTRE	8 166 - 8 166	1 217 - 1 217	9 383 - 9 383	3	226 555 101 345 125 210	81 504 57 007 24 497	308 059 158 352 149 707	97	317 442 158 352 159 090	5
DIVERS	56 648	24 276	80 924	68	29 415	7 354	36 769	32	117 693	2
<b>TOTAUX</b>	<b>2 670 960</b>	<b>1 098 388</b>	<b>3 769 348</b>	<b>66</b>	<b>1 826 853</b>	<b>139 350</b>	<b>1 966 203</b>	<b>34</b>	<b>5 735 551</b>	<b>100</b>

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	120	3	123	16	615	-	615	84	738	0,5
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	10 658 17 10 641	92 5 87	10 750 22 10 728	77	3 061 - 3 061	- - -	3 061 - 3 061	23	13 811 22 13 789	3
PRESSE DU COEUR	4 440	72	4 512	91	402	-	402	9	4 714	1
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	45 097 1 440 43 657	20 160 20 160 -	65 257 21 600 43 657	38	107 660 50 000 57 660	52 - 53	107 713 50 000 57 713	62	172 970 71 600 101 370	30
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	4 815	-	4 815	100	-	-	-	-	4 815	1
PRESSE SENSATION, EVASION	205	97	302	69	133	-	133	31	435	
PRESSE MASCULINE	2 230	34	2 264	66	1 155	-	1 155	34	3 419	1
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	16 330 13 826 2 504 -	780 132 522 126	17 110 13 958 3 026 126		8 008 6 508 1 500 -	- - - -	8 008 6 508 1 500 -		25 118 20 466 4 526 126	4
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	2 621 2 042 579	18 129 3 760 14 369	20 750 5 802 14 948	99	74 74 -	- - -	74 74 -	1	20 824 5 876 14 948	4
PRESSE CULTURELLE	2 899	3 861	6 760	58	2 624	2 140	4 764	42	11 524	2
PRESSE DES LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	111 424 6 435 228 5 827 13 579 74 300 11 055	34 991 1 056 - 171 803 18 505 14 456	146 415 7 491 228 5 998 14 382 92 805 25 511	77	21 068 2 654 - 6 045 6 697 - 5 672	21 650 4 21 643 - 3 - -	42 718 2 658 21 643 6 045 6 700 - 5 672	23	189 133 10 149 21 871 12 043 21 082 92 805 31 183	32
PRESSE ECONOMIQUE	133	428	561	29	1 280	34	1 312	71	1 873	0,5
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	5 215	2 872	8 087	67	3 930	-	3 930	33	12 017	2
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	5 051 - 1 146 210 3 695	1 140 - 466 320 354	6 191 - 1 612 530 4 049	66	3 138 - 520 90 2 528	7 - - 7 -	3 145 - 520 97 2 528	34	9 336 - 2 132 627 6 577	2
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO ET AUTRE	39 678 - 39 678	1 504 - 1 504	41 182 - 41 182	45	47 482 1 139 46 343	1 029 640 389	48 511 1 779 46 772	55	89 693 1 779 87 954	15
DIVERS	6 052	2 594	8 646	86	3 143	786	3 929	14	12 575	2
<b>TOTAUX</b>	<b>256 968</b>	<b>86 757</b>	<b>343 725</b>	<b>59</b>	<b>203 773</b>	<b>25 697</b>	<b>229 470</b>	<b>41</b>	<b>573 195</b>	<b>100</b>

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles) . AUTRES CATEGORIES	12 099	140 018	152 117	43	185 517	17 801	203 318	57	355 435	9
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	1 745	34 675	36 420	47	38 687	1 659	40 346	53	76 766	1
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	1 233	21 714	22 947	76	7 023	187	7 210	24	30 157	1
LOCATION, IMMOBILIER	2 795	10 044	12 839	73	4 384	458	4 842	27	17 681	1
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	1 870	12 388	14 258	21	51 605	673	52 278	79	66 536	2
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	17 972	26 709	44 681	33	86 276	2 150	88 426	66	133 107	3
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	4 177	43 019	47 196	35	83 647	2 695	86 342	65	133 538	3
ASSURANCES	75	4 262	4 337	38	4 536	2 496	7 032	62	11 369	1
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	339	414 718	415 057	96	17 421	-	17 421	4	432 478	12
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	5 158	121 595	126 753	42	131 765	43 618	175 383	58	302 136	8
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	2 392	31 079	33 471	44	40 429	1 489	41 918	56	75 389	2
COMMERCE	1 199	36 548	37 747	34	68 564	5 118	73 682	66	111 429	3
SERVICE NON MARCHANDS	12 629	86 623	99 252	76	25 954	6 211	32 175	24	131 427	3
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION INFORMATIQUE . SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS . MANUTENTION SECURITE . PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	77 074 15 376	380 077 280 114	457 151 295 490	42 37	424 344 318 261	209 454 182 129	633 798 500 390	58 63	1 090 949 795 880	29
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . AUTRES MEDICAUX	5 116 2 727 892 1 497	313 989 159 382 66 267 88 340	319 105 162 109 67 159 89 837	40 31 60 57	461 329 355 091 44 844 61 394	8 205 2 543 79 5 583	469 534 357 634 44 923 66 977	60 69 40 43	788 639 519 743 112 082 156 814	21
<b>TOTAUX</b>	<b>145 873</b>	<b>1 677 458</b>	<b>1 823 331</b>	<b>49</b>	<b>1 631 491</b>	<b>302 214</b>	<b>1 933 705</b>	<b>51</b>	<b>3 757 036</b>	<b>100</b>

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNEMENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMERCIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux) . AUTRES CATEGORIES	8 302 6 183	99 658 97 339	107 960 103 522	43	129 909 124 823	14 189 12 523	144 098 137 346	57	252 058 240 868	18
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	3	3 130	3 133	60	1 653	421	2 074	40	5 207	-
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	-	3 000	3 000	100	-	-	-	-	3 000	-
LOCATION, IMMOBILIER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	217	1 094	1 311	16	6 706	60	6 766	84	8 077	1
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	4 472	7 499	11 971	34	21 776	1 070	22 846	66	34 817	2
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	177	8 076	8 253	35	14 437	792	15 229	65	23 482	2
ASSURANCES	-	1 619	1 619	24	2 634	2 440	5 074	76	6 693	1
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	-	165	165	83	34	-	34	17	199	-
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	1 927	40 690	42 617	32	47 644	43 134	90 778	68	133 395	9
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	2 301	17 183	19 484	58	13 334	627	13 961	42	33 445	2
COMMERCE	9	5 252	5 261	62	3 038	222	3 260	38	8 521	1
SERVICES NON MARCHANDS	1 327	5 457	6 784	63	3 130	839	3 969	37	10 753	1
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION INFORMATIQUE SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS MANUTENTION, SECURITE . REPARATION ET COMMERCE AUTOMOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	45 014 4 608	117 533 93 039	162 547 97 647	32	180 622 161 250	166 482 140 648	347 104 301 898	68	509 651 399 545	36
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . AUTRES MEDICAUX	564 464 - 100	154 395 137 714 - 16 681	154 959 138 178 - 16 781	40	227 331 204 085 - 23 246	4 472 1 724 - 2 748	231 803 205 809 - 25 994	60	386 762 343 987 - 42 775	27
<b>TOTAUX</b>	<b>64 313</b>	<b>464 751</b>	<b>529 064</b>	<b>37</b>	<b>652 248</b>	<b>234 740</b>	<b>886 996</b>	<b>63</b>	<b>1 416 060</b>	<b>100</b>

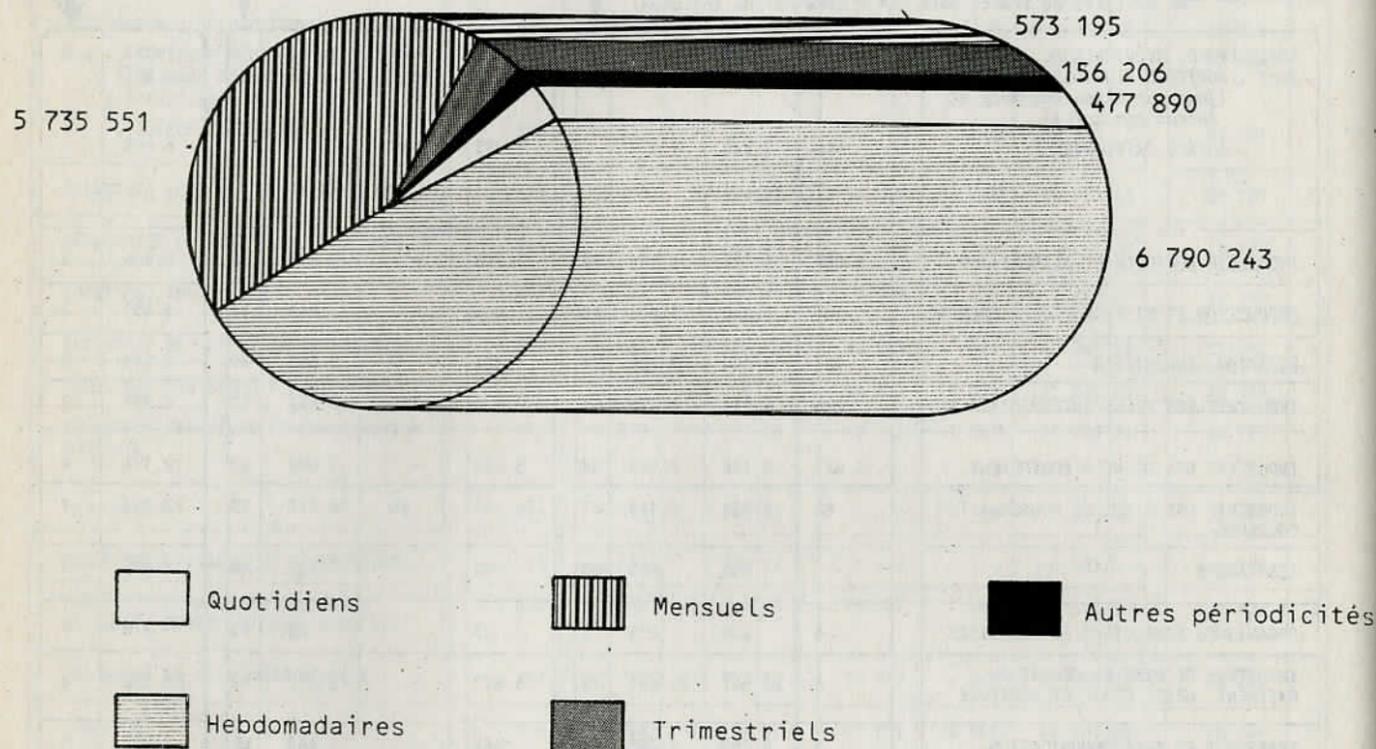
CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNE MENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMER CIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles) . AUTRES CATEGORIES	449 123	34 632 19 118	35 081 19 241	42	48 158 17 435	1 126 1 003	49 284 18 443	58	84 365 37 684	7
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	673	18 513	19 186	35	34 197	778	34 975	65	54 161	5
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	574	7 794	8 368	57	6 084	187	6 271	43	14 639	1
LOCATION, IMMOBILIER	2 614	6 345	8 959	73	2 810	449	3 259	27	12 218	1
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	1 377	6 950	8 327	16	42 585	380	42 965	84	51 292	4
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	8 623	15 953	24 576	31	54 782	1 080	55 862	69	80 438	7
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	1 475	16 398	17 873	26	49 033	1 867	50 900	74	68 773	6
ASSURANCES	75	1 990	2 065	58	1 470	56	1 526	42	3 591	-
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	113	4 617	4 730	77	1 383	-	1 383	23	6 113	-
INDUSTRIE DE MISE EN ŒUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	3 080	59 669	62 749	45	75 387	466	75 853	55	138 602	12
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	82	11 270	11 352	35	20 247	683	20 930	65	32 282	3
COMMERCE	826	20 928	21 754	32	41 699	4 796	46 495	68	68 249	6
SERVICES NON MARCHANDS	8 493	34 923	43 416	63	20 034	5 372	25 406	37	68 822	6
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FOR- MATION INFORMATIQUE SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS MANUTENTION, SECURITE PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTO- MOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	22 348 6 628	165 147 121 446	187 495 128 074	55	148 766 66 007	2 781 1 386	151 547 67 393	45	339 042 195 467	28
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . AUTRES MEDICAUX	1 763 316 180 1 267	75 923 5 962 26 389 43 572	77 686 6 278 26 569 44 839	46	90 337 42 312 35 455 12 570	169 3 - 166	90 506 42 315 35 455 12 736	54	168 192 48 593 62 024 57 575	14
<b>TOTAUX</b>	<b>52 565</b>	<b>461 052</b>	<b>533 617</b>	<b>45</b>	<b>636 972</b>	<b>20 190</b>	<b>657 162</b>	<b>55</b>	<b>1 190 779</b>	<b>100</b>

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	RECETTE DE VENTE				RECETTE DE PUBLICITE				RECETTE GLOBALE	
	AU NUMERO	PAR ABONNE MENT	TOTALE	%	PUBLICITE COMMER CIALE	PETITES ANNONCES	TOTALE	%		%
(en milliers de francs hors TVA - Commissions incluses)										
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles) . AUTRES CATEGORIES	1 296 452	3 228 -	4 524 452	62	2 330 395	458 -	2 788 395	38	7 312 847	2
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	844	3 228	4 072		1 935	458	2 393		6 465	
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	1 069	5 117	6 186	74	2 218	-	2 218	26	8 404	3
LOCATION, IMMOBILIER	464	5 142	5 606	87	845	-	845	13	6 451	2
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	181	3 699	3 880	71	1 574	9	1 583	29	5 463	2
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	276	4 014	4 290	63	2 314	233	2 547	37	6 837	2
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMATION COURANTE	4 877	2 198	7 075	58	5 099	-	5 099	42	12 174	4
ASSURANCES	82	6 037	6 119	27	16 141	36	16 177	73	22 296	7
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	-	653	653	60	432	-	432	40	1 085	1
INDUSTRIE DE MISE EN ŒUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	6	209	215	77	63	-	63	23	278	-
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	8	20 647	20 655	78	5 877	-	5 877	22	26 532	8
COMMERCE	5	1 280	1 285	66	642	-	642	33	1 927	1
SERVICES NON MARCHANDS	364	10 368	10 732	31	23 827	100	23 927	69	34 659	10
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION INFORMATIQUE SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS MANUTENTION, SECURITE PUBLICITE . REPARATION ET COMMERCE AUTO- MOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	2 776 6 173 1 494	45 309 53 782 30 311	45 085 59 955 31 805	95	2 776 9 214 5 352	- 80 -	2 776 9 294 5 352	5	50 861 69 249 37 157	15
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE . MEDICAL SPECIALISTE . AUTRES MEDICAUX	6 173 1 494	53 782 30 311	59 955 31 805	87	9 214 5 352	80 -	9 294 5 352	13	32 092	21
<b>TOTAUX</b>	<b>20 190</b>	<b>217 184</b>	<b>237 374</b>	<b>72</b>	<b>92 433</b>	<b>1 110</b>	<b>93 543</b>	<b>28</b>	<b>330 917</b>	<b>100</b>

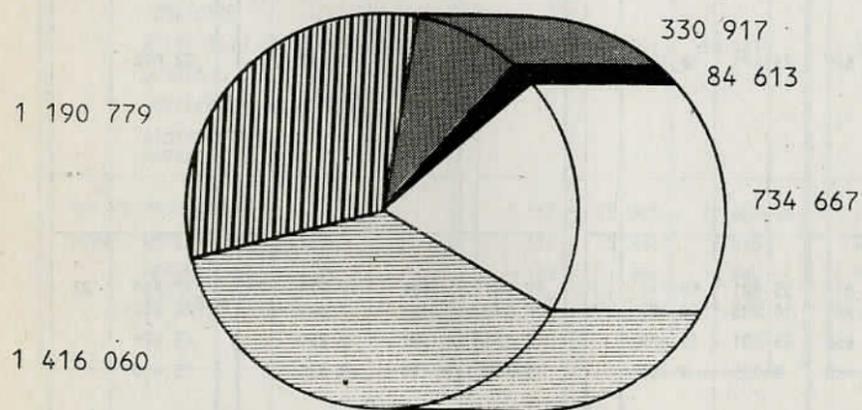
➔ PERIODIQUES SPECIALISES

CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL 1982 PAR PERIODICITE  
(vente et publicite)

1) Périodiques "Grand Public"  
En milliers de Francs : 13.733.085



2) Périodiques "Techniques/Professionnels"  
en milliers de Francs : 3.757.036



- ➔ A ■ ■ STRUCTURE DES PRIX DE REVIENT DE LA PRESSE SPECIALISEE....P.74
- ➔ B ■ ■ PRESSE QUOTIDIENNE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
REPARTITION REGIONALE DE LA DIFFUSION ET  
TAUX DE PENETRATION PAR FOYER.....P.77
- ➔ C1 ■ ■ PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE  
ANALYSE STATISTIQUE PAR TRANCHE DE TIRAGE.....P.84
- C2 ■ ■ PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE  
REPARTITION DU TIRAGE MOYEN AU NUMERO.....P.94
- C3 ■ ■ PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE  
EVOLUTION DES TIRAGES,DIFFUSION ET  
CHIFFRES D'AFFAIRES 1982/1983.....P.95
- ➔ D1 ■ ■ LES NEWS MAGAZINES.....P.99
- D2 ■ ■ LA PRESSE TELEVISION.....P.111
- D3 ■ ■ LA PRESSE FEMININE.....P.119
- D4 ■ ■ LA PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC.....P.122

ANNEXE

**A**

**STRUCTURE DES PRIX DE REVIENT DE LA PRESSE SPECIALISEE**

Les prix de revient de la presse spécialisée en 1982 ont été observés sur quatre postes distincts : frais d'achat de papier, frais d'impression, frais de rédaction, autres frais. Ce dernier poste comprend notamment les commissions aux agents de la vente ainsi que les commissions et rémunérations d'intermédiaires en matière de publicité.

**TABLEAUX 1 ET 2**

L'observation simultanée des deux tableaux présente plus d'intérêt que l'étude isolée de chaque type de périodiques. On peut remarquer la part plus élevée des frais d'imprimerie et des frais de rédaction pour la presse technique et professionnelle. Ceci résulte probablement de la qualité de fabrication de ces périodiques ainsi que de la spécificité de leur contenu rédactionnel nécessitant des compétences professionnelles très précises.

La part des frais d'achat de papier est en moyenne plus élevée pour les périodiques grand public ; ceux-ci ont en effet une périodicité de parution et donc une pagination annuelle, plus élevées que celles des périodiques professionnels.

Le poste "Autre frais" des périodiques grand public est aussi plus élevé que pour les périodiques professionnels ; les frais de distribution (notamment commissions aux agents de la vente pour la vente au numéro) sont en effet plus onéreux pour les premiers.

①

→ PERIODIQUES "GRAND PUBLIC"

REPARTITION DU PRIX DE REVIENT 1982 (EN POURCENTAGE)

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	FRAIS D'IMPRESSION	FRAIS DE REDACTION	AUTRES FRAIS (DISTRIBUTION ABONNEMENT, PUBLICITE, PROMOTION)
PRESSE TV. SPECTACLES dont . TV. RADIO . SPECTACLES	25,6 % 15,9	25,2 % 23,6	6,1 % 8,2	43,1 % 52,3
BANDES DESSINEES dont . ADULTES . ENFANTS/ADOLESCENTS	16,8 14,7	16,0 18,9	18,8 14,8	51,1 48,4
PRESSE DU COEUR	25,0	23,5	3,7	47,8
PRESSE MAISON - DECORATION dont . JARDIN . MAISON	21,3 21,9	24,4 27,9	11,6 12,6	42,7 37,6
PRESSE FAMILIALE, SOCIALE	19,2	21,5	15,4	43,9
PRESSE SENSATION, EVASION	15,5	14,2	12,0	41,7
PRESSE MASCULINE	21,7	18,4	12,1	47,8
PRESSE FEMININE dont . MODE . ARTS MENAGERS . AUTRE	23,7 11,0 26,7	21,2 36,4 23,1	11,6 22,1 10,4	43,5 30,5 39,8
PRESSE DES JEUNES dont . ENFANTS . ADOLESCENTS ET AUTRE	14,9 16,0	21,5 18,5	14,8 16,4	48,8 50,9
PRESSE CULTURELLE	11,2	31,1	33,2	24,5
PRESSE DES LOISIRS dont . PHOTO, CINEMA, VIDEO . TOURISME, VOYAGE . SON, HI-FI, MUSIQUE . BRICOLAGE, MODELISME . MOTS CROISES . AUTRES CATEGORIES	21,4 22,6 23,5 20,5 16,6 22,2	21,9 24,9 27,3 26,9 11,5 28,7	13,7 28,2 13,6 11,2 10,6 19,1	43,0 24,3 35,6 41,4 61,3 30,0
PRESSE ECONOMIQUE	12,8	26,5	27,0	33,7
PRESSE VULGARISATION SCIENTIFIQUE	19,5	20,6	20,4	39,5
PRESSE SPORTIVE dont . SPORT MECANIQUE . BALLON . HIPPISE . AUTRE	18,0 14,3 10,6 14,6	25,7 22,6 24,9 25,0	12,0 14,0 14,2 25,4	44,3 49,1 50,3 35,0
JOURNAUX D'ANNONCES dont . JOURNAUX GRATUITS . JOURNAUX VENDUS AU NUMERO . ET AUTRE	26,8 15,2	31,5 19,0	25,5 16,2	16,2 49,6
DIVERS	-	-	-	-

- Non significatif

CATEGORIE DE LA NOMENCLATURE	FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	FRAIS D'IMPRESSION	FRAIS DE REDACTION	AUTRES FRAIS (DISTRIBUTION, ABONNEMENT, PUBLICITE, PROMOTION)
AGRICULTURE, SYLVICULTURE, PECHE dont . AGRICOLE PLURIDISCIPLINAIRE (journaux départementaux et locaux agricoles)	18,3 %	34,8 %	25,2 %	21,7 %
. AUTRES CATEGORIES	20,0	35,0	23,0	22,0
INDUSTRIE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE	10,0	38,8	36,3	14,9
PRODUCTION ET DISTRIBUTION D'ENERGIE	6,0	24,1	48,5	21,4
LOCATION, IMMOBILIER	15,8	37,4	23,6	23,2
INDUSTRIE DES BIENS INTERMEDIAIRES	6,1	40,3	34,6	19,0
INDUSTRIE DES BIENS D'EQUIPEMENT	10,8	26,5	21,4	41,3
INDUSTRIE DES BIENS DE CONSOMMA- TION COURANTE	12,3	36,9	22,0	28,8
ASSURANCES	9,6	43,8	37,3	9,3
ORGANISMES FINANCIERS ET BOURSIERS	15,1	46,4	20,8	17,7
INDUSTRIE DE MISE EN OEUVRE DU BATIMENT, GENIE CIVIL ET AGRICOLE	12,9	48,5	27,3	11,3
TRANSPORT ET TELECOMMUNICATION	9,9	35,2	41,4	13,5
COMMERCE	12,3	35,9	33,3	18,5
SERVICES NON MARCHANDS	14,2	38,6	24,9	22,3
SERVICES MARCHANDS dont . GESTION, ADMINISTRATION, FORMATION INFORMATIQUE SERVICES TECHNIQUES ET FINANCIERS MANUTENTION, SECURITE PUBLICITE	14,8	26,8	28,5	29,9
. REPARATION ET COMMERCE AUTO- MOBILE HOTELLERIE, BRASSERIE RESTAURATION AUTRE	14,9	41,6	18,4	25,1
PRESSE MEDICALE dont . MEDICAL GENERALISTE	15,2	36,1	25,1	23,6
. MEDICAL SPECIALISTE	11,3	48,9	10,9	28,9
. AUTRES MEDICAUX	16,0	36,2	21,4	26,4

**B****PRESSE QUOTIDIENNE D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE****REPARTITION REGIONALE DE LA DIFFUSION****ET TAUX DE PENETRATION PAR FOYER**

Le tableau ci-joint détaille le taux de pénétration par foyer de la presse quotidienne (Paris et Province) dans chaque région administrative. Les colonnes "Nombre de titres" indiquent l'effectif des quotidiens de chaque type diffusés sur tout ou partie de la région considérée. La diffusion quotidienne totale est issue des résultats de l'enquête du Service pour l'année 1982 et le nombre de foyers par région, utile pour le calcul du taux de pénétration est celui du recensement général de la population (INSEE 1982).

En moyenne, sur l'ensemble des régions, la presse quotidienne de province est diffusée dans un tiers des foyers et la presse quotidienne de Paris dans un dixième des foyers.

Les quotidiens parisiens ne dépassent ce taux moyen de pénétration de 10 % qu'en Ile de France (31,39 %) et en Picardie (13,00 %).

La presse quotidienne de Province réalise ses plus forts chiffres sur l'Alsace (portage à domicile) et la Bretagne.

Les 4 cartes de France indiquent, par région administrative, le titre ayant la plus forte diffusion, le taux de pénétration par foyer de l'ensemble des titres quotidiens de Paris et de Province.

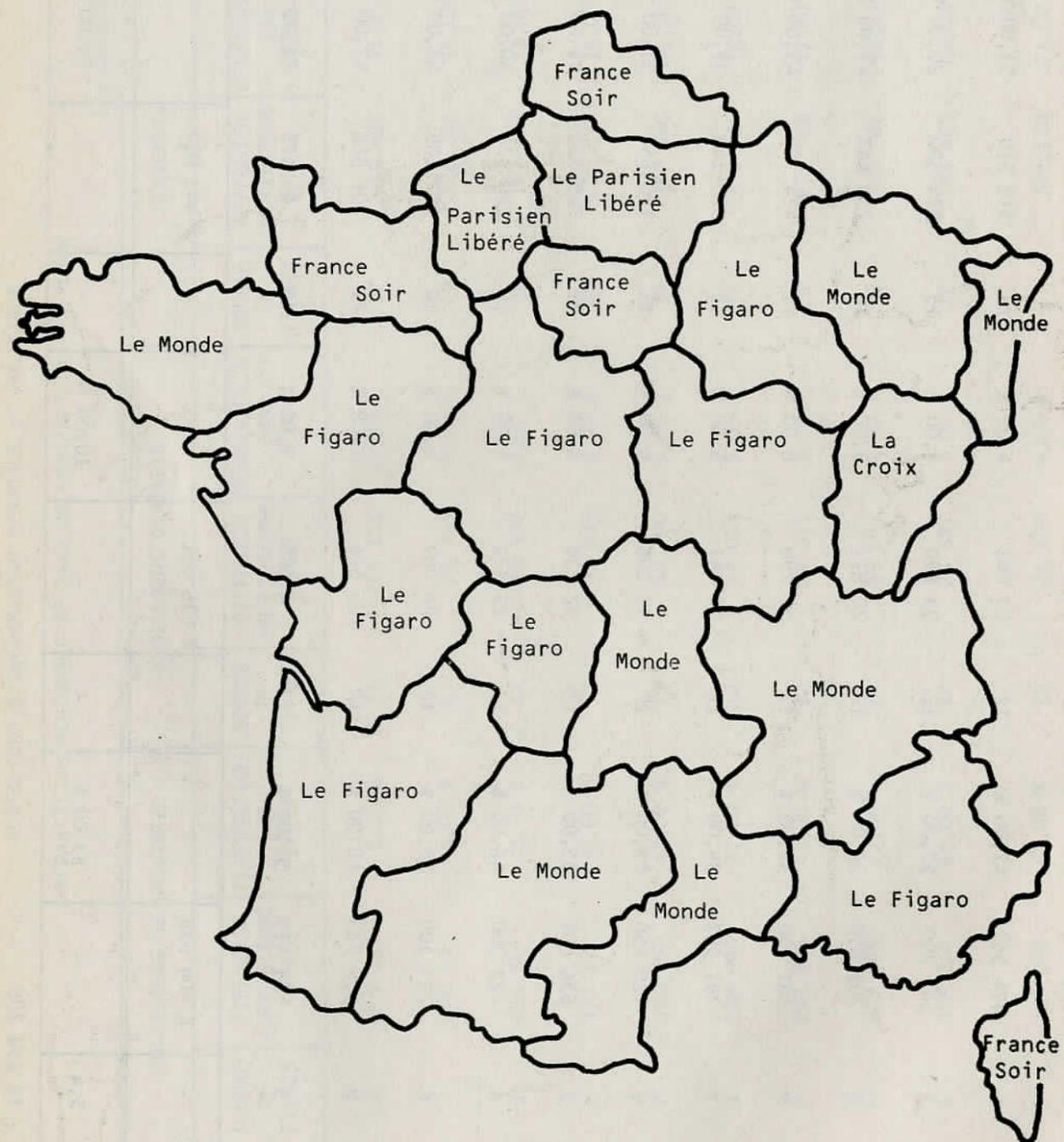
QUOTIDIENS D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
REPARTITION REGIONALE ET TAUX DE PENETRATION PAR FOYER

(en exemplaires)

REGIONS	QUOTIDIENS DE PROVINCE			QUOTIDIENS DE PARIS			ENSEMBLE			TITRES PRINCIPAUX 1° PROVINCE 2° PARIS NB. Pages 80 & 82
	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	PENETRATION PAR FOYER	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	PENETRATION PAR FOYER	NOMBRE DE TITRES	DIFFUSION QUOTIDIENNE TOTALE	PENETRATION PAR FOYER	
ILE DE FRANCE	4	9 340	0,24 %	13	1 245 156	31,39 %	17	1 254 496	31,63 %	Paris Normandie France Soir
CHAMPAGNE	7	206 853	44,00 %	12	19 365	4,00 %	19	226 218	48,00 %	L'union Le Figaro
PICARDIE	3	116 807	20,00 %	12	75 592	13,00 %	15	192 399	33,00 %	Courrier Picard Parisien Libéré
HAUTE NORMANDIE	3	172 592	30,00 %	12	37 982	6,00 %	15	210 574	36,00 %	Paris Normandie France Soir
CENTRE	7	336 250	41,00 %	12	40 790	5,00 %	19	377 040	46,00 %	N.R.C.O. Le Figaro
BASSE NORMANDIE	3	148 895	31,00 %	12	22 073	5,00 %	15	170 968	36,00 %	Ouest France France Soir
BOURGOGNE	9	246 205	42,00 %	12	29 371	5,00 %	21	275 576	47,00 %	Bien Public Le Figaro
NORD	6	529 859	40,00 %	12	49 907	4,00 %	18	579 766	44,00 %	Voix du Nord France Soir
LORRAINE	4	356 369	45,00 %	12	26 897	3,00 %	16	383 266	48,00 %	Républicain Lorrain Le Monde
ALSACE	3	368 000	67,00 %	12	21 170	4,00 %	15	389 170	71,00 %	D.N.A.
FRANCHE COMTE	3	126 500	34,00 %	12	14 495	3,00 %	15	140 995	37,00 %	Est Républicain La Croix
PAYS DE LOIRE	6	474 562	47,00 %	12	43 948	4,00 %	18	518 510	51,00 %	Ouest France Le Figaro
BRETAGNE	3	541 200	57,00 %	12	33 690	3,00 %	15	574 890	60,00 %	Ouest France Le Monde
POITOU CHARENTES	6	209 650	38,00 %	12	20 817	3,00 %	18	230 467	41,00 %	N.R.C.O. Le Figaro
AQUITAINE	9	367 700	39,00 %	12	57 290	6,00 %	21	424 990	45,00 %	Sud Ouest Le Figaro
MIDI PYRENEES	7	281 507	34,00 %	12	38 641	5,00 %	19	320 148	39,00 %	Dépêche du Midi Le Monde
LIMOUSIN	4	129 450	47,00 %	12	11 206	4,00 %	16	140 656	51,00 %	La Montagne Le Figaro
RHONE-ALPES	9	636 684	35,00 %	12	92 270	6,00 %	21	728 954	41,00 %	Dauphiné Libéré Le Monde
AUVERGNE	6	222 300	46,00 %	12	17 826	4,00 %	18	240 126	50,00 %	La Montagne Le Monde
LANGUEDOC ROUSSILLON	6	273 100	39,00 %	12	28 909	4,00 %	18	302 009	43,00 %	Midi Libre Le Monde
PROVENCE COTE D'AZUR	9	599 765	40,00 %	12	106 561	7,00 %	21	706 326	47,00 %	Nice Matin Le Figaro
CORSE	3	51 410	57,00 %	12	4 065	5,00 %	15	55 475	62,00 %	Nice Matin France Soir
TOTAL	-	6 404 998	-	-	2 038 021	-	-	8 443 019	-	
MOYENNE	5,4	-	33,00 %	-	-	10,00 %	-	-	43,00 %	

Total Foyers : 19 674 300

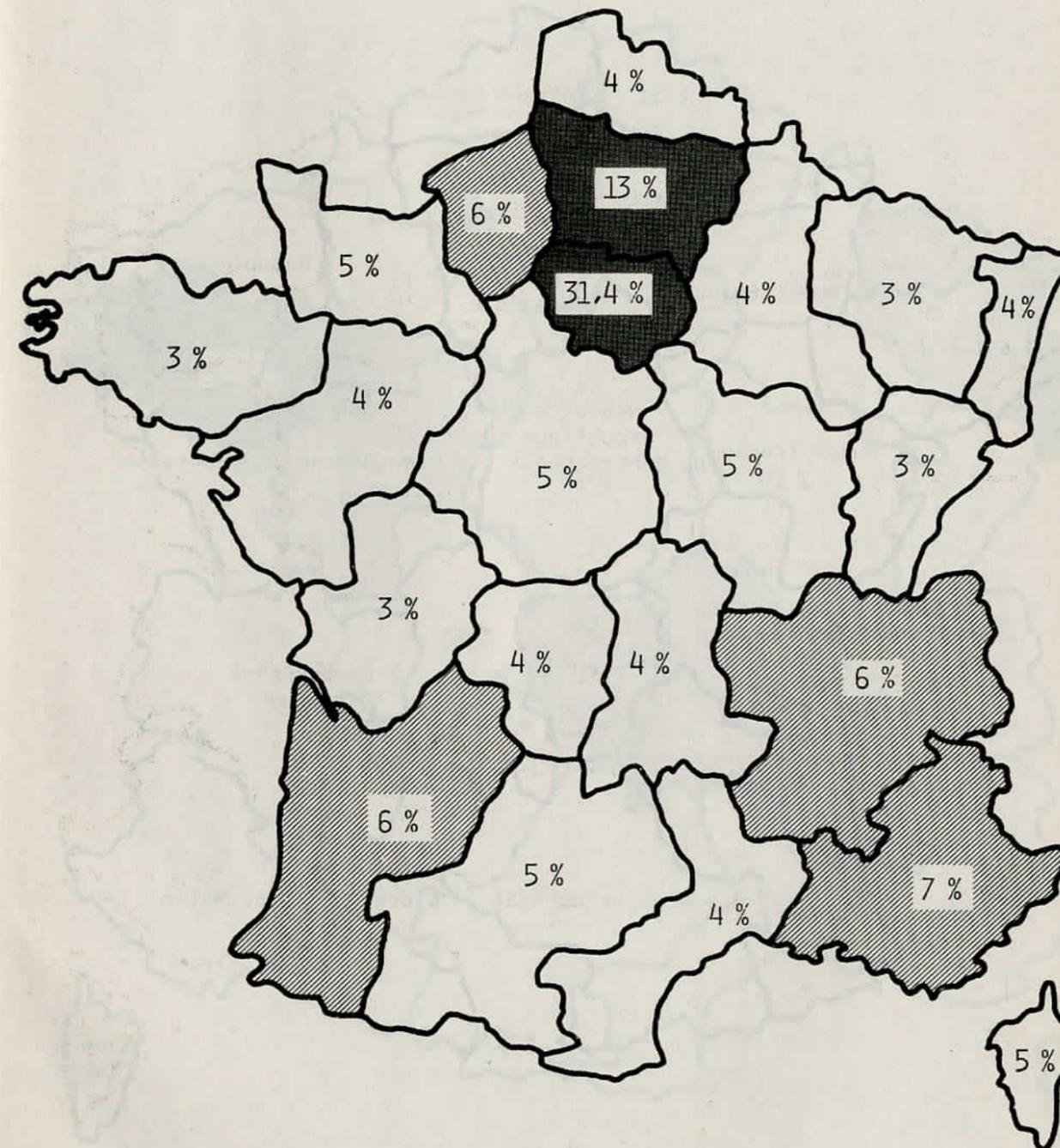
DIFFUSION DES QUOTIDIENS DE PARIS  
D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
PAR REGION ADMINISTRATIVE



I Titre ayant la plus forte diffusion

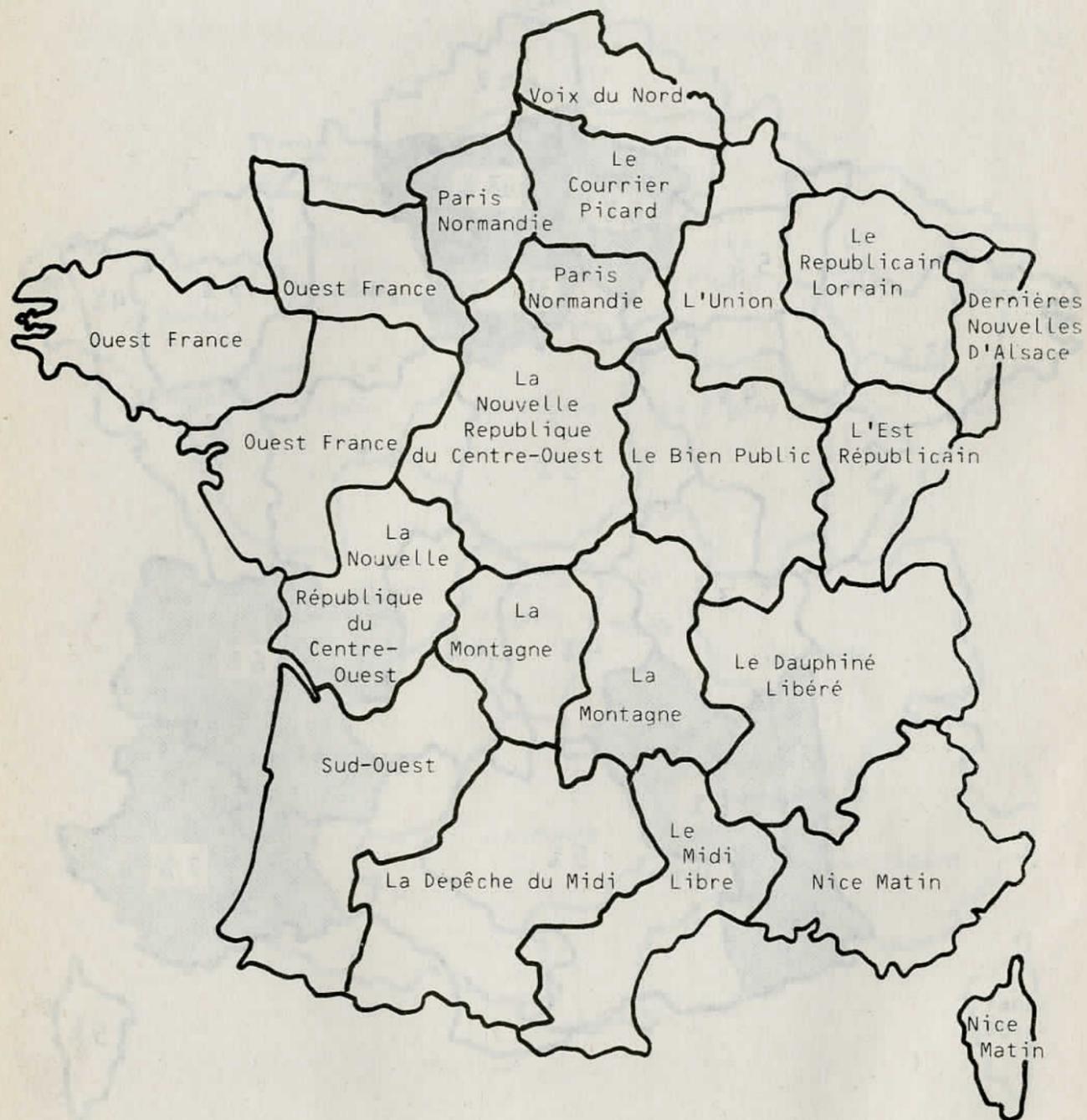
N B : Un titre ayant la plus forte diffusion sur une région n'a pas nécessairement la plus forte diffusion sur chacun des départements.

DIFFUSION DES QUOTIDIENS DE PARIS  
D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
PAR REGION ADMINISTRATIVE



II Pourcentage du Taux de pénétration par foyer de l'ensemble des quotidiens de Paris

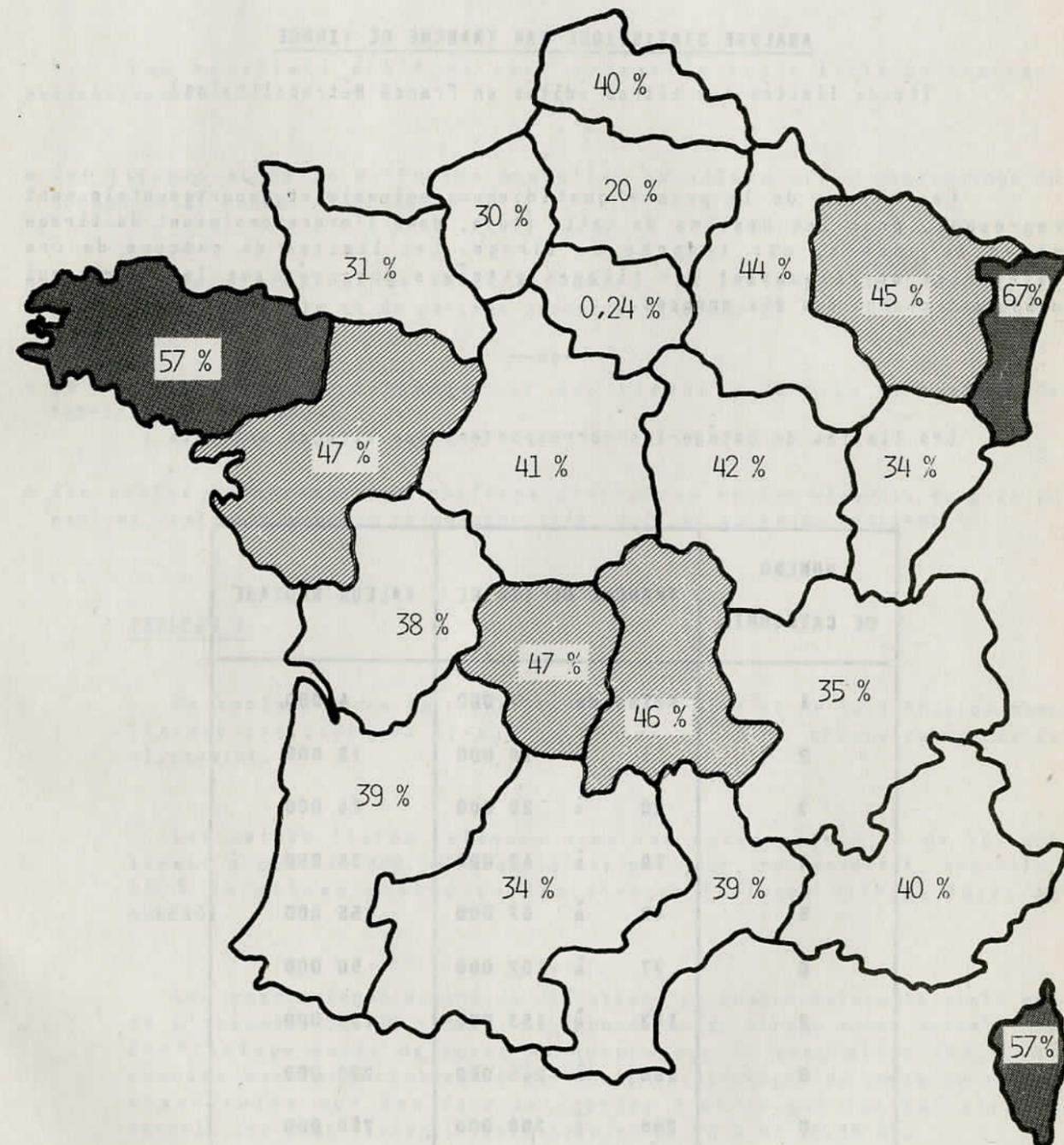
DIFFUSION DES QUOTIDIENS DE PROVINCE  
D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
PAR REGION ADMINISTRATIVE



I Titre ayant la plus forte diffusion

N B : Un titre ayant la plus forte diffusion sur une région n'a pas nécessairement la plus forte diffusion sur chacun des départements.

DIFFUSION DES QUOTIDIENS DE PROVINCE  
D'INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE  
PAR REGION ADMINISTRATIVE



II Pourcentage du taux de pénétration par foyer de L'ensemble des quotidiens de Province

# C 1

## PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE (1982)

### 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. Les limites de chacune de ces catégories correspondent aux tirages extrêmes observés sur les titres qui composent chacun des dix groupes.

--oo--

Les limites de catégories correspondent aux tirages suivants :

NUMERO DE CATEGORIE	TRANCHE DE TIRAGE	VALEUR MEDIANE
1	Moins de 7 000	4 000
2	11 à 18 000	12 000
3	20 à 28 000	24 000
4	29 à 40 000	35 000
5	42 à 67 000	55 000
6	77 à 102 000	90 000
7	113 à 153 000	133 000
8	196 à 245 000	220 000
9	286 à 308 000	290 000
10	Plus de 360 000	490 000

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 4 tableaux traitant respectivement :

- des tirages et de la diffusion annuelle, en volume et en pourcentage du tirage total annuel (Tableau 1)
- du chiffre d'affaires de vente au numéro, de vente par abonnement, de publicité commerciale et de petites annonces (Tableau 2)
- de la consommation de papier et des éléments du prix de revient de fabrication (Tableau 3)
- des ratios concernant les chiffres d'affaires et les éléments de prix de revient, calculés pour un exemplaire tiré, diffusé ou vendu (Tableau 4).

### TABLEAU 1

Ce tableau donne la répartition des tirages et de la diffusion dans l'ordre croissant du tirage moyen par titre de chaque catégorie de classement.

Les quinze titres, classés dans les catégories 8, 9 et 10, qui tirent à plus de 200.000 exemplaires par jour, représentent, ensemble, 65 % du volume quotidien des tirages (colonne "TIRAGE TOTAL AU NUMERO").

Les pourcentages moyens de diffusion, de chaque catégorie ainsi que de l'ensemble des 74 titres, sont pondérés du tirage total annuel ; le pourcentage moyen de vente au numéro des 74 quotidiens (62,51 %) résulte donc principalement des forts pourcentages de vente au numéro observables sur les deux catégories 9 et 10 qui ont les tirages annuels les plus élevés (respectivement 62,93 % et 70,39 %).

Par contre, les titres de la catégorie 6 qui vendent, au numéro 72,31 % des exemplaires tirés, ne représentent que 11 % du tirage total annuel.

**TABLEAU 2**

Les recettes de publicité comptent, en moyenne, pour un peu moins de 40 % dans le total des recettes tant pour les quotidiens de semaine que pour les journaux du 7ème jour. Les quotidiens pour lesquels la part des recettes de publicité est la plus élevée sont ceux dont les tirages sont les plus faibles (73,1 % en catégorie 1).

**TABLEAU 3**

Sur ce tableau, la colonne % située à gauche de chaque rubrique exprime le poids relatif de chaque catégorie de classement pour chaque poste du prix de revient.

On remarque, rubrique par rubrique, que ce poids relatif reste inchangé. Ainsi pour les catégories 3 et 6 d'effectif identique (9 titres), la seconde tirant en moyenne 4 fois plus que la première, le rapport 1 à 4 est observable sur chaque poste de frais. La même remarque peut être faite pour les catégories 7 et 10.

Par ailleurs, on constate que 50 % des dépenses de chaque type sont engagées par les 9 titres des catégories 9 et 10 (soit 12 % de l'effectif).

**TABLEAU 4**

Les ratios présentés dans ce tableau qui concerne les quotidiens, à l'exception des journaux du 7ème jour, permettent de rapprocher les produits et charges d'exploitation à l'exemplaire tiré.

Le tirage d'un exemplaire, après déduction des commissions sur ventes (0,45F) et publicité (0,17F) a rapporté 2,76F (3,38F-0,62F).

Le prix de revient de cet exemplaire s'est élevé à 2,35F (total des éléments de coût pris en compte dans l'étude).

**TABLEAU 4**

**RATIOS A L'EXEMPLAIRE TIRE OU VENDU - ANNEE 1982 -**

(Valeurs Hors TVA)

(RATIOS OBSERVES SUR LES QUOTIDIENS HORS 7ème JOUR)

<b><u>RECETTES DE VENTE A L'EXEMPLAIRE TIRE</u></b>	
Vente au numéro .....	2,61 F
Vente par abonnement .....	1,89 F
Ventes globales .....	2,41 F
<b><u>RECETTE DE PUBLICITE A L'EXEMPLAIRE VENDU</u></b>	
Publicité commerciale .....	1,18 F
Petites annonces .....	0,36 F
<b><u>RECETTE TOTALE A L'EXEMPLAIRE</u></b>	
Tiré .....	3,38 F
Diffusé .....	3,81 F
Vendu .....	3,95 F
<b><u>ELEMENTS DU PRIX DE REVIENT</u></b>	
Frais d'achat de papier à l'exemplaire tiré .....	0,48 F
Frais d'impression à l'exemplaire tiré .....	0,74 F
Frais de rédaction à l'exemplaire tiré .....	0,51 F
Commissions sur vente à l'exemplaire tiré .....	0,45 F
Commissions publicité à l'exemplaire tiré .....	0,17 F

TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE  
(CHIFFRAGE GLOBAL PAR CATEGORIE)

CATEGORIE DE CLASSEMENT	TIRAGES (milliers d'exemplaires)			DIFFUSION ANNUELLE EN MILLIERS D'EX. ET EN POURCENTAGE				INVENDEUS						
	NOMBRE DE TITRES	NOMBRE MOYEN DE PARUTION	TIRAGE TOTAL AU NUMERO	TIRAGE MOYEN PAR TITRE	AU NUMERO		GRATUIT		VOLUME	%				
					VOLUME	%	VOLUME	%						
QUOTIDIENS HORS 7ème JOUR														
1	5	270	22	4,4	2 319	38,70	2 512	41,87	537	8,92	5 368	89,49	628	10,51
2	11	305	152	13,8	22 464	48,49	13 070	28,21	2 908	6,27	38 442	82,97	7 888	17,03
3	9	306	215	23,9	31 297	47,60	19 767	30,06	4 194	6,38	55 258	84,04	20 492	15,96
4	11	304	365	33,2	59 404	53,64	30 654	27,67	5 819	5,25	95 857	86,56	14 887	13,44
5	10	306	510	51,0	84 964	54,39	46 938	30,05	4 822	3,08	136 724	87,52	19 491	12,48
6	9	309	787	87,4	176 185	72,31	27 953	11,47	10 170	4,18	214 308	87,96	29 337	12,04
7	4	304	551	137,7	75 911	45,30	66 325	39,58	7 657	4,57	149 893	89,45	17 670	10,55
8	6	309	1 313	218,8	249 968	61,55	98 217	24,18	13 444	3,31	361 629	89,04	44 509	10,96
9	5	307	1 467	293,4	283 529	62,93	106 183	23,57	11 956	2,65	401 668	89,15	48 872	10,85
10	4	307	1 958	489,5	421 760	70,39	105 444	17,60	12 337	2,06	539 541	90,05	59 598	9,95
TOTAL	74	-	7 340	-	1 407 801	-	517 043	-	73 844	-	1 998 688	-	253 372	-
MOYENNE	-	305	-	99,2	-	62,51	-	22,96	-	3,28	-	88,75	-	11,25

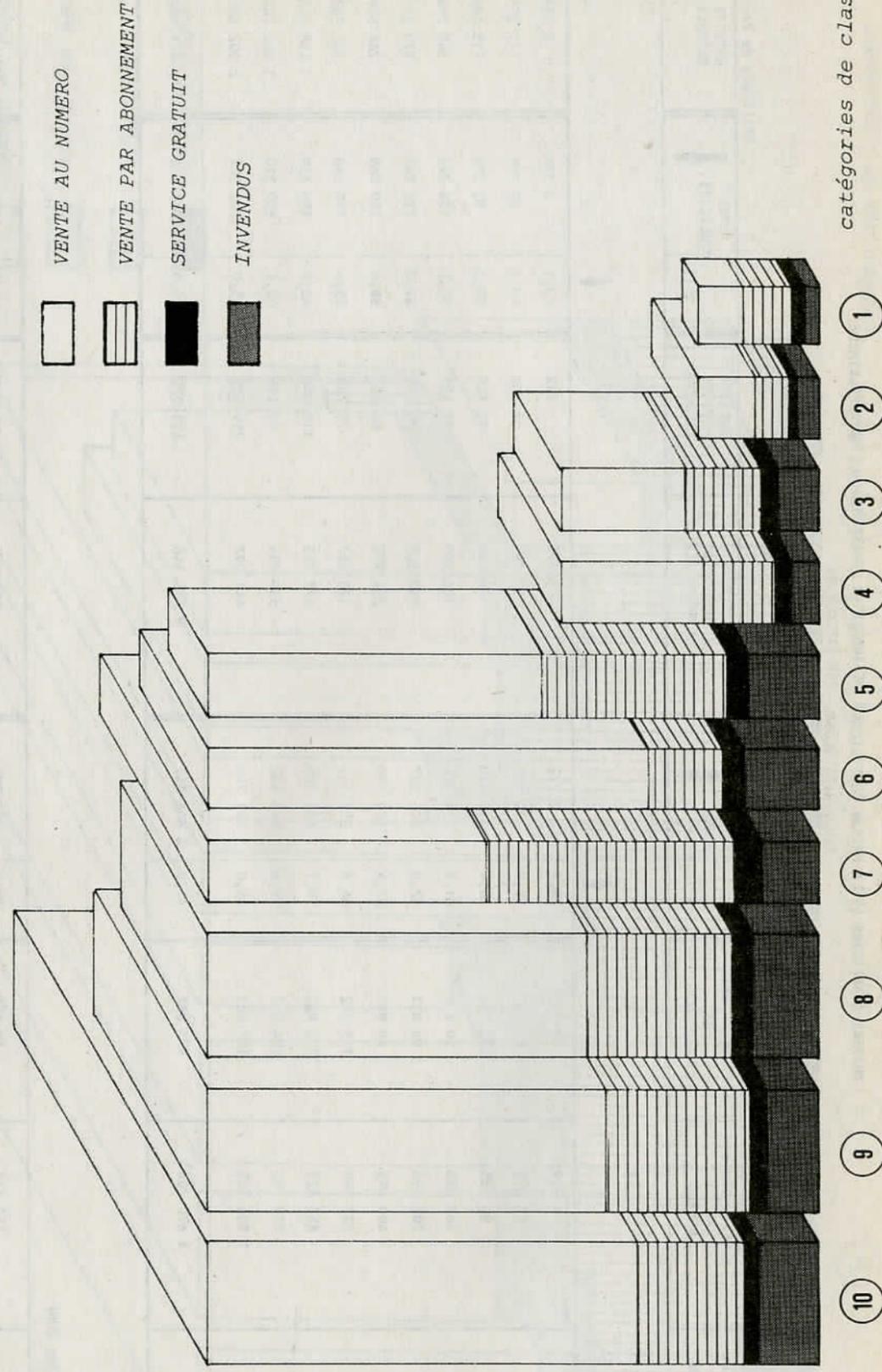
JOURNAUX DU 7ème JOUR

TOTAL	26	-	3 596	-	149 129	-	14 791	-	3 958	-	167 878	-	20 670	-
MOYENNE	-	32	-	138,3	-	79,10	-	7,84	-	2,10	-	89,04	-	10,96

ENSEMBLE

TOTAL	100	-	10 936	-	1 536 930	-	531 834	-	77 802	-	2 166 566	-	274 042	6,00
MOYENNE	-	-	-	109,4	-	63,80	-	21,80	-	3,19	-	88,79	-	11,21

TIRAGE ET DIFFUSION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE



categories de classement

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

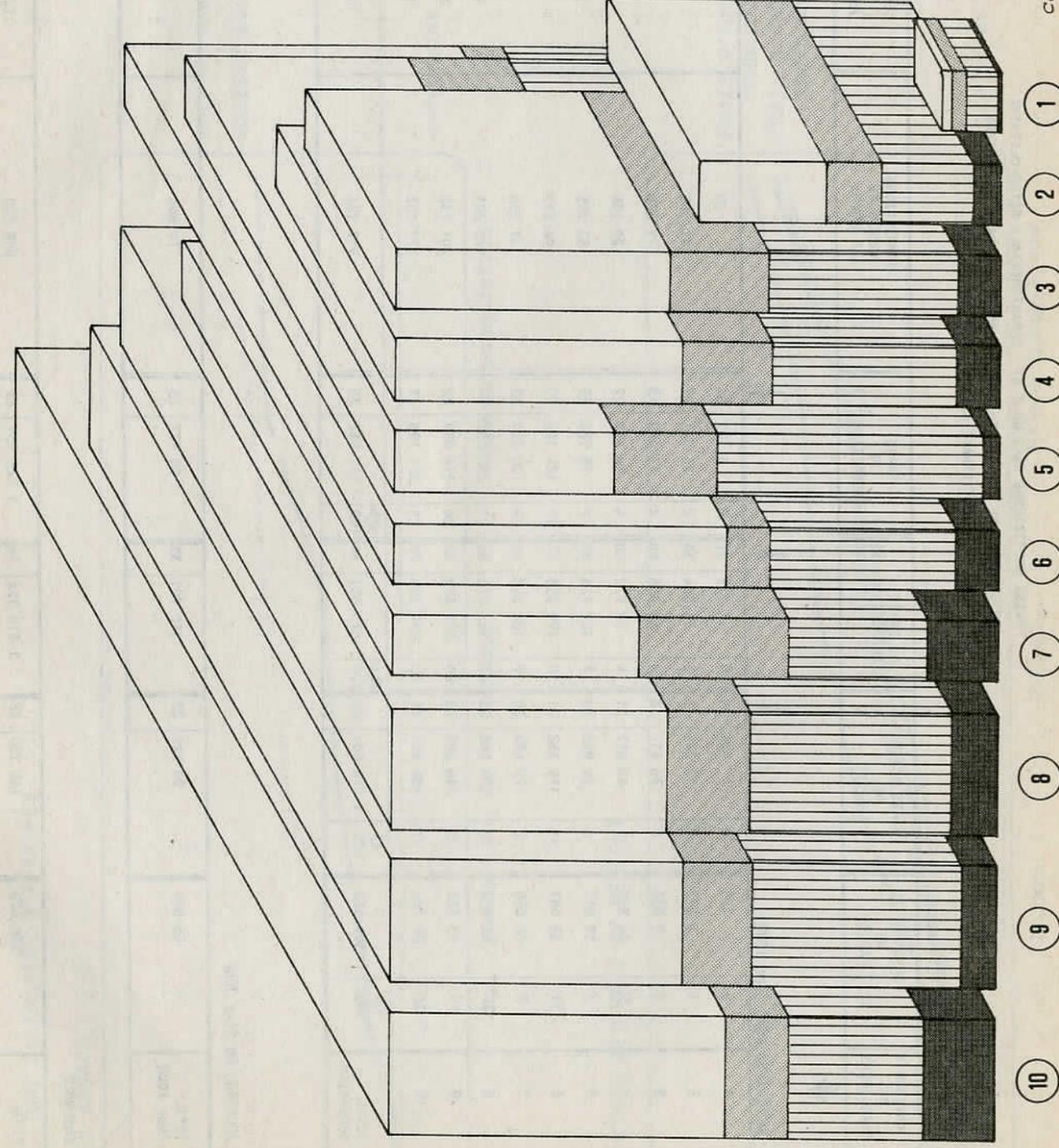
CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE  
(CHIFFRAGE GLOBAL PAR CATEGORIE)

TABLEAU 2

CATEGORIE DE CLASSEMENT	↓					↑					(Milliers de Francs - HTVA)	
	RECETTE VENTE AU NUMERO	RECETTE VENTE PAR ABONNEMENT	TOTAL VENTE % (1)	RECETTE PUBLICITE COMMERCIALE	RECETTE PETITES ANNONCES	TOTAL PUBLICITE % (1)	RECETTE GLOBALE	↔				
<b>QUOTIDIENS HORS 7ème JOUR</b>												
1	919	1 353	26,9	5 472	712	73,1	6 184	8 456				
2	48 872	21 187	59,7	35 696	11 500	40,3	47 196	117 255				
3	96 563	33 747	60,4	68 149	17 145	39,6	85 294	215 604				
4	163 823	50 253	61,5	106 695	27 527	38,5	134 222	348 298				
5	207 596	98 031	52,8	252 625	20 115	47,2	272 740	578 367				
6	409 493	49 997	61,4	224 972	64 097	38,6	289 069	748 559				
7	221 600	135 542	64,6	123 857	71 783	35,4	195 640	552 782				
8	658 323	203 982	59,1	477 293	119 046	40,9	596 339	1 458 644				
9	759 190	184 242	59,6	539 595	99 715	40,4	639 310	1 582 742				
10	1 104 325	197 603	65,0	441 092	259 435	35,0	700 527	2 002 455				
TOTAL QUOTIDIEN	3 670 704*	975 837	61,0	2 275 446	691 075	39,0	2 966 521	7 613 162				
<b>JOURNAUX DU 7ème JOUR</b>												
TOTAL 7ème JOUR	354 717	36 666	62,0	198 218	42 110	38,0	240 328	631 711				
<b>ENSEMBLE</b>												
TOTAL	4 025 421	1 012 503	61,1	2 473 664	733 185	38,9	3 206 849	8 244 873				

(1) Répartition en pourcentage des recettes de vente et de publicité

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE



categories de classement

PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE  
CONSUMMATION DE PAPIER (Tonnes) ELEMENTS DE PRIX DE REVIENT  
(CHIFFRAGE GLOBAL PAR CATEGORIE)

TABLEAU 3

CATEGORIE DE CLASSEMENT	CONSUMMATION DE PAPIER		FRAIS D'ACHAT DE PAPIER		FRAIS D'IMPRESSION (1)		FRAIS DE REDACTION		COMMISSIONS AGENTS DE LA VENTE		COMMISSIONS SUR ABONNEMENT		TOTAL COMMISSIONS (1) SUR VENTE	
	%	TONNES	%	TONNES	%	TONNES	%	TONNES	%	TONNES	%	TONNES	%	TONNES
1	0	175	0	174	5	1 913	0	1 122	34	60	80	140	4	4
2	1	3 873	2	17 245	18	33 834	2	25 041	27	13 503	4 044	17 547	19	19
3	3	7 938	2	26 417	18	69 038	2	27 489	18	21 626	6 027	27 653	18	18
4	5	14 399	5	48 017	21	89 772	4	50 132	22	29 658	6 818	36 468	17	17
5	6	17 818	6	64 975	19	129 128	7	78 926	23	53 055	12 473	65 528	20	20
6	11	33 581	11	115 352	21	199 533	10	121 198	22	96 877	7 729	104 606	20	20
7	8	24 650	7	79 435	20	162 648	9	100 270	25	47 356	9 703	57 059	24	24
8	20	62 936	20	220 168	22	343 676	35	238 052	24	178 201	13 978	192 179	19	19
9	20	63 225	20	216 607	22	309 979	32	214 039	22	201 738	25 760	227 498	24	24
10	26	80 964	27	288 871	24	334 130	28	281 693	23	277 052	17 174	294 226	25	25
TOTAL QUOTIDIEN	100	309 559	100	1 078 801	22	1 673 651	100	1 137 962	23	919 126	103 778	1 022 904	21	21

(Milliers de Francs - HTVA)

QUOTIDIENS HORS 7ème JOUR

JOURNAUX DU 7ème JOUR

TOTAL 7ème JOUR	26 861	90 329	22	140 901	35	90 977	23	79 604	2 218	81 822	20
-----------------	--------	--------	----	---------	----	--------	----	--------	-------	--------	----

ENSEMBLE

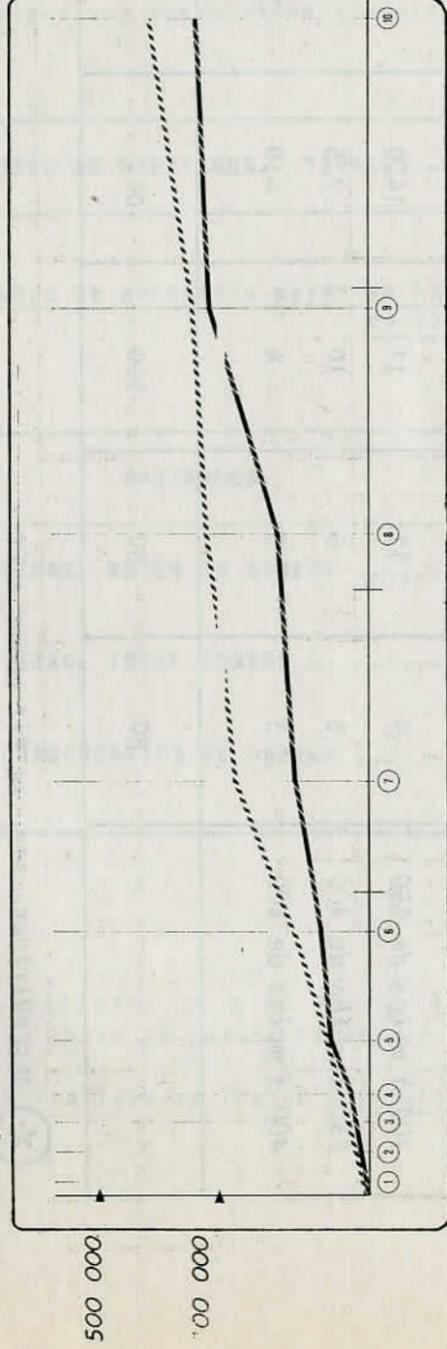
TOTAL	336 420	1 169 130	22	1 814 552	34	1 228 939	23	998 730	105 996	1 104 726	21
-------	---------	-----------	----	-----------	----	-----------	----	---------	---------	-----------	----

(1) Pour la catégorie 5 par exemple 19 + 38 + 23 + 20 = 100 %

PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE METROPOLITAINE 1982

STRUCTURE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

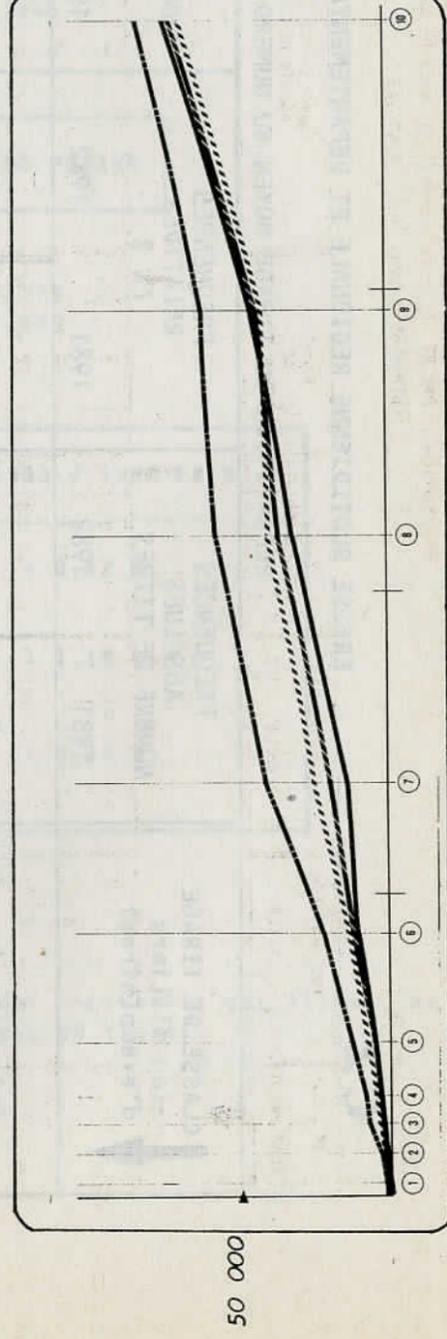
milliers de francs



RECETTE VENTE (NUMERO ET ABONNEMENT) ———  
RECETTE PUBLICITE - - - - -

categories de classement

STRUCTURE DES PRIX DE REVIENT



FRAIS D'IMPRESSION ———  
COMMISSIONS SUR VENTE - - - - -  
FRAIS ACHAT DE PAPIER ·····  
FRAIS REDACTION - · - · - ·

categories de classement

## REPARTITION DU TIRAGE MOYEN AU NUMERO

CLASSE DE TIRAGE (en milliers d'exemplaires)	FREQUENCES ABSOLUES NOMBRE DE TITRES		FREQUENCES RELATIVES EN %		FREQUENCES CUMULEES CROISSANTES EN %		FREQUENCES CUMULEES DECREOISSANTES EN %	
	1981	1982	1981	1982	1981	1982	1981	1982
0 à moins de 5	3	4	4	5,0	4	5,0	100	100,0
5 à moins de 15	12	14	15	17,5	19	22,5	96	95,0
15 à moins de 50	31	29	38	36,0	57***	58,5***	81***	77,5***
50 à moins de 100	14	13	18	16,0	75	74,5	42	51,5
100 à moins de 250	9	11	11	14,0	86	88,5	25	25,5
250 à moins de 400	8	6	10	7,5	96	96,0	14	11,5
400 à moins de 800	3	3	4	4,0	100	100,0	3	4,0
	80	80	100	100	-	-	-	-

\*

OBSERVATIONS \*\*\* se lit comme suit :

En 1982, 58,5 % de la population tire à moins de 50 000 exemplaires contre 57 % en 1981.

En 1982, 77,5 % de la population tire à plus de 15 000 exemplaires contre 81 % en 1981.

EVOLUTION DES TIRAGES,  
DIFFUSIONS ET CHIFFRE D'AFFAIRES  
( 1982 - 1983 )

Les premières réponses parvenues à l'enquête concernant l'année 1983 ont fait l'objet d'une étude comparative, titre à titre, sur un ensemble à valeur d'échantillon représentatif de ce type de presse (1). Cette étude (2) décrit une évolution entre les deux derniers résultats disponibles mais ne constitue pas une observation globale de la catégorie.

## I - NOMBRE DE PARUTIONS - TIRAGES - CONSOMMATION DE PAPIER

Nombre de parutions moyen en 1982 : 306 parutions  
en 1983 : 307 parutions

VARIABLES	ECART 1983 / 1982 EN %
TIRAGE MOYEN AU NUMERO .....	+ 0,42 %
TIRAGE TOTAL ANNUEL .....	+ 1,10 %
CONSOMMATION DE PAPIER .....	+ 0,15 %

(1) Echantillon : 35 % du Tirage Total Annuel de l'ensemble des titres, et tirage moyen au numéro identique à la moyenne des 80 titres.

(2) Etude réalisée en francs courants.

**II - DIFFUSION**

**A / En pourcentage par type de diffusion**

DIFFUSION ANNEE	VENTE AU NUMERO	VENTE PAR ABONNEMENT	DIFFUSION PAYEE	SERVICES GRATUITS	INVENDUS
1982	65,18 %	20,56 %	85,74 %	3,52 %	10,74 %
1983	65,73 %	20,04 %	85,77 %	3,49 %	10,74 %
ECART 83 / 82	+ 0,84 %	- 2,53 %	+ 0,03 %	- 0,85 %	0

**B / En nombre d'exemplaires**

Ecart en % 83/82 du volume annuel de diffusion payée en exemplaires : + 1,14 %

**III - PRIX DE VENTE AU NUMERO ET A L'ABONNEMENT**

VARIABLES	ANNEE		ECART EN %
	1982	1983	
PRIX DE VENTE MOYEN AU NUMERO	2,56 F	2,83 F	+ 10,55 %
PRIX DE VENTE MOYEN A L'ABONNEMENT	639,24 F	719,30 F	+ 12,52 %

**IV - CHARGES**

→	FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	FRAIS D'IMPRESSION	TOTAL DES DEUX POSTES	FRAIS DE REDACTION	TOTAL DES TROIS POSTES
ECART EN % 1983/1982	+ 5,33 %	+ 9,78 %	+ 8 %	+ 9,74 %	+ 8,53 %

**V - PRODUITS**

**A / Répartition des recettes en pourcentage pour 1983**

Recettes de vente au numéro : 80,29 %  
 Recettes de vente par abonnement : 19,71 %  
 Total des recettes de vente : 100,00 %

**B / Evolution 1983 / 1982**

RECETTES DE VENTE AU NUMERO	+ 15,50 %
RECETTES DE VENTE A L'ABONNEMENT	
RECETTES DE PUBLICITE	+ 15,28 %
RECETTES DE PETITES ANNONCES	
TOTAL DES RECETTES	+ 15,41 %

## VI - CHARGES ET PRODUITS A L'EXEMPLAIRE TIRE

En francs courants Hors Taxes

VARIABLES	ANNEES		ECART EN %
	1 9 8 '2	1 9 8 3	
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	0,48 F	0,50 F	+ 4,17 %
FRAIS D'IMPRESSION	0,72 F	0,78 F	+ 8,33 %
FRAIS DE REDACTION	0,52 F	0,57 F	+ 9,62 %
RECETTES DE VENTE (au numéro + abonnement)	2,04 F	2,33 F	+ 14,22 %
RECETTES DE PUBLICITE (1)	1,28 F	1,46 F	+ 14,06 %

(1) Y compris les petites annonces.

Les premiers résultats de cette étude montrent que l'année 1983, année d'élections municipales, fut, dans l'ensemble, plus favorable à la presse quotidienne régionale et départementale que l'année précédente.

Les chiffres de tirage sont en très légère progression (+ 0,42 %, + 1,10 %) alors qu'une baisse avait été constatée de 1981 à 1982 (Presse et Statistiques N° 8 page 73) ; la consommation de papier n'augmente que dans une moindre proportion (+ 0,15 %), phénomène confirmé par l'évolution constatée du poste "frais d'achat de papier".

L'écart observé entre l'évolution du tirage total annuel (+ 1,10 %) et celle de la consommation de papier (+ 0,15 %) est plus ample que celui constaté sur l'étude 1981-1982. Cet écart semblerait traduire une tendance à la baisse de la consommation de papier, donc de la pagination moyenne de l'ensemble des titres.

Les autres charges (frais d'impression, frais de rédaction) ont légèrement augmenté en francs constants. Les recettes de vente et de publicité ont à l'inverse, progressé à un rythme supérieur à l'inflation. Le volume des ventes (ventes au numéro et par abonnement) est en augmentation (+ 1,14 %). Cette augmentation s'accompagne d'une baisse du pourcentage de la vente par abonnement au profit de celui de la vente au numéro, phénomène probablement dû au scrutin du printemps 1983.

Les quatre études chronologiques sur les périodiques "grand public" ont été réalisées à partir des réponses aux enquêtes successivement effectuées durant la période considérée.

Les deux premières études sur les news magazines et la presse télévision portent respectivement sur 7 années et 11 années d'observation comprises entre 1965 et 1982.

L'étude sur la presse féminine et l'échantillon de magazines est bâtie sur l'observation de l'évolution des valeurs moyennes 1966-1967 et 1981-1982.

Les valeurs figurant dans les tableaux sont des indices calculés à partir d'évaluations faites en francs constants 1982.

## D1 LES NEWS MAGAZINES

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

- A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO
- B - TIRAGE TOTAL ANNUEL
- C - REPARTITION DE LA DIFFUSION
- D - PRIX DE VENTE AU NUMERO
- E - PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT
- F - ELEMENTS DU PRIX DE REVIENT
- G - RECETTES TOTALES DE VENTE ET DE PUBLICITE
- H - EVOLUTION RECETTES PUBLICITAIRES - PETITES ANNONCES
- I - COUTS ET RECETTES A L'EXEMPLAIRE TIRE
- J - DISPERSION AUTOUR DES VALEURS MOYENNES - EVOLUTION 1965/1982 ET 1978/1982

### TABLEAUX A ET B

L'évolution des indices de ces tableaux révèle une progression remarquable du tirage des news magazines et ce, jusqu'en 1978, année à compter de laquelle la tendance s'inverse quel que soit le nombre des titres étudiés.

### TABLEAU C

La structure de la diffusion payée (ventes au numéro et par abonnement) s'inverse sur les 15 années observées, la part de vente à l'abonnement passant 17,06 % à 46,70 % ; parallèlement la forte baisse de la part de services gratuits, et la diminution du pourcentage d'invendus démontre l'efficacité de la politique de promotion des abonnements poursuivie par l'ensemble de ces titres dont la vente au numéro est tributaire de l'actualité générale et politique.

En volume, l'évolution pour 3 titres, du nombre des abonnés est similaire mais plus significative encore (1965 : 85.000 abonnés ; 1982 : 540.000 abonnés).

Pour la vente au numéro la baisse du pourcentage qui passe de 47,68 % à 26,05 % ne signifie pas que le volume des exemplaires vendus ait chuté (1965 : 12,2 millions d'exemplaires / an ; 1982 : 15,7 millions d'exemplaires / an).

A cette évolution observée sur les valeurs extrêmes du tableau, il convient de signaler les excellents résultats de l'année 1978, déjà repérés à partir des tirages (18,2 millions d'exemplaires vendus au numéro pour 630.000 abonnés).

#### TABLEAUX D ET E

Les prix à l'abonnement observés sur une population de 3 titres et sur une population de 4 titres, diminuent en francs constants depuis 1978 et dans des proportions identiques.

Les chiffres présentés dans le tableau "Abonnements" ne prennent pas en compte les diverses réductions de tarif souvent offertes par les news magazines.

Concernant les prix de vente au numéro, l'observation de la dispersion des valeurs, sur les années 1966 à 1978 révèle un alignement strict des prix entre les trois titres. Pour les années plus récentes, les prix de vente au numéro de ces titres ont connu des évolutions divergentes. (Pour la définition du coefficient de variation qui donne la mesure de la dispersion des valeurs -cf. Tableau J-).

#### TABLEAU F

La diminution de la consommation de papier de 1978 à 1982 n'est pas uniquement imputable à la baisse du tirage mais semble aussi résulter, compte tenu de la baisse moins importante des achats de papier, de l'utilisation des stocks de papier existants.

Cette diminution s'explique également par la baisse de la pagination moyenne comme semble l'attester la baisse de 14 % du poids moyen de l'exemplaire entre 1978 et 1982 (de 336 grammes à 288 grammes).

#### TABLEAU G

L'évolution des recettes de vente entre 1971 et 1982 est conforme à celle observée au tableau C pour les volumes vendus, et quel que soit le nombre de titres considéré.

A l'inverse de toutes les observations faites dans cette étude, l'année 1978 ne constitue pas pour le chiffre d'affaires total (1) de publicité une année charnière puisque la progression est ininterrompue entre 1965 (70 millions de Francs 1982) et 1982 (450 millions de Francs)(2).

(1) Recettes publicité - recettes petites annonces  
cf. Tableau H

(2) Chiffres valables pour 3 titres.

#### TABLEAU H

En 1978 et 1982, la part relative des petites annonces a doublé et sa valeur en francs 1982 a plus que doublé si l'on considère uniquement 3 titres et triplé pour l'ensemble des 4 titres.

#### TABLEAU I

Les chiffres présentés sur ce tableau prennent en compte la plupart des éléments d'exploitation ; ils sont de plus calculés "pour un exemplaire tiré". Certaines évolutions précédemment observées sont ainsi atténuées (Ex. : les recettes de publicité pour 3 titres entre 1965 et 1982 progressent de 100 à 629 en données globales (Tableau G) mais seulement de 100 à 266 pour les données calculées à l'exemplaire tiré).

#### TABLEAU J

Les coefficients de variation traduisent l'évolution dans le temps de la dispersion des valeurs observées pour chacune des variables figurant au tableau autour de la valeur moyenne. De 1965 à 1978, et pour toutes les variables observées, les valeurs se sont rapprochées des valeurs moyennes, puis se sont à nouveau dispersées à compter de 1978.

NEWS MAGAZINES

A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO

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

B - TIRAGE TOTAL ANNUEL

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

NEWS MAGAZINES

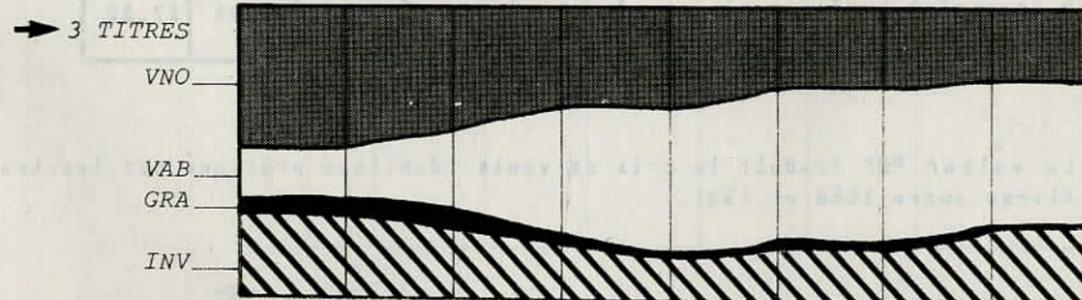
C - REPARTITION DE LA DIFFUSION

en pourcentage

3 TITRES →	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982
VNO	47,68	42,05	35,45	35,01	28,05	28,50	25,49	26,05
VAB	17,06	25,38	42,42	48,74	51,59	51,11	48,13	46,70
GRA	6,46	9,98	3,92	2,58	2,96	3,30	2,73	1,48
INV	28,80	22,59	18,22	13,67	17,40	17,09	23,65	25,77
TOTAL	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
VNO					32,57	32,35	29,72	29,41
VAB					46,32	46,65	45,84	45,23
GRA					2,56	2,76	2,24	1,35
INV					18,55	18,24	22,20	24,01
TOTAL					100,00	100,00	100,00	100,00

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



NEWS MAGAZINES

D - PRIX DE VENTE AU NUMERO

en indice - franc constant 1982

	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1981	1982
3 TITRES	100	124	136	147	154	156	163	162
				100	104	106	110	110
					100	104	104	104
						100	100	100
4 TITRES					100	100	102	104
						100	102	104
							100	102

Coefficients de variation

3 TITRES	25,75	0	0	0	0	0	16,84	17,32
----------	-------	---	---	---	---	---	-------	-------

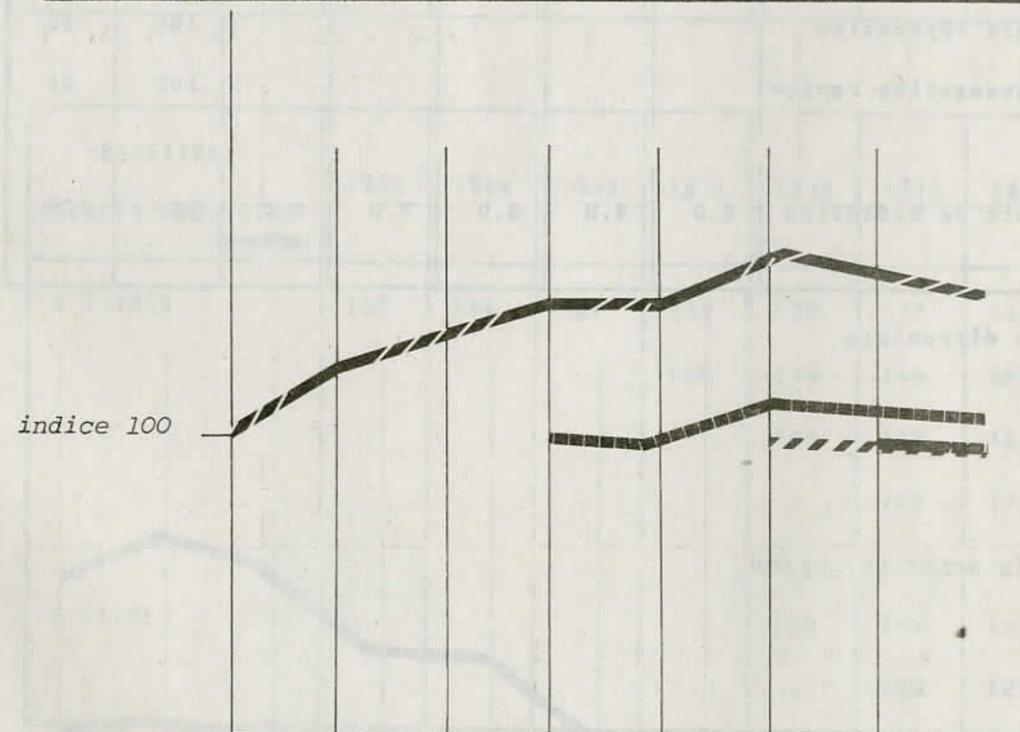
**N.B.** : La valeur "0" traduit le prix de vente identique pratiqué par les trois titres entre 1966 et 1981.

NEWS MAGAZINES

E - PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT

en indice - franc constant 1982

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



→ 3 TITRES

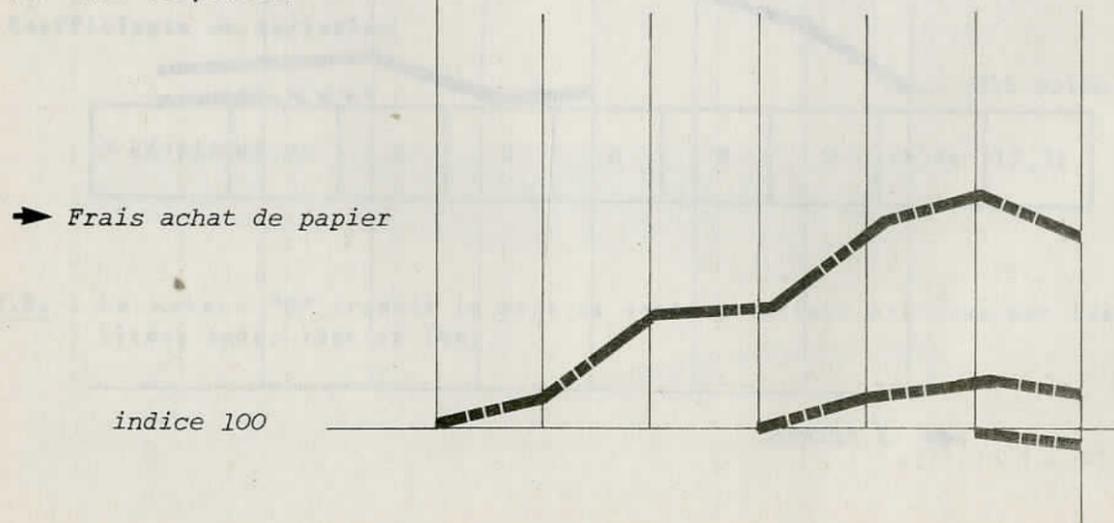
NEWS MAGAZINES

F - ELEMENTS DU PRIX DE REVIENT

en indice - franc constant 1982  
en tonne

3 TITRES →	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982
Frais Achat Papier	100	142	249	265	361	412	365
Frais Impression	100	152	238	219	306	336	321
Consommation Papier	100	133	250	311	385	423	342
Frais Achat Papier				100	137	156	138
Frais Impression				100	140	154	147
Consommation Papier				100	124	136	110
Frais Achat Papier						100	89
Frais Impression						100	95
Consommation Papier						100	81
Frais de Rédaction	N.D	N.D	N.D	N.D	N.D	100	101

N.D Non disponible



NEWS MAGAZINES

G - RECETTES TOTALES DE VENTE ET DE PUBLICITE

en indice - franc constant 1982

RECETTES TOTALES VENTE →	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982
3 TITRES	N.D	N.D	N.D	100	129	160	133
					100	124	104
						100	84
4 TITRES					100	131	117
						100	89

RECETTES TOTALES PUBLICITE →	1965	1966	1969	1971	1976	1978	1982
3 TITRES	100	144	289	373	439	522	629
				100	118	140	168
					100	119	143
						100	121
4 TITRES					100	119	152
						100	127

N.D : Non disponible

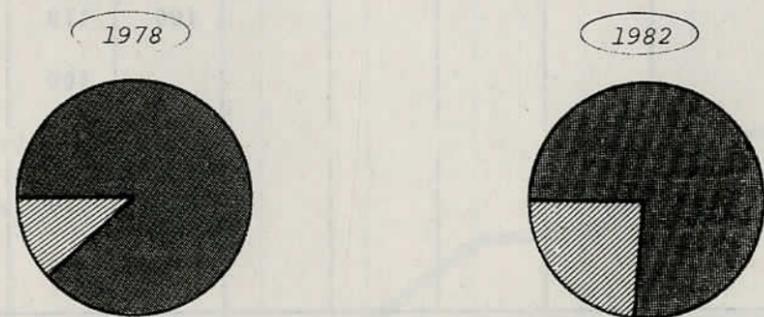
H - EVOLUTION RECETTES PUBLICITAIRES / PETITES ANNONCES

en indice - franc constant 1982  
en pourcentage du total des recettes

→ 3 TITRES	en %		en francs	
	1978	1982	1978	1982
RECETTES PUBLICITE	88,28 %	76,52 %	100	105
RECETTES PETITES ANNONCES	11,72 %	23,48 %	100	241
RECETTES TOTALES PUBLICITE	100,00 %	100,00 %	100	121

→ 4 TITRES	en %		en francs	
	1978	1982	1978	1982
RECETTES PUBLICITE	90,25 %	77,21 %	100	109
RECETTES PETITES ANNONCES	9,75 %	22,79 %	100	298
RECETTES TOTALES PUBLICITE	100,00 %	100,00 %	100	127

→ 3 TITRES



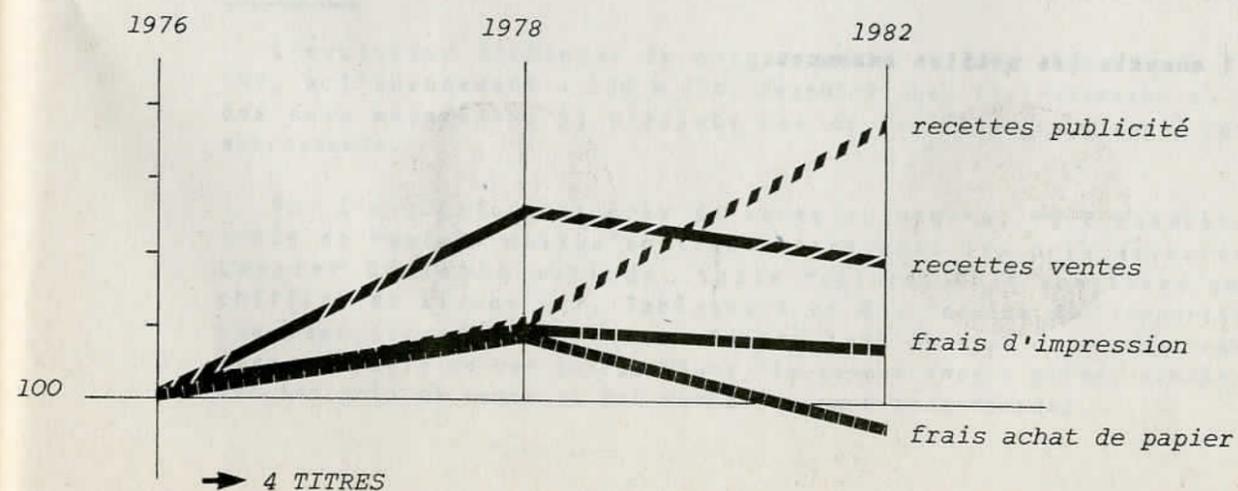
 Recettes petites annonces  
 Recettes publicité

I - COUTS ET RECETTES A L'EXEMPLAIRE TIRE

en indice - franc constant 1982

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

N.D : Non disponible



→ 4 TITRES

NEWS MAGAZINES

J - DISPERSION AUTOUR DES VALEURS MOYENNES

en indice - franc constant 1982  
- en tonne

3 TITRES	COEFFICIENT DE VARIATION		
	1 9 6 5	1 9 7 8	1 9 8 2
TIRAGE MOYEN AU NUMERO	92,05	61,96	62,49
VENTE AU NUMERO / AN	130,05	83,67	85,22
VENTE PAR ABONNEMENT / AN	73,36	61,62	64,80
FRAIS D'IMPRESSION	100,69	74,99	78,88
RECETTES PUBLICITE (1)	136,31	87,76	100,55
CONSUMMATION DE PAPIER	130,16	79,32	76,67

(1) Y compris les petites annonces.

D 2

LA PRESSE TELEVISION

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

- A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO
- B - TIRAGE TOTAL ANNUEL
- C - REPARTITION DE LA DIFFUSION
- D - PRIX DE VENTE - NUMERO ET ABONNEMENT
- E - CONSUMMATION ET FRAIS D'ACHAT DE PAPIER ET D'IMPRESSION
- F - RECETTES DE VENTE ET DE PUBLICITE
- G - DISPERSION AUTOUR DES VALEURS MOYENNES - EVOLUTION 1966/1982 ET 1978/1982

TABLEAUX A ET B

En quinze années, les trois titres les plus anciens (TELE 7 JOURS, TELE POCHE et TELERAMA) ont enregistré une augmentation de tirage de 80 points. L'observation des séries d'indices calculés sur 1971, 1978 et 1981 montre, principalement à compter de 1978, un ralentissement de la progression des chiffres de tirage.

TABLEAU C

On peut noter sur ces chiffres la stabilité de la part de la vente au numéro, la croissance continue de la part des abonnements correspondant à une forte augmentation du nombre des abonnés sur la période considérée (180.000 à 730.000) et un meilleur ajustement du tirage à la diffusion (baisse de 4 points de la proportion des invendus).

TABLEAU D

L'évolution distincte de chaque série de prix (au numéro : 100 à 140, à l'abonnement : 100 à 174) démontre que, contrairement au marché des news magazines, il n'existe pas de tarification d'appel pour les abonnements.

Sur l'évolution des prix de vente au numéro, 1978 constitue une année de rupture puisqu'en francs constants les prix décroissent à compter de cette période. Cette rupture, déjà constatée sur les chiffres de tirage (cf. Tableaux A et B), résulte de l'apparition de nouveaux titres concurrents. Compte tenu du type d'informations (non événementiel) de ces publications, la concurrence a porté, semble-t-il, sur les prix de vente et non sur le contenu rédactionnel.

**TABLEAU E**

Observée en 1982, l'évolution, à partir de la base 100 en 1971, de la consommation de papier (141), des frais d'achat de papier (172), des frais d'impression (132) montre une augmentation certaine de la pagination.

Ici encore, une rupture dans cette évolution est à noter en 1978.

**TABLEAU F**

La presse télévision, comptant parmi ses titres les deux plus fortes progressions de la diffusion de la presse magazine, il en résulte que les recettes de vente ont, notamment sur les années 1971 à 1982, augmenté plus que proportionnellement à l'augmentation des prix de vente (100 à 234 contre 100 à 117).

Le succès observé sur les ventes se trouve confirmé par l'évolution des recettes publicitaires (100 à 185 sur la même période).

**TABLEAU G**

Le coefficient de variation traduit l'évolution dans le temps de la dispersion des valeurs observées pour chacune des variables figurant dans ce tableau autour de chaque valeur moyenne.

**PRESSE TELEVISION****A - TIRAGE TOTAL AU NUMERO**

→	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982
3 TITRES	100	110	116	135	138	146	152	156	172	177	179
					100	106	110	113	125	128	130
									100	103	104
										100	101
4 TITRES					100	105	107				

**B - TIRAGE TOTAL ANNUEL**

→	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982
3 TITRES	100	109	106	134	137	145	147	154	171	176	177
					100	106	107	112	125	128	130
									100	103	104
										100	101
4 TITRES					100	105	105				

PRESSE TELEVISION

C - REPARTITION DE LA DIFFUSION

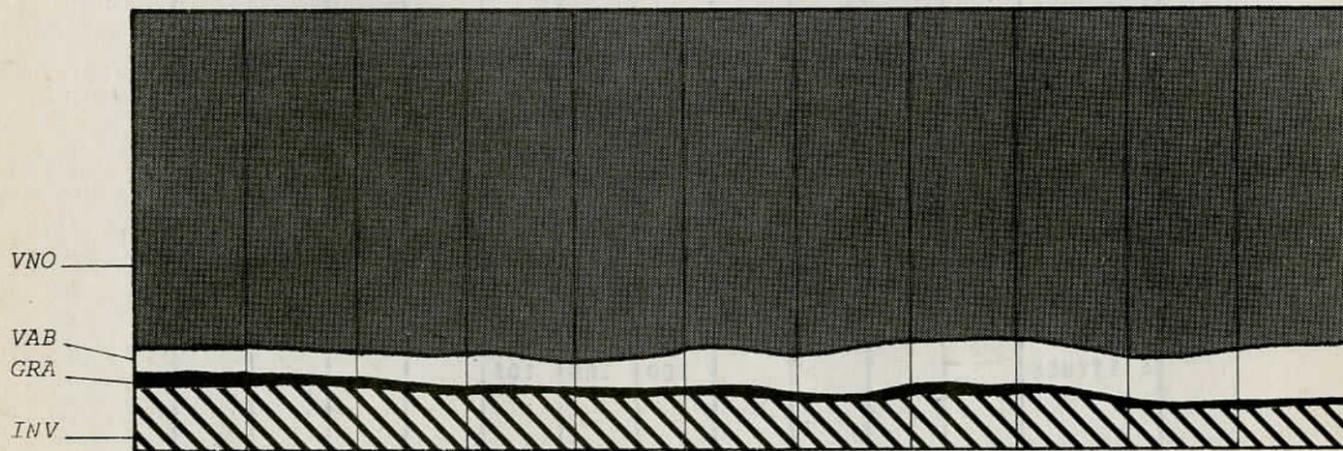
3 TITRES	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982
VNO	76,38 %	78,32 %	78,18 %	79,51 %	76,93 %	77,59 %	74,81 %	75,46 %	77,88 %	76,21 %	75,02 %
VAB	5,70 %	5,86 %	7,29 %	5,90 %	8,35 %	8,18 %	9,09 %	10,02 %	10,27 %	12,23 %	12,89 %
GRA	2,03 %	1,17 %	0,80 %	1,55 %	0,71 %	0,61 %	1,83 %	0,31 %	0,69 %	0,36 %	0,33 %
INV	15,89 %	14,65 %	13,73 %	13,04 %	14,01 %	13,61 %	14,27 %	14,21 %	11,16 %	11,21 %	11,76 %
TOTAL	100,00 %	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



PRESSE TELEVISION

D - PRIX DE VENTE AU NUMERO

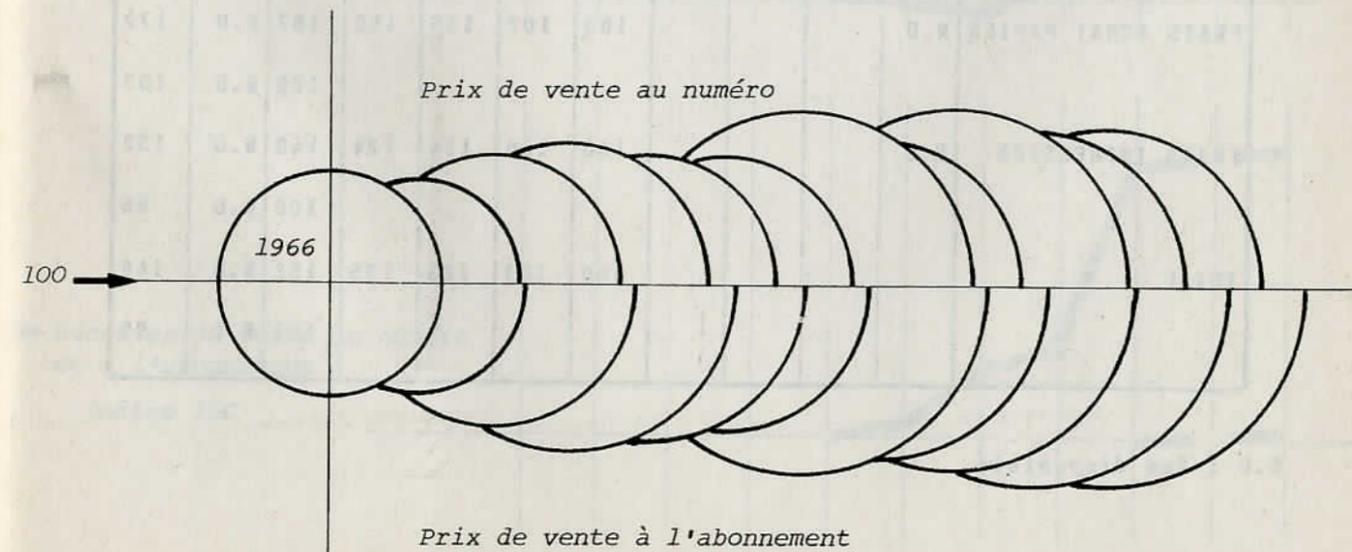
en indice - franc constant 1982

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

PRIX DE VENTE A L'ABONNEMENT

en indice - franc constant 1982

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



E.1 - CONSOMMATION DE PAPIER (en tonnes)

en indice

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

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
FRAIS ACHAT PAPIER	N.D				100	102	135	150	167	N.D	172
									100	N.D	103
FRAIS IMPRESSION	N.D				100	106	114	124	140	N.D	132
									100	N.D	95
TOTAL					100	103	123	135	152	N.D	149
									100	N.D	99

N.D : Non disponible

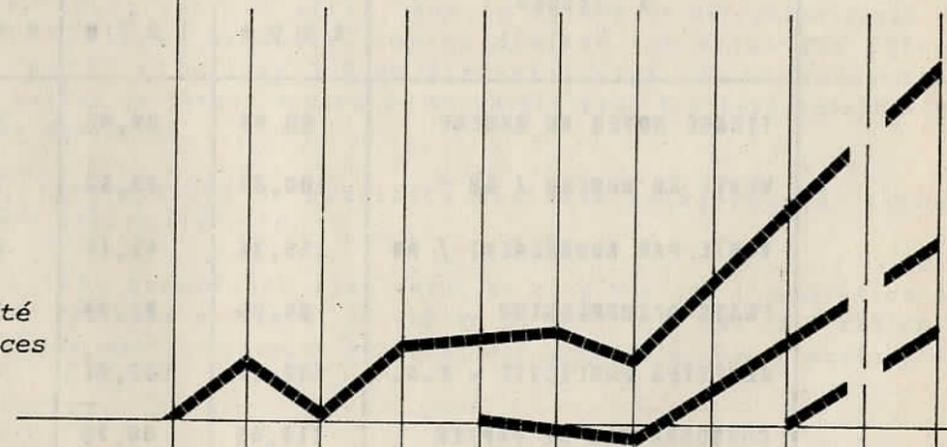
F - RECETTES PUBLICITE + PETITES ANNONCES / RECETTES DE VENTE

en indice - franc constant 1982

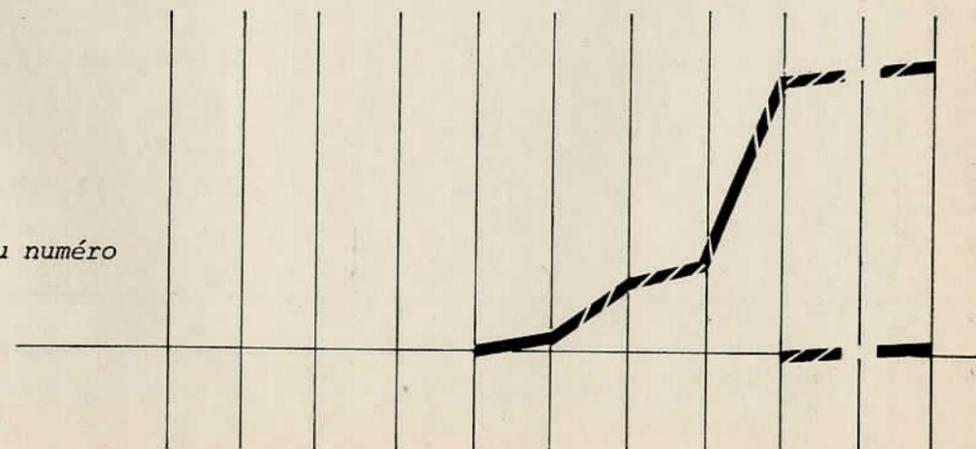
3 TITRES →	1966	1967	1968	1970	1971	1972	1974	1976	1978	1981	1982
RECETTES DE PUBLICITE ET PETITES ANNONCES	100	126	105	136	141	139	131	162	201	N.D	260
					100	99	93	115	143	N.D	185
									100	N.D	129
RECETTES DE VENTE AU NUMERO ET A L'ABONNEMENT	N.D				100	106	131	142	226	N.D	234
									100	N.D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

N.D : Non disponible

→ Recettes de publicité et de petites annonces  
indice 100



→ Recettes de vente au numéro et à l'abonnement  
indice 100



PRESSE TELEVISION

G - DISPERSION AUTOUR DES VALEURS MOYENNES

en indice - franc constant 1982

3 TITRES	COEFFICIENT DE VARIATION		
	1 9 6 6	1 9 7 8	1 9 8 2
TIRAGE MOYEN AU NUMERO	90,99	69,80	66,86
VENTE AU NUMERO / AN	100,37	79,43	76,89
VENTE PAR ABONNEMENT / AN	55,34	41,14	53,71
FRAIS D'IMPRESSION	85,05	81,27	69,15
RECETTES PUBLICITE + P.A.	162,22	102,91	80,68
CONSUMMATION DE PAPIER	113,65	86,70	84,25

**D3** LA PRESSE FEMININE

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

L'évolution du tirage, des prix de vente, des prix de revient, des recettes de publicité et de la structure de diffusion de la presse féminine est étudiée sur deux échantillons distincts de titres, hebdomadaires d'une part (TABLEAU I) et mensuels d'autre part (TABLEAU II), paraissant déjà en 1966 afin de comparer les moyennes annuelles 1966-1967 et 1981-1982.

Le rapprochement des deux tableaux laisse apparaître des modifications très différentes de la diffusion payée, en volume, ainsi que des recettes de publicité. On peut observer, en effet, que le volume de diffusion payée de l'échantillon des titres mensuels a moins diminué que celui des titres hebdomadaires (perte d'environ 3 % de diffusion payée dans chaque cas, appliquée à une baisse de tirage annuel de 40 points pour les hebdomadaires et 11 points pour les mensuels).

En outre, les recettes de publicité des deux catégories de titres évoluent de manière très différente.

Ces deux points permettent simplement de conclure que l'apparition de nouveaux magazines féminins mensuels, à compter de 1970, n'a pas fait obstacle à la diffusion payée des titres plus anciens, non plus qu'à leurs recettes de publicité.

PRESSE FEMININE

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

I - HEBDOMADAIRES

Evolution d'un échantillon représentant 80 % du tirage total annuel 1982 de cette catégorie de titres.

en indice - franc constant 1982

→	MOYENNE 1966 - 1967	MOYENNE 1981 - 1982
TIRAGE TOTAL AU NUMERO	100	60
TIRAGE TOTAL ANNUEL	100	60
PRIX DE VENTE AU NUMERO	100	131
PRIX DE VENTE ABONNEMENT	100	129
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER } + FRAIS D'IMPRESSION }	100	62
CONSUMMATION DE PAPIER	100	47
RECETTES PUBLICITE	100	47

STRUCTURE DE LA DIFFUSION		
VENTE AU NUMERO	72,56 %	63,48 %
VENTE A L'ABONNEMENT	9,81 %	14,39 %
SERVICE GRATUIT	0,41 %	2,83 %
INVENDUS	17,22 %	19,30 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %

PRESSE FEMININE

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

II - MENSUELS

Evolution d'un échantillon représentant 50 % du tirage total annuel 1982 de cette catégorie de titres.

en indice - franc constant 1982

→	MOYENNE 1966 - 1967	MOYENNE 1981 - 1982
TIRAGE TOTAL AU NUMERO	100	81
TIRAGE TOTAL ANNUEL	100	89
PRIX DE VENTE AU NUMERO	100	148
PRIX DE VENTE ABONNEMENT	100	162
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER } + FRAIS D'IMPRESSION }	100	82
CONSUMMATION DE PAPIER	100	66
RECETTES PUBLICITE	100	110

STRUCTURE DE LA DIFFUSION		
VENTE AU NUMERO	75,64 %	67,79 %
VENTE A L'ABONNEMENT	10,02 %	14,86 %
SERVICE GRATUIT	1,24 %	1,34 %
INVENDU	13,10 %	16,01 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

I - HEBDOMADAIRES

Evolution d'un échantillon représentant 55 % du tirage total annuel 1982 des catégories de presse suivantes : Presse du Coeur, Presse magazine autre que News, Presse à sensation tout public, Presse Sportive (Hippisme et Sport Mécanique), Presse de Loisirs (Jeux Détente).

en indice - franc constant 1982

→	MOYENNE 1966 - 1967	MOYENNE 1981 - 1982
TIRAGE TOTAL AU NUMERO	100	75
TIRAGE TOTAL ANNUEL	100	75
PRIX DE VENTE AU NUMERO	100	143
PRIX DE VENTE ABONNEMENT	100	148
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	100	60
FRAIS D'IMPRESSION	100	62
CONSUMMATION DE PAPIER	100	58
RECETTES PUBLICITE	100	68

STRUCTURE DE LA DIFFUSION		
VENTE AU NUMERO	76,53 %	66,42 %
VENTE A L'ABONNEMENT	6,18 %	11,75 %
SERVICE GRATUIT	1,05 %	2,13 %
INVENDU	16,24 %	19,70 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %

(ETUDE CHRONOLOGIQUE)

II - MENSUELS / BI-MENSUELS

Evolution d'un échantillon représentant 25 % du tirage total annuel des catégories de presse suivantes : Presse des Jeunes - Adolescents, Presse de Culture, Presse de Vulgarisation Scientifique, Presse Familiale et Sociale, Presse Masculine, Presse de Loisirs autres.

en indice - franc constant 1982

→	MOYENNE 1966 - 1967	MOYENNE 1981 - 1982
TIRAGE TOTAL AU NUMERO	100	82
TIRAGE TOTAL ANNUEL	100	88
PRIX DE VENTE AU NUMERO	100	100
PRIX DE VENTE ABONNEMENT	100	97
FRAIS D'ACHAT DE PAPIER	100	67
FRAIS D'IMPRESSION	100	65
CONSUMMATION DE PAPIER	100	64
RECETTES PUBLICITE	100	80

STRUCTURE DE LA DIFFUSION		
VENTE AU NUMERO	43,02 %	35,30 %
VENTE A L'ABONNEMENT	46,64 %	48,53 %
SERVICE GRATUIT	0,49 %	1,92 %
INVENDU	9,85 %	14,25 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %

