

# CHIFFRES CLES DE LA PRESSE

CHIFFRES CLES DE LA PRESSE  
1982 / 1990  
CHIFFRES PRESSE

MINISTRE DE LA COMMUNICATION



SERVICE JURIDIQUE  
ET TECHNIQUE  
DE L'INFORMATION

Avril 1991

**V**oici "l'état de la presse" en 1990, selon "l'enquête rapide" que le Service Juridique et Technique de l'Information (SJTI) a réalisée pour la première fois cette année, mesuré par sept "chiffres-clés" : le tirage, la diffusion, le chiffre d'affaires, ce dernier étant éclaté en quatre rubriques, les ventes au numéro, les ventes par abonnement, les recettes publicitaires, les petites annonces.

La formule des chiffres-clés a été inaugurée en décembre 1989. Mais établis à partir de l'enquête annuelle détaillée, dont l'exploitation est longue et complexe, ils ne pouvaient être disponibles au plus tôt que 11 mois après la fin de l'année d'observation.

Pour raccourcir les délais, une autre démarche a donc été imaginée : demander à un échantillon d'entreprises de fractionner leur réponse, en établissant en priorité la réponse aux indicateurs d'activité. Elle s'est concrétisée sous la forme d'un formulaire spécifique, "l'enquête-rapide", envoyé à un échantillon de 750 entreprises sur les 3000 constituant le champ de l'enquête, représentant plus de 80 % du chiffre d'affaires du secteur (100 % pour les quotidiens).

Grâce à cet effort, les chiffres-clé de l'année écoulée peuvent être publiés dans les quatre mois qui la suivent, comme les données dont disposent les NMPP pour leurs clients, l'IREP, pour les recettes publicitaires, ou, bientôt, l'OJD pour les données générales de diffusion de ses adhérents.

Nouvelle étape dans l'amélioration de l'information statistique, les chiffres-clé 90 offrent aux titres un instrument de cadrage utile au suivi de leur propre tableau de bord. Seules à couvrir l'ensemble des modes de distribution et à mesurer à la fois l'évolution de l'activité physique et l'activité financière sous ses deux formes, ventes et publicité, ces données présentent pour la profession, pour l'administration et les chercheurs une photographie de la presse et un cadre de référence pour l'analyse.

Cette formule des chiffres-clés est en outre plus riche. Grâce à l'accroissement de la taille de l'échantillon, les données de certaines sous-catégories - la presse TV spectacle, la presse féminine ... - ont pu être calculées avec une bonne précision. La conception de la plaquette a donc été complètement repensée.

Les résultats 1990 comme ceux de 1989 sont encore provisoires jusqu'à la publication des résultats de l'enquête détaillée dans les Tableaux Statistiques de la Presse. Ceux-ci seront disponibles à la Documentation Française, pour les résultats 89, en septembre prochain, pour les résultats 90 au printemps 1992.



Thierry LE ROY  
Chef du Service Juridique et Technique  
de l'Information

Légère hausse en 1990 de la **diffusion** de la presse éditeur : + 1,6 %. Après trois années de baisse en 1987, 1988 et 1989, la presse montre, selon cet indicateur physique - le nombre total annuel d'exemplaires diffusés - une certaine reprise.

La situation est l'addition des évolutions très diverses des différentes catégories de la presse.

Les quotidiens qui représentent plus de 50 % de la diffusion totale, sont en légère baisse, malgré l'actualité riche en évènements : - 0,8 % pour les quotidiens nationaux, - 0,4 % pour les quotidiens locaux.

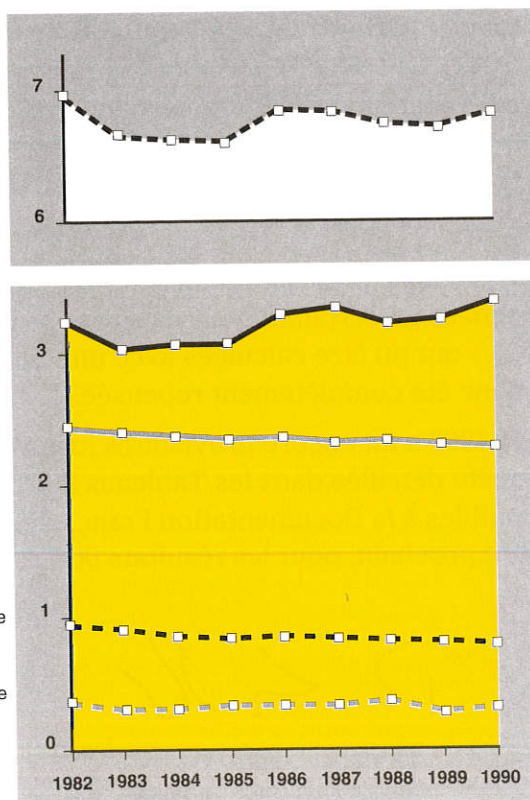
La presse spécialisée grand public et la presse spécialisée technique et professionnelle sont en revanche en progression, respectivement + 3,4 % et + 1,2 %, marquant une nette reprise par rapport aux années antérieures.

Dans la presse spécialisée grand public, les deux catégories qui pèsent le plus lourd en terme de diffusion totale annuelle sont en progression : la presse "TV spectacle" se développe comme l'ensemble de la catégorie (+ 3,6 %), la presse féminine en revanche progresse rapidement (+ 7,1 %).

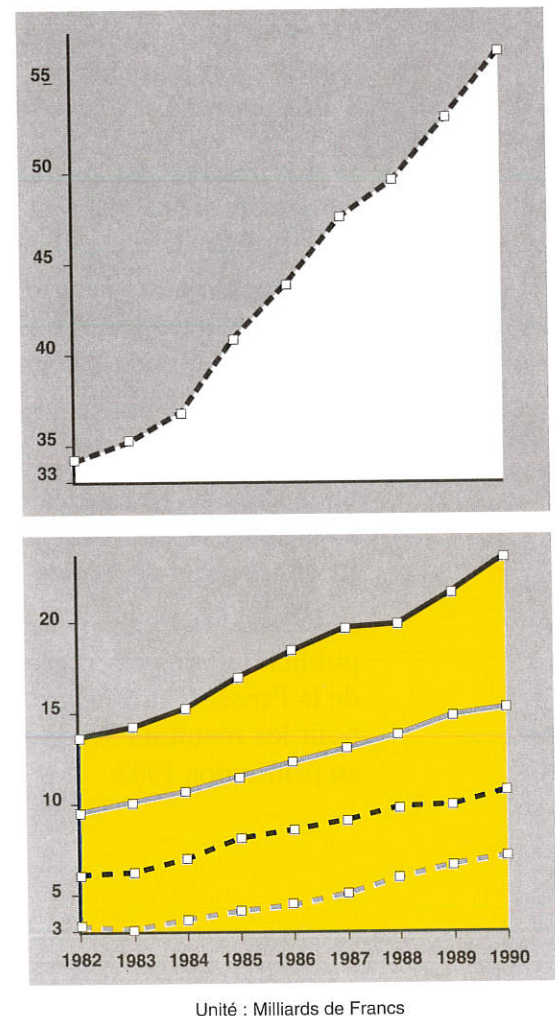
Dans la presse spécialisée technique et professionnelle, on observe une nette croissance de la presse médicale (+ 6,8 %), un faible accroissement de la presse "BTP" (+ 1,4 %) ... A l'inverse, la diffusion de la presse des services marchands baisse légèrement (- 0,5 %).

La signification de cet indicateur reste limitée : il faudrait disposer d'une répartition des titres par périodicité, ce que, cette année, l'enquête ne permet pas. L'analyse de l'évolution du chiffre d'affaires et de ses composantes est plus riche d'enseignements.

### Diffusion



### Chiffre d'affaires total



Le **chiffre d'affaires** de la presse éditeur connaît, en 1990, une croissance très voisine de celle des années précédentes (+ 6,9 %), mais cet accroissement a été obtenu dans des conditions fort différentes.

Le trait marquant, c'est le net ralentissement de la croissance des **recettes publicitaires**. Celles-ci n'augmentent en 1990 que de 8,4 %. Augmentation encore élevée, mais beaucoup plus faible que celle connue en 1989 (+ 13 %), ou en 1988 (+ 12,7 %).

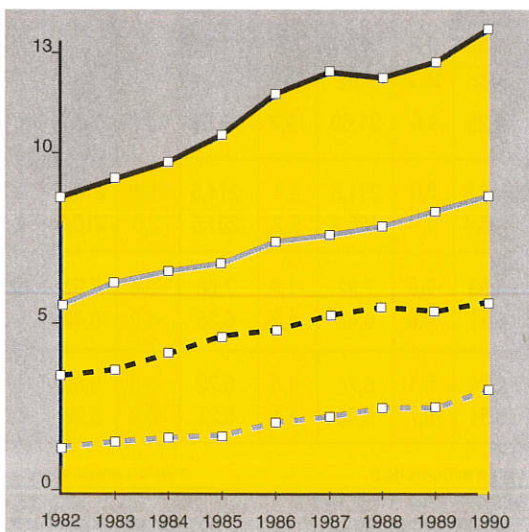
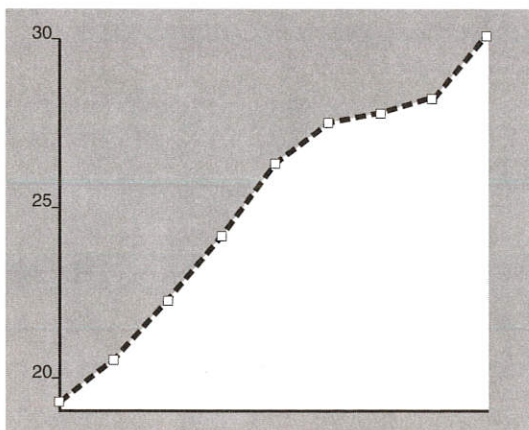
Le ralentissement est marqué dans toutes les catégories, à l'exception d'une notable, la presse gratuite. L'augmentation des recettes publicitaires (y compris petites annonces) est presque partout divisée par deux. Pour les quotidiens nationaux, + 6,1% en 1990, contre + 12,4 % l'année précédente. Pour les quotidiens locaux + 5 % contre 11,5 %.

Dans la presse spécialisée, la situation est voisine : pour la presse spécialisée grand public hors gratuits d'annonces, l'augmentation est de + 6,9 % contre + 11,8 %, pour la presse spécialisée technique et professionnelle, + 7,4 % contre + 15 %.

Seuls les gratuits d'annonces connaissent un développement qui ne se ralentit pas : + 21,6 % contre + 21 % en 1989. Pour cette catégorie, les années 1989 et 1990 marquent une nette rupture avec la période précédente, où leur développement suivait celui des recettes publicitaires de la presse.

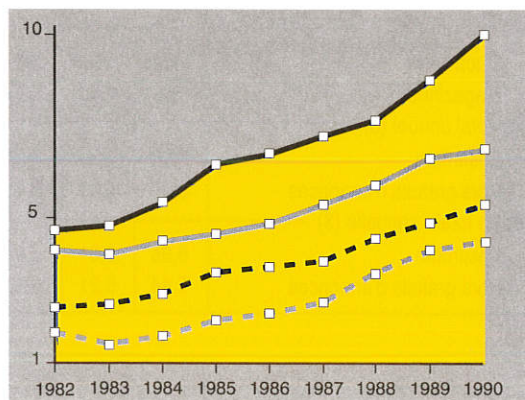
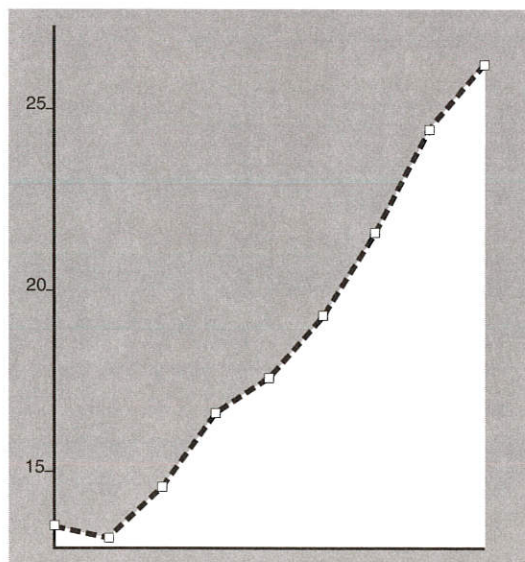
Le constat est encore plus clair, si on n'observe que les recettes de publicité commerciale proprement dite (+ 7,4 % en 1990). Les petites annonces, deuxième composante des recettes publicitaires, ont en effet maintenu une croissance encore élevée, + 14,1 % pour l'ensemble de la presse.

### Ventes



Unité : Milliards de Francs

### Publicité



Unité : Milliards de Francs

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

Les **ventes** de la presse éditeur ont progressé de 6 % à un taux voisin de celui de la publicité, ce qui n'était jamais arrivé depuis 1982, l'année 1985 mise à part.

Les ventes de quotidiens nationaux se sont redressées + 1 % contre - 7,8 % en 1989, celles des quotidiens régionaux se ralentissent : + 2,1 % contre + 4,2% en 1989. L'évolution des ventes au numéro et celle des abonnements sont divergentes : dans les deux catégories, les ventes sur abonnement sont en progression, pour les quotidiens nationaux, la progression est très importante : + 12,1 %

Les ventes de la presse spécialisée grand public progressent (+ 7,3 %) mais plus faiblement que l'année précédente. Là encore, ce sont les abonnements qui expliquent la plus grande part de l'accroissement.

On note la bonne tenue de la presse "TV spectacle", - son chiffre d'affaires augmente de + 11,5 % dont 11,3 % pour les recettes publicitaires - de la presse "Famille/Société" (+ 15,5 %).

En revanche, la presse féminine connaît une croissance modérée (+ 6,3 % pour l'ensemble des recettes, + 12,5 % pour les recettes publicitaires), comme la presse économique (+ 2,7 %).

Ces exemples, les seuls pour lesquels le taux de sondage permet des résultats, montrent que le ralentissement des recettes publicitaires n'est pas général : certaines catégories continuent à bénéficier de forts accroissements.

Les ventes de la presse spécialisée technique et professionnelle comme la catégorie précédente ont repris leur développement : + 8,3 % contre + 4,4 % en 1989 avec une bonne progression des abonnements.

Dans cette catégorie, on observe une bonne progression des publications consacrées aux services marchands (+ 8,4 %) qui comprennent les publications consacrées à l'informatique, aux BTP (+ 11,4 %). La presse médicale se développe à un taux bien moindre (+ 3,2 %) en raison d'un fort ralentissement des recettes publicitaires (+ 2,6 %).

## 1 CHIFFRES CLES 1982-1990 TOUS TYPES DE PRESSE REUNIS

	1982	1985	1986	*	1987	*	1988	*	1989 (P)	*	1990 (P)	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>32,81</b>	<b>40,86</b>	<b>43,83</b>	<b>7,3</b>	<b>46,78</b>	<b>6,7</b>	<b>49,63</b>	<b>6,1</b>	<b>53,19</b>	<b>7,2</b>	<b>56,86</b>	<b>6,9</b>
Ventes au numéro	14,01	17,56	19,04	8,4	19,81	4,0	19,77	-0,3	20,12	1,8	21,08	4,7
Ventes par abonnement	5,29	6,55	7,22	10,2	7,72	6,9	8,17	5,8	8,57	4,9	9,25	8,1
<b>Total ventes</b>	<b>19,30</b>	<b>24,11</b>	<b>26,26</b>	<b>8,9</b>	<b>27,53</b>	<b>4,8</b>	<b>27,94</b>	<b>1,5</b>	<b>28,69</b>	<b>2,7</b>	<b>30,33</b>	<b>5,7</b>
Publicité commerciale	10,86	13,58	14,17	4,3	15,33	8,2	16,77	9,4	...	///	...	///
Petites annonces	2,65	3,17	3,40	7,3	3,92	15,2	4,92	25,5	...	///	...	///
<b>Total publicité</b>	<b>13,51</b>	<b>16,75</b>	<b>17,57</b>	<b>4,9</b>	<b>19,25</b>	<b>9,6</b>	<b>21,69</b>	<b>12,7</b>	<b>24,50</b>	<b>13,0</b>	<b>26,53</b>	<b>8,4</b>
<b>Indice des prix (2)</b>												
Quotidiens	145,6	187,6	200,4	6,8	206,5	3,0	211,5	2,4	214,5	1,4	218,2	1,7
Magazines	130,4	164,2	177,4	8,0	186,4	5,1	196,1	5,2	201,5	2,8	210,6	4,5
<b>Tirage total annuel (3)</b>												
Ensemble	8,00	7,80	8,05	3,2	8,03	-2,5	7,92	-1,4	7,86	-0,8	7,97	1,5
Hors gratuits d'annonces	6,49	6,33	6,56	3,6	6,51	-0,8	6,43	-1,2	6,35	-1,2	6,43	1,2
<b>Diffusion totale annuelle (3)</b>												
Ensemble	6,95	6,61	6,85	3,6	6,84	-0,1	6,74	-1,5	6,72	-0,3	6,83	1,6
Hors gratuits d'annonces	5,44	5,21	5,35	2,7	5,31	-0,7	5,25	-1,1	5,21	-0,8	5,28	1,2

(1) En milliards de F.  
 (2) Indice base 100 en 1980  
 Indices des prix à la consommation (INSEE)  
 (3) En milliards d'exemplaires

\* en % : année n/n-1

(P) Résultat provisoire  
 ... Résultat non disponible  
 /// Résultat sans objet

## 2 CHIFFRES CLES 1982-1990 PAR TYPE DE PRESSE

### 2<sub>a</sub>

#### PRESSE NATIONALE D'INFORMATION GENERALE & POLITIQUE

	1982	1985	1986	*	1987	*	1988	*	1989 (P) *	1990 (P) *		
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>6,07</b>	<b>8,22</b>	<b>8,53</b>	<b>3,8</b>	<b>9,04</b>	<b>6,0</b>	<b>9,87</b>	<b>9,1</b>	<b>9,94</b>	<b>0,7</b>	<b>10,65</b>	<b>7,1</b>
Ventes au numéro	2,53	3,53	3,70	4,8	3,82	3,2	3,89	1,8	3,62	-6,9	3,83	5,8
Ventes par abonnement	0,90	1,19	1,19	0,0	1,38	16,0	1,51	9,4	1,48	-2,0	1,57	6,3
<b>Total ventes</b>	<b>3,43</b>	<b>4,72</b>	<b>4,89</b>	<b>3,6</b>	<b>5,20</b>	<b>6,3</b>	<b>5,40</b>	<b>3,7</b>	<b>5,10</b>	<b>-5,6</b>	<b>5,40</b>	<b>5,9</b>
Publicité commerciale	1,85	2,47	2,58	4,5	2,67	3,5	3,28	22,8	...	///	...	///
Petites annonces	0,79	1,03	1,06	2,9	1,17	10,4	1,19	1,7	...	///	...	///
<b>Total publicité</b>	<b>2,64</b>	<b>3,50</b>	<b>3,64</b>	<b>4,0</b>	<b>3,84</b>	<b>5,5</b>	<b>4,47</b>	<b>16,4</b>	<b>4,84</b>	<b>8,3</b>	<b>5,25</b>	<b>8,3</b>
Tirage total annuel (2)	1,21	1,15	1,17	1,7	1,13	-3,5	1,11	-1,8	1,10	-0,9	1,08	-1,2
Diffusion totale annuelle (2)	0,93	0,87	0,88	1,4	0,85	-3,4	0,84	-1,2	0,82	-2,4	0,82	-0,3

(1) En milliards de F. \* en % : année n/n-1 (P) : Résultat provisoire  
 (2) En milliards d'exemplaires /// Résultat sans objet ... Résultat non disponible

### 2<sub>b</sub>

#### PRESSE LOCALE D'INFORMATION GENERALE & POLITIQUE

	1982	1985	1986	*	1987	*	1988	*	1989 (P) *	1990 (P)		
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>9,67</b>	<b>11,51</b>	<b>12,36</b>	<b>7,4</b>	<b>13,00</b>	<b>5,2</b>	<b>13,92</b>	<b>7,2</b>	<b>14,97</b>	<b>7,5</b>	<b>15,33</b>	<b>2,7</b>
Ventes au numéro	4,31	5,41	5,77	6,7	5,85	1,4	6,15	5,1	6,44	4,7	6,54	1,6
Ventes par abonnement	1,26	1,56	1,69	8,5	1,74	3,0	1,79	2,9	1,84	2,8	1,90	3,7
<b>Total ventes</b>	<b>5,57</b>	<b>6,97</b>	<b>7,46</b>	<b>7,0</b>	<b>7,59</b>	<b>1,7</b>	<b>7,94</b>	<b>4,6</b>	<b>8,28</b>	<b>4,3</b>	<b>8,44</b>	<b>2,1</b>
Publicité commerciale	3,22	3,32	3,57	7,5	3,91	0,3	3,93	0,5	...	///	...	///
Petites annonces	0,88	1,22	1,33	9,2	1,50	12,8	2,06	37,3	...	///	...	///
<b>Total publicité</b>	<b>4,10</b>	<b>4,54</b>	<b>4,90</b>	<b>7,9</b>	<b>5,41</b>	<b>10,4</b>	<b>5,99</b>	<b>10,7</b>	<b>6,69</b>	<b>11,7</b>	<b>6,89</b>	<b>3,3</b>
Tirage total annuel (2)	2,74	2,65	2,66	0,4	2,63	-1,2	2,64	0,4	2,61	-1,1	2,59	-0,7
Diffusion totale annuelle (2)	2,43	2,35	2,36	0,5	2,32	-1,7	2,34	0,4	2,32	-0,9	2,31	-0,4

(1) En milliards de F. \* en % : année n/n-1 (P) : Résultat provisoire  
 (2) En milliards d'exemplaires /// Résultat sans objet ... Résultat non disponible

## CHIFFRES CLES 1982-1990 PAR TYPES DE PRESSE

## PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC

2<sub>c</sub>

	1982	1985	1986	*	1987	*	1988	*	1989 (P)	*	1990 (P)	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>13,73</b>	<b>17,00</b>	<b>18,48</b>	<b>8,7</b>	<b>19,70</b>	<b>6,6</b>	<b>19,86</b>	<b>0,8</b>	<b>21,66</b>	<b>9,1</b>	<b>23,74</b>	<b>9,6</b>
Ventes au numéro	7,02	8,41	9,34	11,1	9,84	5,4	9,41	-4,4	9,72	3,3	10,34	6,3
Ventes par abonnement	1,87	2,15	2,51	16,7	2,63	4,8	2,71	3,0	3,00	10,7	3,34	11,2
<b>Total ventes</b>	<b>8,89</b>	<b>10,56</b>	<b>11,85</b>	<b>12,2</b>	<b>12,47</b>	<b>5,2</b>	<b>12,12</b>	<b>-2,8</b>	<b>12,72</b>	<b>5,0</b>	<b>13,68</b>	<b>7,4</b>
Publicité commerciale	4,17	5,83	5,99	2,7	6,43	7,3	6,68	3,9	...	///	...	///
Petites annonces	0,67	0,61	0,64	4,9	0,80	25,0	1,06	32,5	...	///	...	///
<b>Total publicité</b>	<b>4,84</b>	<b>6,44</b>	<b>6,63</b>	<b>3,0</b>	<b>7,23</b>	<b>9,0</b>	<b>7,74</b>	<b>7,0</b>	<b>8,94</b>	<b>15,5</b>	<b>10,06</b>	<b>12,5</b>
Gratuits seuls	1,34	2,05	2,23	8,5	2,49	11,9	2,67	7,2	3,23	21,0	3,93	21,6
Tirage total annuel												
Ensemble (2)	3,69	3,65	3,87	6,0	3,94	1,8	3,81	-3,3	3,81	0,0	3,95	3,8
Hors gratuits d'annonces (2)	2,18	2,21	2,38	7,6	2,41	1,3	2,32	-3,7	2,30	-0,9	2,40	4,3
Diffusion totale annuelle												
Ensemble (2)	3,26	3,08	3,30	6,9	3,35	1,5	3,23	-3,6	3,27	1,2	3,38	3,4
Hors gratuits d'annonces (2)	1,75	1,67	1,80	7,0	1,82	1,1	1,74	-4,4	1,76	1,1	1,83	3,9

(1) En milliards de F. \* en % : année n/n-1 (P) : Résultat provisoire  
 (2) En milliards d'exemplaires /// Résultat sans objet ... Résultat non disponible

## PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE &amp; PROFESSIONNELLE

2<sub>d</sub>

	1982	1985	1986	*	1987	*	1988	*	1989 (P)	*	1990 (P)	*
<b>Chiffre d'affaires total (1)</b>	<b>3,34</b>	<b>4,13</b>	<b>4,46</b>	<b>8,0</b>	<b>5,01</b>	<b>12,6</b>	<b>5,98</b>	<b>19,3</b>	<b>6,62</b>	<b>10,7</b>	<b>7,14</b>	<b>7,7</b>
Ventes au numéro	0,14	0,22	0,23	4,6	0,29	26,1	0,33	13,8	0,34	3,0	0,37	6,7
Ventes par abonnement	1,26	1,65	1,83	11,0	1,96	7,1	2,15	9,7	2,25	4,7	2,44	8,5
<b>Total ventes</b>	<b>1,40</b>	<b>1,87</b>	<b>2,06</b>	<b>10,2</b>	<b>2,25</b>	<b>9,2</b>	<b>2,48</b>	<b>10,2</b>	<b>2,59</b>	<b>4,4</b>	<b>2,81</b>	<b>8,3</b>
Publicité commerciale	1,63	1,95	2,03	4,2	2,32	14,3	2,90	25,0	...	///	...	///
Petites annonces	0,31	0,31	0,37	19,4	0,44	18,9	0,60	36,4	...	///	...	///
<b>Total publicité</b>	<b>1,94</b>	<b>2,26</b>	<b>2,40</b>	<b>6,2</b>	<b>2,76</b>	<b>15,0</b>	<b>3,50</b>	<b>26,8</b>	<b>4,03</b>	<b>15,1</b>	<b>4,33</b>	<b>7,4</b>
<b>Tirage total annuel (2)</b>	<b>0,36</b>	<b>0,35</b>	<b>0,35</b>	<b>0,0</b>	<b>0,34</b>	<b>-2,9</b>	<b>0,36</b>	<b>5,9</b>	<b>0,34</b>	<b>-5,6</b>	<b>0,35</b>	<b>2,8</b>
<b>Diffusion totale annuelle (2)</b>	<b>0,33</b>	<b>0,31</b>	<b>0,31</b>	<b>0,0</b>	<b>0,31</b>	<b>0,0</b>	<b>0,32</b>	<b>3,2</b>	<b>0,31</b>	<b>-3,1</b>	<b>0,32</b>	<b>1,2</b>

(1) En milliards de F. \* en % : année n/n-1 (P) : Résultat provisoire  
 (2) En milliards d'exemplaires /// Résultat sans objet ... Résultat non disponible

# 3 EVOLUTION 1989-1990 POUR QUELQUES TYPES DE PRESSE

## 3<sub>a</sub> INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE QUOTIDIENS NATIONAUX

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 3,9 %
Ventes au numéro	- 1,3 %
Ventes par abonnement	+ 12,1 %
<b>Total ventes</b>	+ 1,0 %
Publicité commerciale	+ 2,0 %
Petites annonces	+ 11,8 %
<b>Total publicité</b>	+ 6,1 %
Tirage total annuel	- 1,7 %
Diffusion totale annuelle	- 0,8 %

## 3<sub>b</sub> INFORMATION GENERALE ET POLITIQUE QUOTIDIENS LOCAUX (1)

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 3,3 %
Ventes au numéro	+ 1,6 %
Ventes par abonnement	+ 3,7 %
<b>Total ventes</b>	+ 2,1 %
Publicité commerciale	+ 3,7 %
Petites annonces	+ 9,1 %
<b>Total publicité</b>	+ 5,0 %
Tirage total annuel	- 0,7 %
Diffusion totale annuelle	- 0,4 %

## 3<sub>c</sub> PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC PRESSE TV/SPECTACLE

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 11,5 %
Ventes au numéro	+ 11,0 %
Ventes par abonnement	+ 14,7 %
<b>Total ventes</b>	+ 11,5 %
Publicité commerciale	+ 11,2 %
Petites annonces	+ 19,2 %
<b>Total publicité</b>	+ 11,3 %
Tirage total annuel	+ 4,0 %
Diffusion totale annuelle	+ 3,6 %

(1) y compris les éditions du 7ème jour

## 3<sub>d</sub> PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC PRESSE FEMININE

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 6,3 %
Ventes au numéro	+ 3,7 %
Ventes par abonnement	+ 12,8 %
<b>Total ventes</b>	+ 4,2 %
Publicité commerciale	+ 12,4 %
Petites annonces	+ 16,7 %
<b>Total publicité</b>	+ 12,5 %
Tirage total annuel	+ 8,3 %
Diffusion totale annuelle	+ 7,1 %

## 3<sub>e</sub> PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC PRESSE ECONOMIQUE

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 2,7 %
Ventes au numéro	- 4,0 %
Ventes par abonnement	+ 4,8 %
<b>Total ventes</b>	+ 2,0 %
Publicité commerciale	+ 3,1 %
Petites annonces	- 0,9 %
<b>Total publicité</b>	+ 3,1 %
Tirage total annuel	+ 3,1 %
Diffusion totale annuelle	+ 2,4 %

## 3<sub>f</sub> PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE PRESSE DES SERVICES MARCHANDS

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 8,4 %
Ventes au numéro	+ 5,2 %
Ventes par abonnement	+ 9,3 %
<b>Total ventes</b>	+ 8,6 %
Publicité commerciale	+ 8,9 %
Petites annonces	+ 7,5 %
<b>Total publicité</b>	+ 8,3 %
Tirage total annuel	+ 1,6 %
Diffusion totale annuelle	- 0,5 %

## 3<sub>g</sub> PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE PRESSE DU BATIMENT ET TRAVAUX PUBLICS

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 11,4 %
Ventes au numéro	- 7,3 %
Ventes par abonnement	+ 9,7 %
<b>Total ventes</b>	+ 8,8 %
Publicité commerciale	+ 4,6 %
Petites annonces	+ 21,3 %
<b>Total publicité</b>	+ 12,5 %
Tirage total annuel	+ 2,6 %
Diffusion totale annuelle	+ 1,4 %

## 3<sub>h</sub> PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC MAISON JARDIN

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 9,8 %
Ventes au numéro	- 14,7 %
Ventes par abonnement	+ 10,0 %
<b>Total ventes</b>	+ 13,0 %
Publicité commerciale	+ 5,6 %
Petites annonces	NS
<b>Total publicité</b>	+ 5,6 %
Tirage total annuel	+ 0,8 %
Diffusion totale annuelle	+ 0,9 %

## 3<sub>i</sub> PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE PRESSE MEDICALE

	1990 / 1989
<b>Chiffre d'affaires total</b>	+ 3,2 %
Ventes au numéro	NS
Ventes par abonnement	+ 6,5 %
<b>Total ventes</b>	+ 5,4 %
Publicité commerciale	+ 1,5 %
Petites annonces	+ 23,5 %
<b>Total publicité</b>	+ 2,6 %
Tirage total annuel	+ 6,9 %
Diffusion totale annuelle	- 6,8 %



## QUELQUES DEFINITIONS

### LES DIFFERENTES CATEGORIES DE PRESSE

Les "chiffres-clés 82-90" concernent la presse éditeur. Quatre grandes catégories sont distinguées, elles-mêmes redécomposées en de nombreuses sous-catégories selon la périodicité, le thème, le lectorat... La classification du SJTI a près de 100 rubriques pour lesquelles les données sont publiées dans les "Tableaux statistiques de la Presse".

#### Presse nationale d'information générale et politique

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

#### Presse locale d'information générale et politique

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

#### Presse spécialisée "grand public"

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

#### Presse spécialisée technique et professionnelle

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

### LES INDICATEURS

#### Chiffre d'affaires

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

Le chiffre d'affaires se décompose en 4 indicateurs : recettes de ventes au numéro, recette de ventes par abonnement, recette de publicité commerciale, recettes d'annonces (petites annonces, annonces légales).

#### Tirage total annuel

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

#### Diffusion totale annuelle

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

#### Indice des prix, quotidiens et magazines

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

---

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

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

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

## les publications statistiques du SJTI

ANNEE D'OBSERVATION

### PUBLICATIONS DISPONIBLES

● Presse et statistiques 19..... Données détaillées pour les cent catégories de la presse	avant 1987	SJTI sur demande Hôtel de Clermont 69, rue de Varenne - 75007 Paris
● Tableaux statistiques de la presse 1987-1988 Données détaillées pour les cent catégories de la presse Séries rétrospectives 1982-1988	1987 - 1988	Juillet 1990 La Documentation Française 31, quai Voltaire - 75007 Paris Tél. : 48 39 56 10 Prix : 60 F
● Chiffres-clés 1982-1989 Données provisoires pour les quatre grandes catégories de la presse	1989	Décembre 1990 SJTI gratuit fourni avec le questionnaire 1990
● Chiffres-clés 1982-1990 Données provisoires pour les quatre grandes catégories de la presse	1990	Avril 1991 SJTI gratuit

### PUBLICATIONS A PARAITRE

● Tableaux statistiques de la presse 1989 Données détaillées pour les cent catégories de la presse Série rétrospectives 1982-1989	1989	A paraître le 15/09/91 La Documentation Française
● Tableaux statistiques de la presse 1990 Données détaillées pour les cent catégories de la presse Séries rétrospectives 1982-1990	1990	A paraître à la mi 1992 La Documentation Française

## les autres publications du SJTI

● La presse à l'heure de l'Europe Pierre Todorov		1er trimestre 1990 La Documentation Française Prix : 60 F
● Guide du créateur de publication		1er trimestre 1990 Imprimerie Nationale 27-29, rue de la Convention 767532 - Paris cedex 15 Tél. : 40 58 30 00 Prix : 35 F
● Les agences de presse en France		2e trimestre 1991 La Documentation Française Prix : 65 F



MINISTERE DE LA COMMUNICATION

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

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