

Conseil Supérieur des Messageries de Presse

L'évolution des mises en place et des ventes

Année 2007 / Année 2006

CHIFFRES CLES

1) Evolution de l'offre

	Nombre de titres ou produits distribués	Evolution du nombre de titres	Nombre de parutions	Evolution du nombre de parution	Fournis en volume	Evolution des fournis en volume	Fournis en valeur	Evolution des fournis en valeur
Presse « Coopératives »	4 592 (dont 616 nouveautés)	2,1 % (-12,2% pour les nouveautés)	55 315	-11,2%	2 114 527	-4%	4 832 769	-1,6%
Presse importée	1 221	-3,5%	33 988	-	73 943	-12,2%	235 482	-10,9%
Hors presse	3 080	12,3%	10 278	2,6%	111 761	-9,7%	1 071 622	-12,2%
Total tous produits	8 893	4,6%	99 581	-6,3%	2 300 231	-4,6%	6 139 873	-4%

2) Evolution des ventes

	Ventes en volume	Evolution des ventes en volume	Ventes en valeur	Evolution des ventes en valeur
Presse coopérative	1 259 305	-2,1%	2 400 185	0,1%
Presse importée	26 453	-6,4%	82 778	-4,9%
Hors presse	50 667	-15,7%	416 838	-17%
Total tous produits	1 336 425	-2,8%	2 899 800	-2,9%

Nota

En 2007, les NMPP ont modifié leur méthode de comptage des nouveautés. Ceci pour éviter de « polluer » la donnée « nouveautés », du fait de l'importance prise par le phénomène de déclinaison de marque.

Les résultats 2005-2006 prenaient en compte la méthodologie suivante :

- une déclinaison de marque était comptée en « nouveautés » et incrémentait le nombre de parutions.

En 2007, la méthodologie utilisée était la suivante :

- une déclinaison de marque n'est plus comptée en nouveauté mais incrémente toujours le nombre de parutions.

Ainsi, les chiffres 2006 retenus comme base de comparaison pour l'analyse présentée, prennent en compte la nouvelle méthode de comptage.

C'est pourquoi, les chiffres 2006 utilisés pour calculer l'évolution 2006-2007 diffèrent légèrement des chiffres 2006 utilisés pour calculer l'évolution 2005-2006. Soulignons que, cette nouvelle méthodologie ne remet pas en cause les grandes tendances constatées l'an passé.