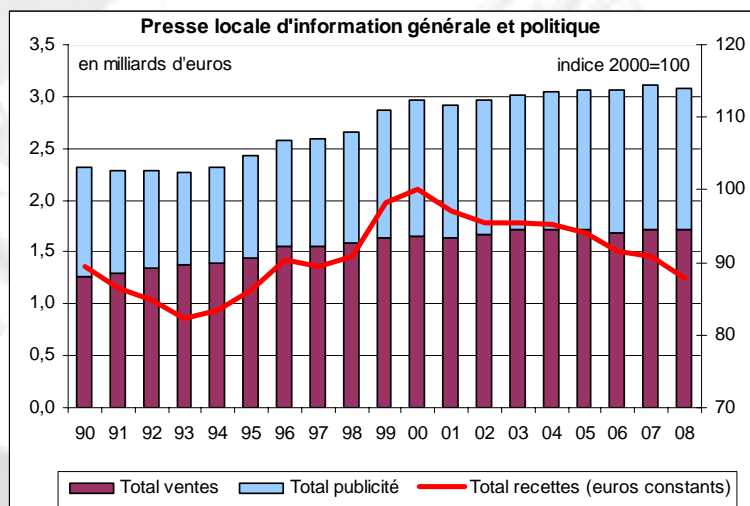


II - La presse locale.

Données de cadrage sur l'ensemble de la presse Editeur.

La presse locale				
<i>Parts en pourcentage</i>	2008	<i>2007</i>	<i>2000</i>	<i>1990</i>
Sur l'ensemble CA Presse	29,1%	<i>28,7%</i>	<i>27,8%</i>	<i>26,5%</i>
Sur les ventes au numéro	30,6%	<i>30,1%</i>	<i>30,9%</i>	<i>30,3%</i>
Sur les ventes par abonnements	26,6%	<i>26,3%</i>	<i>23,1%</i>	<i>21,0%</i>
Sur les recettes publicitaires	23,4%	<i>22,2%</i>	<i>22,7%</i>	<i>22,3%</i>
Sur les recettes d'annonces	54,7%	<i>56,4%</i>	<i>44,1%</i>	<i>35,6%</i>
CA Total en Milliards d'euros courants	3,09 M	<i>3,11 M</i>	<i>2,96 M</i>	<i>2,31 M</i>
CA Total en Milliards d'euros constants aux prix du PIB Indice Base 100 en 2000	87,7	<i>90,8</i>	100	89,5



- La presse quotidienne locale, composante majeure de cet ensemble (90%), évolue différemment de la presse nationale. L'effet des élections en 2007 fut nettement moins visible que dans le cas de la presse nationale sur les ventes. L'ensemble des ventes était redevenu positif en 2007 (+2,2%) aussi bien pour la vente au numéro (+1,6%) que pour les abonnements (+3,1%). Il redevient négatif en 2008 au niveau de la vente au numéro (-1,2%) mais la bonne progression de l'abonnement (+2,2%) maintient au total le résultat de 2008 au niveau de celui de 2007 en euros courants.

- Sur le très long terme, depuis 1990, pour l'ensemble de la presse locale, régionale et départementale, quotidiens et hebdomadaires confondus, toutes les composantes du chiffre d'affaires progressent en euros courants.

Le gain est de 33 % pour le chiffre d'affaires total entre 1990 et 2008, de 9 % pour les ventes au numéro, de 127 % pour les abonnements, de 26 % pour la publicité, de 33 % pour les annonces.

- Sur la même période et pour mettre en perspective ces résultats, rappelons que le volume du PIB a progressé de 89 %. La progression la plus forte et la plus constante sur le très long terme en ce qui concerne la presse locale est donc celle des recettes liées aux abonnements.

La presse locale représentait 26% de l'ensemble du chiffre d'affaires de la presse Editeur en 1990 ; cette part est en augmentation constante depuis, passant à 28% en 2000 puis à 29% en 2008. Cette progression des parts est visible sur chacune des composantes du chiffre d'affaires, faisant de cette catégorie une exception économique au sein du secteur.