

[PLAN DU SITE](#) | [FILS RSS](#) | [Ouvrir une session](#) | [S'inscrire](#)

technaute cyberpresse.ca

CYBERPRESSE.CA | LA PRESSE AFFAIRES | MON CINÉMA | MON TOIT | Petites annonces | Rencontres | Emplois | MON VOLANT | [TECHNAUTE]

[Accueil](#) | [Nouvelles](#) | [Blogs](#) | [Forum](#) | [Jeux et vidéos](#) | [Internet](#) | [Télécoms et mobilité](#) | [Jeux vidéo](#) | [Matériel informatique](#) | [Logiciels](#) | [Produits électroniques](#) | [En photos](#)

Technaute.ca

Recherche



Technaute
 Le web
 Pages Jaunes^{MC}

Journaux : la montée du Web se poursuit

Agence France-Presse
03 juin 2008 | 07 h 00

La diffusion des journaux et les recettes publicitaires ont augmenté dans le monde en 2007 alors que la montée des gratuits et du web se poursuit, indique le rapport annuel de l'Association mondiale des journaux (AMJ) publié lundi.

Le nombre d'exemplaires de la presse payante a augmenté de 2,57% sur un an, selon le rapport publié lors du Congrès de l'AMJ à Goeteborg en Suède.

«Si l'on ajoute les quotidiens gratuits à la diffusion des titres payants, la diffusion globale des journaux a augmenté de 3,65% l'an dernier et de 14,3% depuis cinq ans», précise ce bilan de la profession pour 2007.

Les quotidiens gratuits représentent désormais près de 7% de la diffusion globale des journaux et 23% de leur diffusion en Europe uniquement.

Selon l'AMJ, les recettes publicitaires des quotidiens payants ont grimpé de 0,86% l'an dernier et de 12,84% sur cinq ans.

La presse écrite, journaux et magazines confondus, reste le plus grand support publicitaire mondial, avec une part de marché de 40%, devant la télévision (38%), indique le rapport.

«La diffusion des journaux a augmenté ou est restée stable dans les trois-quarts des pays de la planète au cours des cinq dernières années et dans près de 80 pour cent des pays l'an passé», a indiqué Timothy Balding, le président de l'AMJ.

«Et même dans les endroits où la diffusion payante est en baisse, notamment les États-Unis et dans certains pays d'Europe de l'ouest, les journaux continuent d'étendre leur audience à travers une grande variété de publications gratuites et spécialisées et par le biais de leurs plateformes multimédias en pleine expansion», a-t-il ajouté.

Le nombre de titres payants a progressé partout dans le monde à l'exception de l'Amérique du Nord, où il s'est réduit de 0,56%.

Les cinq plus grands marchés de presse sont: la Chine, avec 107 millions d'exemplaires vendus quotidiennement, l'Inde avec 99 millions, le Japon avec 68 millions, les États-Unis avec près de 51 millions et l'Allemagne avec 20,6 millions.

Dans les pays de l'Union européenne, la diffusion des quotidiens payants a enregistré une baisse de 2,37% en 2007 et de 5,91% depuis 2003. La diminution est marquée en Allemagne (-2,38%), au Royaume-Uni (-3,46%) et en France elle a été moindre (-0,48%).

Selon l'AMJ, «les recettes publicitaires liées à internet --pas uniquement les journaux en ligne, mais toute la publicité sur internet-- ont augmenté de 32,45% sur un an et de 200% entre 2003 à 2007».

En Europe, les recettes de la publicité commerciale sur internet dépassent à présent les revenus des petits annonces, ajoute le rapport en estimant que les revenus publicitaires internet des journaux devraient plus que doubler au cours des cinq prochaines années et représenter 12% du total des recettes publicitaires des journaux d'ici 2011.

Le nombre de sites web de journaux a augmenté de 13,77% en 2007 et de 50,77% sur cinq ans depuis 2003. Pour les gratuits, un total de 312 journaux a réalisé une diffusion combinée de 41,04 millions d'exemplaires par jour, soit une augmentation de la diffusion de 20% sur un an et de 173,2% sur cinq ans.

L'AMJ représente 18 000 titres dans le monde et regroupe 77 associations nationales d'éditeurs de journaux, des entreprises de presse et des directeurs de journaux individuels dans 102 pays.

Trouvez dans le site

RECHERCHER

Publicité

FRAPPEZ PLUS LOIN

MON GOLF.CA
PARTENAIRE DE VOTRE PASSION

Propulsé par
LES ÉDITIONS
GESCA