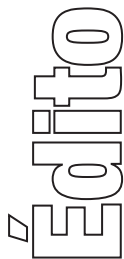


MEDIA - POCHES

1977



Édité depuis plus de cinquante ans, le *Media-Poche* s'est affirmé comme l'ouvrage de référence pour tous les acteurs du marché de la communication. « Guide annuel des media », il est mis gracieusement à la disposition des instances publicitaires, des annonceurs, des écoles et des universités. Son nom, initialement corrélé à son format, a subsisté du fait de son évolution permanente tant sur la forme que sur le fond. Poids léger de l'édition en 1977 avec 44 pages, il est en 2022 le seul ouvrage sans aucun concurrent qui suit et accompagne le marché de la communication avec près de 700 pages. Pour rendre compte de la complexité et des changements du marché des media, la maquette a été revue de nombreuses fois. Dès 1994, les formats graphiques ont été privilégiés pour valoriser les atouts de chaque media, la publicité a été acceptée. Après vingt ans d'existence en noir et blanc, l'introduction de la couleur en 1997 a accru le confort de lecture de ce livre de plus de 300 pages à cette date.

En parallèle, son contenu n'a cessé de s'enrichir. Face à la diversification et à la démultiplication de l'offre media dès les années 80 puis avec les innovations technologiques, les comportements des consommateurs ont été bouleversés. Jusqu'à la fin du XX^e siècle, le *Media-Poche* a transcrit le dynamisme du marché porté par la croissance de l'offre des cinq grands media : la multiplication des titres dans le media de l'écrit, l'envolée du nombre de chaînes de télévision, media de l'image, le développement des radios structurées en réseaux, media de la voix, sans oublier celui des salles de cinéma et des faces affichables. Afin de mettre en lumière les ressources de chaque medium et support pour diffuser les messages publicitaires, un ensemble de critères ont été analysés tels que la position sur le marché publicitaire, la mesure et le profil de l'audience, la pénétration dans la population et la compétitivité de l'offre sur cibles.

À l'aube du XXI^e siècle, le développement du numérique a entraîné une révolution sur le marché des media : Internet a pris le leadership conservé par la presse jusqu'alors malgré la croissance de la télévision. Ce bouleversement associé à la multiplication des écrans a affecté durablement le quotidien des citoyens, leurs loisirs, leurs valeurs, leurs aspirations et leurs modes de consommation. Ces avancées technologiques font d'ailleurs l'objet d'un suivi régulier dans le *Media-Poche*, et dès 2017 un chapitre « Les tendances et l'innovation » a vu le jour.

Ouvrage unique, ouvert, intemporel, le *Media-Poche* n'a eu de cesse depuis ses débuts de rester à l'affût des nouveautés et de se renouveler au gré des évolutions du marché de la communication et de la société.

Bonne lecture à toutes et tous !

Christine Chambault-Strube,
directrice media et responsable du *Media-Poche* pendant plus de vingt ans.

MEDIA - POCHÉ

avril 1977

EUROCOM

136/140, avenue Charles-de-Gaulle - 92522 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. : 747.30.00

Ces tarifs sont ceux en vigueur
au 1^{er} Avril 1977.

La plupart des chiffres d'audiences sont issus des récentes enquêtes du C.E.S.P.

Pour toute information sur la méthodologie de ces enquêtes
et la comparabilité des derniers résultats avec ceux précédemment publiés, veuillez nous consulter.

Les divers services (opérations spéciales, mailing, etc.),
proposés par les supports n'ont pu être énumérés dans ce document.

Eurocom est à votre disposition pour étudier tous vos problèmes.

Pour avoir des renseignements plus précis et parfaitement à jour
vous pouvez consulter notre service média au

Centre de Documentation Eurocom
747.30.00

EUROCOM

Sommaire

07.

Les renseignements
généraux

47.

La radio

17.

La presse
quotidienne

57.

Le cinéma

25.

La presse
magazine

61.

La publicité
extérieure

37.

La télévision

65.

La publicité directe et
les gratuits



www.havasedition.com

Directeur de la publication : Étienne Curtil

Responsables de la rédaction :

Marie Glatt, Maëlle D'Inca

Direction artistique et couverture :

Doulice De Drouas, Charles Delavault

Suivi de fabrication : Marie Glatt, Maëlle D'Inca

Contact commercial : Rose-Aimée Gémain,

Emma Hincellrin

Relectrice : Ève Mougnot

Contact : media.poché@havasedition.com

Éditeur : Havas Édition – 29/30, quai de Dion

Bouton – 92817 Puteaux Cedex

Achévé d'imprimer chez Imprimerie de
Champagne, Z.I. les Franchises, 52200 Langres
Dépôt légal : Mai 2022

Date de parution : Mai 2022

ISSN : 1288-2380 – ISSN WEB : 2553-047X

©HAVAS ÉDITION 2022

Avertissement : document confidentiel.

Son contenu reste la propriété exclusive de
Havas Édition. Toute reproduction intégrale ou
partielle est interdite, sauf accord préalable
écrit de Havas Édition. Édition gratuite. Ne peut
être vendue. Certifié PEFC – pefc-france.org

LES RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

LA POPULATION FRANÇAISE :

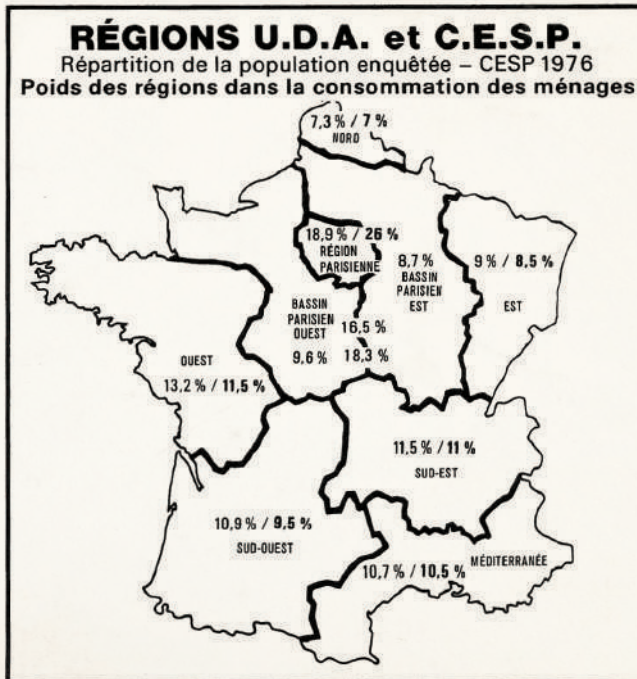
- Population totale : 52.988.000 (Estimation au 1.1.77 INSEE)
 - dont : Hommes : 49 %
 - : Femmes : 51 %
- Nombre de ménages : 17.800.000
- Nombre de personnes/ménage : 2,93
- Revenu disponible par habitant : 20.600 F (en 1975)
- Consommation par habitant : 17.000 F (en 1975)

CESP 1976

Population de + de 15 ans : 37.630.000 personnes
 soit : 17.892.000 hommes
 : 19.738.000 femmes
 dont : 15.294.000 ménagères

STRUCTURE DE LA POPULATION

● L'Age			
15 à 24 ans	7.705.000	20,5 %	
25 à 34 ans	7.084.000	18,8 %	
35 à 49 ans	8.745.000	23,2 %	
50 à 64 ans	7.210.000	19,2 %	
65 ans et plus	6.886.000	18,3 %	
● La Catégorie socio-professionnelle du Chef de Famille			
Agriculteurs	3.492.000	9,3 %	
Petits Patrons	2.400.000	6,4 %	
Affaires, Cadres sup.	3.282.000	8,7 %	
Cadres Moyens	4.495.000	11,9 %	
Employés	2.660.000	7,1 %	
Contremaîtres, ouvriers qualifiés	6.673.000	17,7 %	
O.S. manœuvres services	5.255.000	14,0 %	
Inactifs	9.330.000	24,8 %	
● L'Habitat			
Communes rurales	10.472.000	27,7 %	
- de 20.000 habitants	5.592.000	14,9 %	
de 20 à 50.000 habitants	3.035.000	8,1 %	
de 50 à 100.000 habitants	2.474.000	6,6 %	
+ de 100.000 habitants	9.814.000	26,1 %	
Agglomération de Paris	6.243.000	16,6 %	



POPULATION DES MÉNAGES selon :

● L'Effectif du Foyer		
1 personne	3.673.000	9,8 %
2 personnes	9.291.000	24,7 %
3 personnes	7.291.000	21,1 %
4 personnes	7.679.000	20,4 %
5 personnes et plus	9.045.000	24,0 %
● Le Nombre d'enfants de moins de 15 ans		
0 enfant	22.272.000	59,2 %
1 enfant	7.465.000	19,8 %
2 enfants	5.097.000	13,5 %
3 enfants ou plus	2.796.000	7,4 %
● Le Type d'Équipement		
Télévision	33.976.000	90,3 %
TF 1 seulé	869.000	2,3 %
Marché actuel FR 3	29.487.000	78,4 %
Couleur	7.157.000	19,0 %
Radio	35.579.000	94,6 %
Voiture	27.216.000	72,3 %
dont 2 et +	6.144.000	16,3 %
Machine à laver	30.407.000	80,8 %
Réfrigérateur	35.684.000	94,8 %
Congélateur	9.841.000	26,2 %
Lave-vaisselle	4.034.000	10,7 %
Téléphone	12.997.000	34,7 %
Résidence secondaire	3.310.000	8,8 %
● Le Type de Logement		
Maison individuelle	19.215.000	51,1 %
dont avec jardin	15.901.000	42,3 %
Appartement	15.127.000	40,2 %
● Le Statut d'occupation		
Propriétaire ou co-propriétaire	19.911.000	52,9 %
Locataire	15.352.000	40,8 %
● Les Vacances		
Ont pris des vacances au moins 4 jours	23.260.000	62,1 %
dont Sports d'hiver	3.702.000	9,8 %

NOMBRE TOTAL D'ENFANTS (INSEE proj. au 1.1.76)

0	2 ans	2.771.000
3	5 ans	2.597.000
6	9 ans	3.306.000
10	14 ans	4.234.000

DATES DE VACANCES 1977-1978

● Grandes vacances 1977

Toutes zones :
1^{er} juillet au 13 septembre

● Toussaint : 29 oct.-3 nov.

● Noël : 22 déc.-5 janvier

● Février :

A : 11-20 février
B : 18-27 février
C : 25 février-6 mars

● Printemps :

A-B : 1-17 avril
C : 8-24 avril

● Grandes vacances 1978

Toutes zones :
1^{er} juillet au 15 septembre

Zone A : Aix, Marseille, Amiens, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Lille, Lyon, Nancy, Metz, Nice, Corse, Caen, Orléans-Tours, Rennes, Rouen, Toulouse

Zone B : Besançon, Dijon, Grenoble, Limoges, Nantes, Montpellier, Poitiers, Reims, Strasbourg.

Zone C : Antilles, Guyane, Créteil, Paris, Versailles.

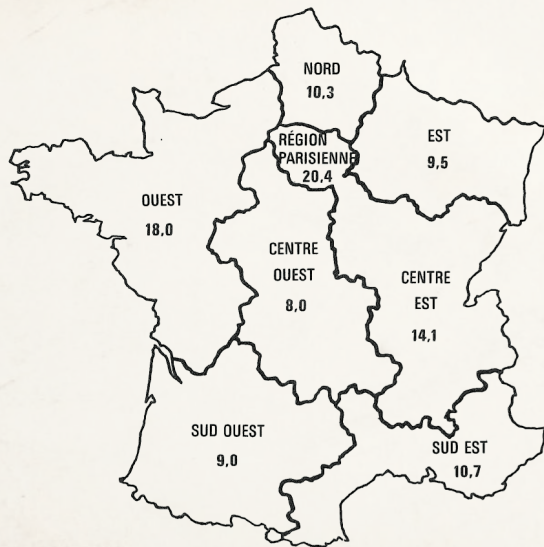
SECODIP 1976

Classes économico-sociales	Nombre de ménages	%
Aisée		
(A) + de 6.800 F de revenus	2.490.000	15
Moyenne supérieure		
(B) entre 3.500 et 6.800 F	2.869.000	30
Moyenne inférieure		
(C) entre 1.800 et 3.500 F	6.640.000	40
Modeste		
(D) moins de 1.800 F	2.490.000	15
TOTAL	16.600.000*	100

* Contrairement à l'INSEE, SECODIP ne considère pas comme ménages les hommes seuls.

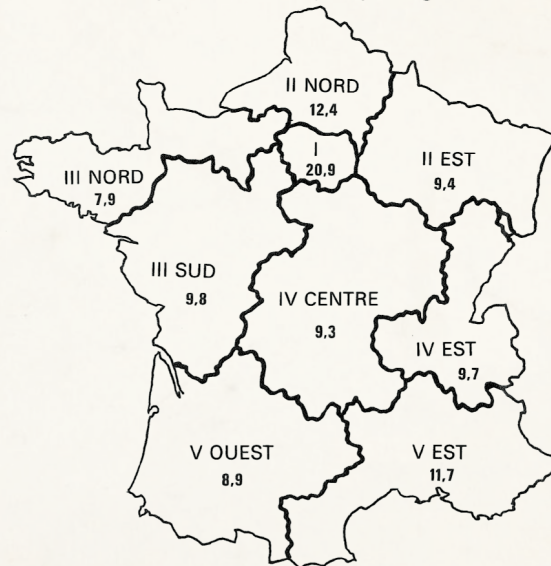
RÉGIONS SÉCODIP

Répartition des foyers par régions



RÉGIONS NIELSEN

Répartition des foyers par régions



STRUCTURE DE LA DISTRIBUTION

(en nombre de points de vente)

Commerce concentré

- Grands magasins	: 340 **
- Magasins populaires	: 740 **
- Supérettes (100 à 400 m ²)	: 5.126 ***
- Supermarchés (400 à 2.500 m ²)	: 3.246 *
- Hypermarchés (2.500 m ² et +)	: 337 *
- Centres commerciaux	: 240 **
- Garden centers	: 328 **
- Grandes surfaces, meubles + électroménager	: 1.873 **

Sources :

* L.S.A. décembre 1976

** Points de vente juillet 1976

*** L.S.A. juin 1976

Services

- Banques	: 9.327
- Assurances	: 31.751
- Agences immobilières	: 20.335
- Cabinets architectes	: 13.699
- Cabinets médecins	: 50.785
- Cabinets dentistes	: 23.695
- Cabinets vétérinaires	: 4.788
- Cabinets juridiques	: 22.312
- Agences de voyages	: 2.163
- Auto-écoles	: 9.782

Commerce de gros :

Alimentaire 50.901 :

Non alimentaire 25.930 :

TOTAL : 76.831

Commerce de détail spécialisé :

Points de vente alimentaires
de proximité ou spécialisés :
217.430

Points de vente non alimentaires :
359.633

TOTAL : 577.063

Dont :

Commerces d'Alimentation Générale	: 65.757
Boulangeries pâtisseries	: 55.680
Confiseries	: 14.202
Viandes	: 68.167
Fruits & Légumes	: 21.733
Poissonneries	: 9.836
Crèmeries	: 6.957
Vins & Boissons	: 4.268

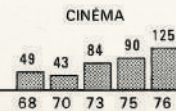
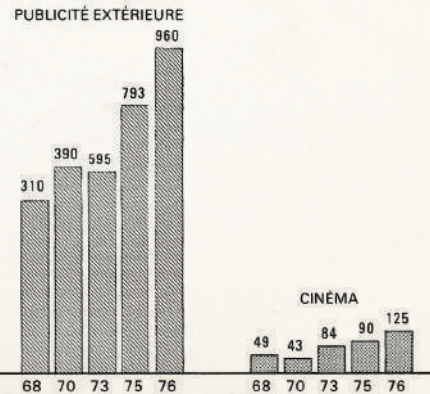
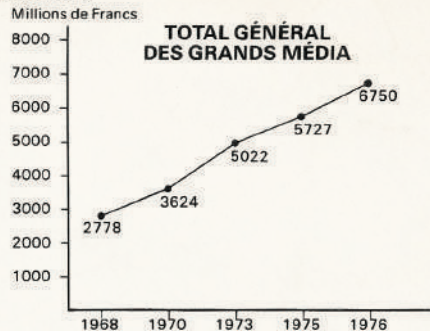
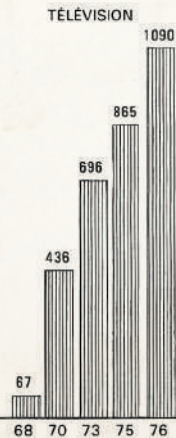
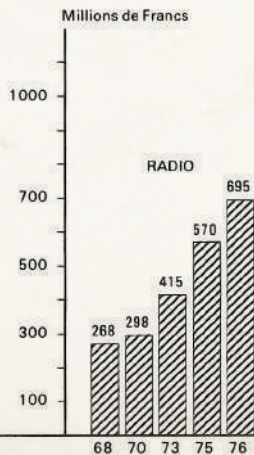
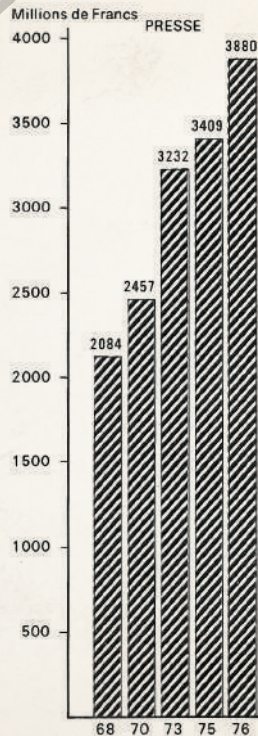
Tabacs	: 10.618
Cafés-tabacs	: 20.948
Débits de boissons	: 93.195
Restaurants (et cafés-restaurants)	: 64.289
Hôtels (et hôtels-restaurants)	: 55.938

Dont :

Pharmacies	: 19.835
Parfumeries	: 6.323
Commerces d'habillement	: 95.518
Chaussures maroquinerie	: 15.662
Electro-ménager & Radio-électrique	: 17.598
Meubles	: 10.984
Drogueries	: 13.937
Quincailleries	: 14.195
Commerce et réparation automobiles (+ accessoires)	: 66.539
Cycles et motocycles	: 11.668
Carburants & Lubrifiants	: 19.362
Bijouteries horlogeries	: 11.278
Optique & Photo	: 6.013
Magasins de sport	: 5.578
Livres, journaux, papeterie	: 23.955

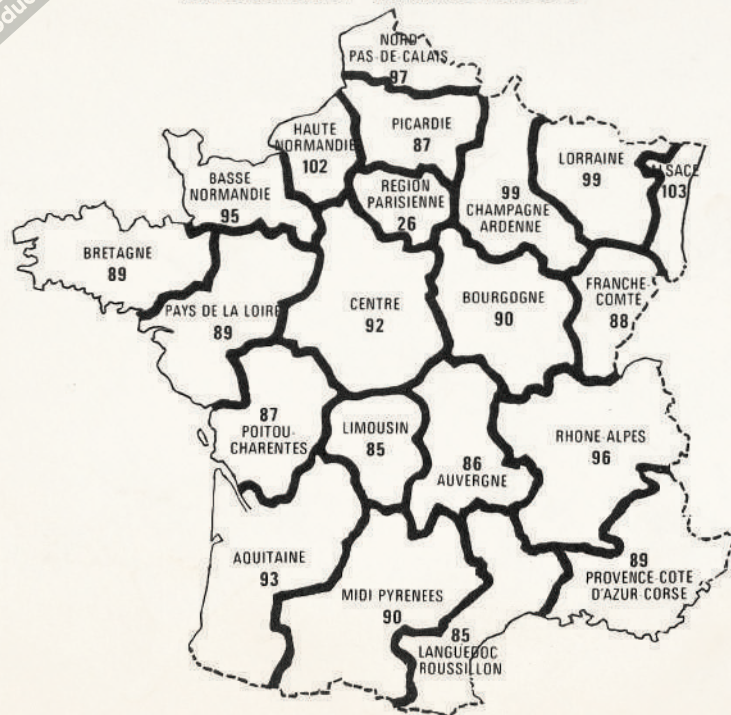
Source : INSEE au 1.1.77

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES EN FRANCE (I.R.E.P.)



REVENU BRUT RÉGIONAL PAR MÉNAGE

(Revenu brut national = 100) (source : INSEE 1975)

**PROJECTION de la CONSOMMATION des MÉNAGES pour 1980**
(Source INSEE)

	Taux de croissance annuel moyen en volume de 1970 à 1980	Structure du budget au prix 1970	
		1970	1980
Alimentation	2,3 %	28,1 %	22,4 %
Habillement	2,1 %	9,8 %	7,8 %
Habitation	5,2 %	21,2 %	22,5 %
Hygiène et santé	8,0 %	12,6 %	17,3 %
Transports et Télécommunications dont : Achat de véhicules individuels	8,0 % 4,7 %	10,2 % 2,8 %	11,7 % 2,8 %
Culture, loisirs dont : Radio, TV, électrophones Livres, revues journaux	5,7 % 10,7 % 3,1 %	8,5 % 1,1 % 1,7 %	9,4 % 1,9 % 1,4 %
Hôtels, cafés, restaurants et divers	3,9 %	9,6 %	8,9 %
Consommation totale	4,6 %	100,0 %	100,0 %

LES 15 PREMIERS ANNONCEURS FRANÇAIS EN 1976

Source : d'après SECODIP*

Rang 1976	Rang 1975	Nom de l'Annonceur	Tri Média 1976 (F) (presse, radio, TV)
1	1	Colgate Palmolive	90.633.000
2	4	Lesieur Cotelte & Associés	50.928.000
3	7	Brandt Sodame	47.924.000
4	2	Lever	47.590.000
5	5	Carrefour	43.894.000
6	6	Renault	42.004.000
7	15	Procter & Gamble	39.918.000
8	8	Elida Gibbs	37.604.000
9	3	Philips S.A.	36.512.000
10	12	Henkel France	35.825.000
11	10	Conforama	35.605.000
12	13	Citroën	31.731.000
13	—	Roja Garnier	31.697.000
14	11	Gervais Danone	31.392.000
15	—	Mammoth	31.116.000

* Classement par sociétés et non par groupes.

LES 33 PREMIÈRES AGENCES EN 1976

Source : Stratégies.

Rang		AGENCES	Chiffre d'affaires H.T. 1976	Chiffre d'affaires H.T. 1975
75	76			
		<i>EUROCOM</i>	773.000.000 F	
1	1	PUBLICIS	397.994.000 F	320.136.000 F
13	2	ROUX SEQUELA CAYZAC	235.170.000 F	113.850.000 F
4	3	YOUNG & RUBICAM	205.659.445 F	170.330.000 F
2	4	LINTAS	203.762.000 F	176.856.000 F
3	5	TED BATES	188.793.000 F	174.002.200 F
7	6	INTERMARCO ELVINGER	184.056.040 F	146.750.000 F
6	7	HAVAS CONSEIL	182.000.000 F	151.718.000 F
5	8	EURO-ADVERTISING	171.789.410 F	156.745.000 F
12	9	DORLAND & GREY	149.225.000 F	114.605.000 F
8	10	DUPUY COMPTON	148.000.000 F	142.000.000 F
9	11	IMPACT F.C.B.	142.000.000 F	128.500.000 F
15	12	ECOM	140.250.000 F	102.500.000 F
10	13	T.B.W.A.	131.895.315 F	118.902.000 F
11	14	SYNERGIE K. & E.	128.000.000 F	115.240.000 F
14	15	Mc CANN ERICKSON	126.700.000 F	103.100.000 F
16	16	BELIER	125.000.000 F	94.000.000 F
20	17	DOYLE DANE BERNACH	104.335.000 F	89.194.000 F
21	18	NORMAN CRAIG KUMMEL	104.100.000 F	85.300.000 F
22	19	FELDMAN CALLEUX & Ass.	104.050.000 F	81.300.000 F
18	20	PUBLI-SERVICE	103.718.500 F	89.775.000 F
19	21	EFFI-INTERNATIONAL	101.478.000 F	89.903.000 F
41	22	CREATEURS ASSOCIES	101.000.000 F	40.000.000 F
24	23	BAZAINE	95.250.000 F	72.572.000 F
23	24	J. WALTER THOMPSON	91.000.000 F	79.000.000 F
27	25	DE PLAS HOMSY DELAFOSSE	82.800.000 F	69.000.000 F
28	26	OSCAR MOORS & WAROT	75.258.000 F	64.365.000 F
25	27	SNIP 4	75.000.000 F	70.500.000 F
31	28	OGILVY & MATHER	69.000.000 F	51.000.000 F
29	29	CLM/BBDO	67.000.000 F	60.450.000 F
30	30	FAITS & COMMUNICATION	65.000.000 F	52.116.000 F
40	31	C.F.R.P.	62.000.000 F	40.000.000 F
32	32	MAO	61.000.000 F	49.750.000 F
33	33	PERFORMANCE CONSEIL	56.500.000 F	49.000.000 F

ÉVOLUTION DES TARIFS DE PUBLICITÉ (Indice de base 100 en 1970)

	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	PRIX 1977
PRESSE QUOTIDIENNE								
Prix du mm annonces								
P.Q. PARIS (8)	103	106	118	127	149	150	164	79,38
P.Q. PROVINCE (24)	109	111	118	129	150	164	205	260,74
TOTAL (32)	107	110	118	128	150	160	194	340,12
MAGAZINES								
Prix d'une page 4 couleurs dans les magazines								
Général (16)	106	106	108	116	126	134	148	410.389
TV (4)	120	113	115	129	142	157	167	137.274
Féminins (18)	105	105	111	118	119	144	144	448.848
Masculins (5)	113	119	125	144	162	180	180	120.240
Maison (8)	110	119	132	155	184	196	211	123.287
Affaires (prix PN) (5)	110	124	134	146	171	189	260	66.586
TÉLÉVISION								
Prix 1 x 30" T.F. + A. 2 (5)	101	106	125	140	140	142	155	328.600
RADIO								
Prix d'1 x 30" sur horaires								
EUROPE N.1 (6)	100	108	120	124	142	172	186	37.665
R.T.L. (5)	100	106	131	149	149	188	211	36.925
R.M.C. (7)	100	100	124	147	191	191	221	15.470
TOTAL (18)	100	106	125	138	153	181	201	90.060
CINÉMA								
Prix m/semaine (France entière)		Indice 100 : F 12.942	115	159	184	175	207	26.790
AFFICHAGES								
Mural (1.540 pan. x 14 j.)								
Urbain (100.000 hab.)	100	111	111	133	139	167	183	658.800
Autobus (côté panoramique x 1 sem.)	100	100	118	127	145	157	206	105
S.N.C.F. (fond voit. banl. x 1 mois)	100	100	110	110	130	175	175	35
Abribus (face x 2 sem.)	100	100	110	107	118	118	130	175

N.B. : Pour chaque Média et chaque année, on a toujours pris en compte les mêmes supports (chiffres entre parenthèses) et les mêmes formats.

LA PRESSE QUOTIDIENNE

PRESSE QUOTIDIENNE

Ensemble des quotidiens

Diffusion globale	9.819.636	exemplaires
Prix du mm annonces	371,62	F
Prix d'une page noire	1.446.309	F

Ensemble des quotidiens de Paris

Diffusion globale	2.856.563	exemplaires
Prix du mm annonces	110,60	F
Prix d'une page noire	317.880	F

Ensemble des quotidiens régionaux

Diffusion globale	6.963.073	exemplaires
Prix du mm annonces	261,02	F
Prix d'une page noire	1.128.429	F

QUOTIDIENS DE PARIS

TITRES	Diffusion OJD (% RP)	Audience globale (X000)	Prix du mm annon- ces (F)	Prix du mm annon- ces (F)	Prix mm p. 3 (F)	Prix mm p. 3 (F)	Majo- ration couleur	Prix page noire (F)
QUOTIDIENS DU MATIN AURORA (L')	300.508 (78,07)	675	8,00		13,00		+ 15.000	31.500
ECHOS (LES)	54.146 (52,84)	400*	9,50		2700 la case		+ 20 %	16.000
EQUIPE (L') (semaine)	212.840 (42,45)	790	6,50		11,00		+ 11.000	28.080
EQUIPE (L') Edition de Paris	89.924	317	4,00					17.280
FIGARO (LE)	382.255 (64,90)	874	12,00		28,00		+13.000	41.000
FIGARO (LE) + COUPLAGE GROUPE NORMAND	647.255 (38,33)		28,00		54,00		+20.000	97.000

* Diffusion non OJD ou audience non C.E.S.P. (source supports).

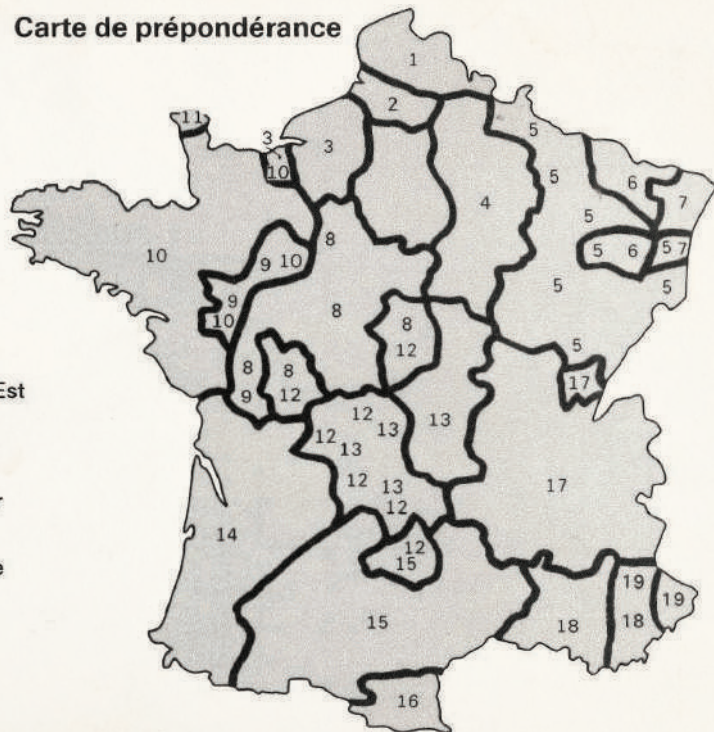
TITRES	Diffusion OJD (% RP)	Audience globale (X000)	Prix du mm annon- ces (F)	Prix du mm annon- ces (F)	Prix mm p. 3 (F)	Prix mm p. 3 (F)	Majo- ration couleur	Prix page noire (F)
HUMANITÉ (L')	240.000*	496	6,60		8,25		dern. page	24.200
MATIN DE PARIS (LE)	estimation 100.000* (80,00)		6,80		15,50			15.000
GROUPE DU PARISIEN LIBÉRÉ Ed. gén. (75-91-92-93-94) OISE MATIN (3 éditions) SEINE ET MARNE MATIN 77 (2 éditions) VAL-D'OISE MATIN 95 (2 éditions) YVELINES MATIN 78 (2 éditions) NORMANDIE MATIN 27 (2 éditions) BEAUCHE MATIN 28 (1 édition) FRANCE PICARDIE 80 (4 éditions)	336.969 (82,10)	771	14,50		17,00			25.000
QUOTIDIEN DE PARIS (LE)	46.000*	95*	4,00		5,00			7.900
QUOTIDIENS DU SOIR CROIX (LA)	124.578 (23,90)	295	4,30		5,20		+ 2000	9.200
CROIX (LA) Edit. de Paris	30.073	87	3,20					5.500
FRANCE SOIR	580.671 (72,26)	1376	16,00		21,00		+17.500	63.000
FRANCE SOIR Ed. de Paris	457.458	1051	13,00				+14.500	50.000
MONDE (LE)	430.096 (45,55)	1361	14,00		33,00		+12.000	37.000
LE NOUVEAU JOURNAL	48.500* (48,00)	107*	6,40		7,60			20.000

* Diffusion non OJD ou audience non C.E.S.P. (source supports).

QUOTIDIENS DE PROVINCE

- 0 Nord Matin/Nord Éclair
- 1 Voix du Nord
- 2 Courrier Picard
- 3 Pa.s Normandie/Havre Libre/Havre Presse
- 4 Centre-Est Presse : l'Union/Est Éclair – Libération Champagne/
Yonne Républicaine/Aisne nouvelle
- 5 France-Est : Est Républicain/Les Dépêches/Bien Public/
Les Dépêches de Besançon/Le Comtois/
La Haute-Marne Libérée/l'Ardennais/L'Alsace
- 6 Projalest Lorraine : Républicain Lorrain/France Journal/Liberté de l'Est
- 7 Projalest Alsace : Dernières Nouvelles/Nouvel Alsacien
- 8 Centre Loire : Nouvelle République du Centre Ouest/
République du Centre
- 9 Inter-Ouest : Courrier de l'Ouest/Maine Libre
- 10 Journaux de l'Ouest : Ouest France/Télégramme/Presse Océan/Éclair
- 11 Presse de la Manche
- 12 Centre Presse/Berry Républicain
- 13 La Montagne/Limoges Matin/Populaire du Centre/Journal du Centre
- 14 Sud-Ouest/La France/La Charente Libre/Éclair Pyrénées
- 15 Dépêche du midi/Midi libre
- 16 Indépendant
- 17 Province n° 1 : Progrès/Tribune/Espoir/Dauphiné Libéré/Dépêche
- 18 Média Sud : Provençal/Soir/République/Méridional/
la France
- 19 Nice Matin

Carte de prépondérance



TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm an- nonce (F)	Prix du mm an- nonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majo- ration couleur	Prix page noire (F)	TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm an- nonce (F)	Prix du mm an- nonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majo- ration couleur	Prix page noire (F)
PROVINCE N° 1 PROGRÈS TRIBUNUE DAUPHINÉ LIBÉRÉ ESPOIR DÉPÊCHE DERNIÈRE HEURE LYONNAISE	LYON ST-ÉTIENNE GRENOBLE ST-ÉTIENNE ST-ÉTIENNE LYON	785 147	2366	26,80		37,50		+30% sur 1000 mm	109 000	SUD OUEST/LA FRANCE LA CHARENTE LIBRE ÉCLAIR PYRÉNÉES RÉPUBLIQUE DES PYRÉNÉES	BORDEAUX ANGOULÊME PAU PAU	459 577	1421	15,85		24,05		+40% sur 1000 mm	63 705
LE JOURNAL RHÔNE-ALPES	LYON	25 000*		5,00		6,00			7 400	CENTRE EST PUBLICITÉ L'UNION EST ÉCLAIR LIBÉRATION CHAMPAGNE YONNE RÉPUBLICAINE AISNE NOUVELLE	REIMS TROYES TROYES AUXERRE ST-QUENTIN	278 133	760	10,05		15,75		+30% sur 1000 mm	41 192
JOURNAUX DE L'OUEST PRESSE Océan / ÉCLAIR OUEST FRANCE TÉLEGRAMME	NANTES RENNES BREST	892 546	2564	29,34		38,34		+25% sur 1000 mm	109 714	VOIX DU NORD	LILLE	378 055	1202	11,00		13,00		+25% sur 1000 mm	48 752
FRANCE EST EST RÉPUBLICAIN BIEN PUBLIC LES DÉPÊCHES LE COMTOIS HAUTE-MARNE LIBÉRÉE L'ARDENNAIS LES DÉPÊCHES L'ALSACE	NANCY DIJON BESANÇON BESANÇON CHAUMONT CHARLEVILLE DIJON MULHOUSE	511 134	1585	14,10 4,85		24,65 10,00		+30% sur 1000 mm	79 920	MÉDIA SUD PROVENÇAL/SOIR VAR MATIN RÉPUBLIQUE MÉRIDIONAL LA FRANCE	MARSEILLE TOULON MARSEILLE	358 878	1063	12,00		17,00		+20%	47 608
										GROUPE CENTRE FRANCE LA MONTAGNE POPULAIRE DU CENTRE JOURNAL DU CENTRE	CLERMONT-F LIMOGES NEVERS	349 580	963	11,70		21,75		+30% sur 1000 mm	46 008
DÉPÊCHE DU MIDI MIDI LIBRE	TOULOUSE MONTPELLIER	447 035	1398	15,70		23,30		+30% sur 1000 mm	65 540	CENTRE LOIRE NOUVELLE RÉPUBLIQUE DU CENTRE OUEST RÉPUBLIQUE DU CENTRE	TOURS ORLÉANS	345 100	1017	11,50		16,50		+25%	50 000

*Diffusion non OJD ou audience non C.E.S.P. (source supports)

TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm an-nonce (F)	Prix du mm an-nonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majo-ration couleur	Prix page noire (F)	TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm an-nonce (F)	Prix du mm an-nonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majo-ration couleur	Prix page noire (F)
PROJALEST LORRAINE RÉPUBLICAIN LORRAIN/ FRANCE JOURNAL	METZ							+ 20 % rouge + 30 % autre couleur		INTER OUEST									
LIBERTÉ DE L'EST	ÉPINAL	241 069	600	8,00		13,00			34 560	COURRIER DE L'OUEST MAINE LIBRE	ANGERS LE MANS	159 389	452	7,40		11,00		+ 1800 F pour 200 mm	32 560
PROJALEST ALSACE DERNIÈRES NOUVELLES D'ALSACE	STRASBOURG	230 095	575	7,11		10,45		+ 25 % rouge + 30 % autre couleur	18 490	GROUPE CENTRE PRESSE									
NOUVEL ALSACIEN										CENTRE PRESSE	POITIERS								
NICE MATIN	NICE	217 956	605	8,00				+ 25 %	33 600	BERRY RÉPUBLICAIN	BOURGES								
NORD MATIN NORD ÉCLAIR	LILLE ROUBAIX	203 086	480	8,60		14,80		+ 25 % sur 1000 mm	66 720	ACTION RÉPUBLICAINE couplée avec LIBERTÉ DU MORBIHAN	DREUX LORIENT	180 945	472	9,52		13,12		10,92 + 30 % sur 1000 mm	41 500
GROUPE NORMAND PARIS/NORMANDIE HAVRE LIBRE HAVRE PRESSE NOUVELLES DE FALAISE RENAISSANCE DU BESSIN LE PAYS D'AUGE LA VOIX LE BOCAGE LE COURRIER DE L'EURE Pour le couplage avec Le Figaro, voir ce titre	ROUEN HAVRE HAVRE BAYEUX CAEN LISIEUX VIRE LE NEUBOURG	265 000 15 589	610 1,75	17,50 1,75		31,45		+ 30 % sur 1000 mm	66 720	NOUVELLE RÉPUBLIQUE DES PYRÉNÉES	TARBES								
										LIBERTÉ DE LA VALLÉE DE LA SEINE	POISSY								
										COURRIER PICARD PICARDIE MATIN	AMIENS BEAUVAIS	91 932	192	6,50		11,25		+ 30 %	28 600
										L'INDÉPENDANT	PERPIGNAN	68 637	162	3,10		4,85		+ 30 %	12 970
										COURRIER DE SAÔNE ET LOIRE	CHALON/ SAÔNE	40 871		1,75		2,45		+ 30 % pour 2200 mm	7 420

TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm annonce (F)	Prix du mm annonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majoration couleur	Prix page noire (F)	TITRES	Ville d'édition	Diffusion OJD	Audience globale (x000)	Prix du mm annonce (F)	Prix du mm annonce (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Prix chr. loc. ou p. 3 (F)	Majoration couleur	Prix page noire (F)													
QUODEP		104 833	290	8,70				+30-35% s/1000 mm	32 450	NOUVELLE RÉPUBLIQUE DES PYRÉNÉES	TARBES	17 765		1,70		2,20		+30%	7 344													
ECHO RÉPUBLICAIN	CHARTRES	30 391				3,00		+30%	12 960	LIBERTÉ MORBIHAN	LORIENT	16 713		1,70		2,20		+30%	4 590													
PRESSE DE LA MANCHE	CHERBOURG	23 039			1,50		+30%	6 420																								
PETIT BLEU DU LOT ET GARONNE	AGEN	13 467			1,20		+30%	2 310																								
NORD LITTORAL	CALAIS	13 439			1,80		+30%	7 776																								
DORDOGNE LIBRE	PERIGUEUX	5 313			0,80		+30%	3 392	FORMULE POUR LES ANNONCEURS TV DANS LES PROGRAMMES TV TARIF EN F										FORMULE POUR TOUS LES ANNONCEURS DANS LA RUBRIQUE TV TARIF EN F													
L'EVEIL DE LA HAUTE-LOIRE	LE PUY	11 824			1,80		+35%	6 678																								
GAZETTE PROVENÇALE	AVIGNON	7 360			0,75		+30%	2 835	TÉLÉ PRESSE										DIFFUSION				1500 mm		3000 mm		4500 mm		80 mm		160 mm	
ECHO DU CENTRE	LIMOGES									Ensemble des quotidiens (68 titres)	9 137 000	16 350	33 330	49 680	32 310	64 620																
MARSEILLAISE DU BERRY	CHATEAUXROUX	63 275*		5,50		7,00		+25%	22 880								Quotidiens nationaux (8 titres)	2 344 464	4 080	8 230	12 310	6 400	12 800									
ECHO DE LA DORDOGNE	PERIGUEUX								Quotidiens régionaux (60 titres)															6 792 536	12 270	25 100	37 370	25 910	51 820			
MARSEILLAISE DE PROVENCE	MARSEILLE	192 800		10,00		15,50		+25%		44 320	Quotidiens zone Télé Luxembourg	774 469	2 370	4 830	7 200																	
LE PETIT VAROIS	MONTPELLIER									Quotidiens zone Télé Monte-Carlo							196 284	890	1 820	2 710												
MARSEILLAISE DU LANGUEDOC																																
MARSEILLAISE	MARSEILLE	144 014	180	6,00		7,00		+25%	26 592																							
MARSEILLAISE PETIT VAROIS	TOULON																															
LA LIBERTÉ	LILLE	98 000*		5,50		6,25		+25% sur 1000 mm	24 200																							

*Diffusion non OJD ou audience non C.E.S.P. (source supports)

PÉRIODIQUES LOCAUX (payants) (cette liste n'est pas exhaustive – nous consulter)

VILLE D'ÉDITION	PÉRIODICITÉ	DIFFUSION	TITRE	PRIX DU MM
ANNECY	Hebdo.	27 918 ex.	ESSOR SAVOYARD	4,10 F
ALBI	Hebdo.	21 648 ex.	TARN LIBRE	1,50 F
BOURG-EN-BRESSE	Hebdo.	20 787 ex.	VOIX DE L'AIN	3,00 F
BORDEAUX	Hebdo.	138 400 ex.	LE COURRIER FRANÇAIS	7,00 F
EVREUX	Hebdo.	30 944 ex.	LA DÉPÊCHE	2,65 F
LAVAL	Hebdo.	27 055 ex.	COURRIER DE LA MAYENNE	5,00 F
LILLE	Hebdo.	20 277 ex.	CROIX DIMANCHE DU NORD	3,00 F
LIMOGES	Mensuel	40 324 ex.	LE SILLON	3,50 F
LURE	Hebdo.	27 500 ex.*	LES AFFICHES DE LA HAUTE-SAONE	1,30 F
MEAUX	Hebdo.	28 589 ex.	LA MARNE	3,00 F
MELUN	Hebdo.	36 696 ex.	LA RÉPUBLIQUE DE SEINE & MARNE	3,50 F
METZ	Hebdo.	43 800 ex.*	AMI DES FOYERS CHRÉTIENS	1,20 F
MONTARGIS	Hebdo.	30 378 ex.	L'ÉCLAIREUR DU GATINAIS	1,90 F
MONTÉLIMAR	Hebdo.	40 562 ex.	LA TRIBUNE	3,50 F
ROANNE	Hebdo.	39 572 ex.	LE PAYS ROANNAIS	3,15 F
SAINT-ÉTIENNE	Hebdo.	45 000 ex.	L'ESSOR	3,00 F
SAINT-LO	Hebdo.	61 941 ex.	LA MANCHE LIBRE	2,40 F
STRASBOURG	Hebdo.	62 545 ex.	L'AMI DU PEUPLE	3,00 F
THONON	Hebdo.	44 600 ex.*	LE MESSAGER	1,90 F
TOULOUSE	Hebdo.	70 000 ex.*	LA CROIX DU MIDI	4,00 F
VALENCE	Hebdo.	60 000 ex.*	LA TRIBUNE	3,40 F
YVETOT	Hebdo.	36 951 ex.	LE COURRIER CAUCHOIS	2,40 F
78 – ST-GERMAIN	Hebdo.	20 468 ex.	COURRIER RÉPUBLICAIN	3,00 F
78 – VERSAILLES	Hebdo.	47 690 ex.	TOUTES LES NOUVELLES DE VERSAILLES	4,50 F
91 – BRÉTIGNY	Hebdo.	50 000 ex.*	MARSEILLAISE DE L'ESSONNE	5,00 F
92 – BOULOGNE	Hebdo.	26 000 ex.*	TOUTES LES NOUVELLES DE HAUTE-SEINE	2,50 F
93 – ST-DENIS	Hebdo.	26 000 ex.*	ST-DENIS-RÉPUBLICAIN (93 ACTUALITÉS)	2,60 F
94 – CORBEIL	Hebdo.	47 463 ex.	LE RÉPUBLICAIN	4,20 F
94 – LA VARENNE	Hebdo.	65 000 ex.*	COURRIER DU VAL DE MARNE	1490 F le 1/4 p

* Diffusion non OJD (source supports).

LA PRESSE MAGAZINE

PRESSE MAGAZINE

TITRES	Pér.	Diffusion	% RP	Audience globale (x 000)	% Femmes	Format plein papier			
						PN	PN	PQ	PQ
GÉNÉRAUX									
CHASSEUR FRANÇAIS	M	696 399	15,61	3 560	38,7	24 200		40 150	
COOPÉRATEUR DE FRANCE	BM	1 249 607	4,99	2 369	52,9	19 800		31 050	
FRANCE DIMANCHE	H	700 658	22,17	2 252	58,0	41 040			
HISTORAMA	M	197 156	22,03	998	40,9	6 000		11 000	
HISTORIA	M	167 788	26,85	1 779	46,7	5 600		12 000	
HUMANITÉ DIMANCHE	H	465 000	65,00	1 164	40,7	21 600		31 100	
ICI PARIS	H	465 549	18,34	1 730	55,0	31 800		39 900	
JOURNAL DU DIMANCHE	H	332 190	74,46	1 005	37,4	41 000			
PANORAMA D'AUJOURD'HUI	M	126 486	18,39	577	53,0	4 400		6 700	
PARIS MATCH	H	550 625	22,62	3 276	52,1	26 000		46 000	
PÉLERIN DU XX ^e SIÈCLE	H	501 103	7,34	2 493	55,7	14 520		20 350	
RÉALITÉS	M	86 437	32,79	494	52,1	7 700		10 500	
SÉLECTION DU READER'S DIGEST	M	1 122 808	21,14	5 071	49,1	25 000		38 000	
UNE SEMAINE DE PARIS PARISCOP	H	93 208	65,90	681	48,2	4 900		6 900	
SPECTACLE DU MONDE	M	115 632	33,51	701	51,3	9 500		14 000	
LA VIE	H	422 761	12,09	2 073	60,0	14 500		20 900	
VIE OUVRIÈRE	H	237 725	36,85	1 200*		19 500		27 600	
NEWS MAGAZINES									
EXPRESS	H	574 197	28,78	2 531	45,2	26 800		49 000	
EXPRESS INTERNATIONAL	H	96 000*		450*		10 200		15 400	
MINUTE	H	180 087	34,01	575	42,2	10 200		15 000	
LE NOUVEL OBSERVATEUR	H	321 008	38,66	1 764	44,6	21 100		32 300	
LE POINT	H	230 122	36,85	1 493	44,2	17 300		27 500	
VALEURS ACTUELLES	H	118 938	35,33	512	44,8	9 200		15 500	

* Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

TELEVISION								
TELE JOURNAL	H	182 335	30,53	750*	78,3	7 500		10 000
TELE MAGAZINE	H	150 000*	24,60	681	48,3	3 000		5 000
TELE POCHE	H	1 593 928	29,05	6 081	53,8	20 000		38 000
TELERAMA	H	282 011	39,90	1 054	48,4	10 230		15 840
TELE 7 JOURS	H	2 277 826	31,02	9 052	53,0	48 400		91 300
TELE STAR	H	385 000*				18 370		27 500
TOP TELE	H	320 000*		1 129*		23 100		30 800
FEMININS - FAMILIAUX								
BONHEUR	M	1 129 684	5,86	2 081	64,4	30 635		42 900
BONNE CUISINE	Bimes.	177 612	23,49	2 349*		5 500		9 900
BONNE SOIRÉE TELE	H	222 114	21,27	1 063	71,0	7 986		12 650
CENT IDEES	H	272 219	30,17	1 300*	80,0	17 600		23 100
CLAIR FOYER	M	353 135	6,25	1 745	63,8	12 000		20 000
CONFIDENCES/FEMME MODERNE	H	358 221	16,60	1 121	79,3	8 000		11 200
COSMOPOLITAN	M	152 292	34,89	700*	70,0	9 570		15 180
ECHO DE NOTRE TEMPS	M	563 885	8,38	1 446	71,6	15 000		27 500
ELLE	H	392 468	35,00	2 198	76,0	20 200		37 000
ENFANTS MAGAZINE	M	170 000	35,00	688*		10 000		15 000
FAMDO I	H	1 233 554	16,93	4 570	70,8	35 300		53 350
FAMDO I - CONFIDENCES	H	1 521 995	16,86	5 691	72,0	41 580		61 820
FAMDO I - MON OUVRAGE MA MAISON	M	1 484 143	18,08	5 713	81,8	41 448		61 578
FAMDO I - CONFIDENCES/MON OUVRAGE	M	1 842 364	17,81	6 834	72,0	47 498		70 048
FEMME PRATIQUE	M	272 642	29,33	2 364	83,0	16 500		27 500
FULL	H	1 727 501	18,28	3 777	71,6	22 000		35 200
INTIMITE	H	765 489	17,94	2 300	74,8	12 100		18 200
JOURS DE FRANCE	H	535 473	30,41	3 425	64,5	21 000		41 000
MA CUISINE	M	150 000*				7 700		11 000
MARIE CLAIRE	M	497 150	28,16	3 738	78,2	28 050		47 300
MARIE FRANCE	M	514 716	30,29	3 610	79,6	22 500		41 000
MODES ET TRAVAUX	M	1 394 974	19,22	6 980	80,9	31 460		47 190
MON OUVRAGE/MA MAISON	M	250 589	21,35	1 143	81,8	8 300		11 600
NOTRE TEMPS	M	462 863	23,35	1 290	69,5	11 900		19 800
MON TRICOT	M	213 837	18,88	2 973	88,6	10 120		15 400
NOUS DEUX	H	962 012	17,69	3 021	71,9	14 800		24 200
NOUVELLE FAMILLE EDUCATRICE	M	813 280	14,03	1 181	64,5	14 300		20 400

* Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

TITRES	Pér.	Diffusion	% RP	Audience globale (x 000)	% Femmes	Format plein papier			
						PN	PN	PQ	PQ
PARENTS	M	433 411	22,74	2 844	68,7	24 200		36 300	
POUR L'ENFANT VERS L'HOMME	M	426 644	20,86	1 413	78,1	12 100		17 600	
POUR VOUS MADAME/MODES DE PARIS	H	807 683	20,34	2 770	77,0	16 000		26 300	
LA TABLE	M	120 000*				11 550		16 500	
VOTRE BEAUTÉ	M	100 479	25,46	2 559	94,2	12 300		23 300	
MASCULINS					%				
ACTION AUTOMOBILE	M	476 790	21,04	1 786	Hommes 72,2	17 000		25 850	
AS (ACTION AUTO + SCIENCE ET VIE)	M	721 956	23,22	3 506	64,6	23 650		35 750	
AUTOMOBILE	M	243 269	25,47	1 771	83,8	19 300		30 900	
AUTO JOURNAL	Bimes.	295 369	26,27	1 564	80,2	20 100		29 300	
ÉQUIPE DU LUNDI	H	340 544	40,14	2 505	85,3	56 100		150 000	
HOMME N° 1	M	625 859	23,01	3 581	76,0	33 000		47 300	
LUI	M	508 049	28,93	3 817*	69,3	20 500		33 800	
LA MOTO	M	34 804	18,91			2 500		4 000	
MOTO JOURNAL	H	85 107	21,00			4 400		7 500	
MOTO REVUE	H	88 514	18,81			4 600		7 800	
PLAY BOY	M	184 313	27,30	1 605*	65,7	9 600		16 500	
PRÉVENTION ROUTIÈRE	M	290 181	20,73	1 907	65,4	14 000		25 000	
SPECIAL DERNIÈRE	H	474 654	34,46	1 915	63,3	23 000			
SPORT AUTO	M	101 833	20,86	1 662	84,0	4 400		7 150	
SUPPORMEN	M	508 049	27,84	8 195*		38 300		64 300	
SYSTÈME D	M	185 200	17,55	1 594	73,4	5 500		8 800	
WEEK-END	H	276 185	16,83	1 054	65,7	15 300			
ONZE	M	406 078	24,52	2 016*	77,0	18 000		27 000	

* Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

AFFAIRES								
BUSINESS WEEK (FRANCE)	H	3 056		15*	98,0	\$ 1 770		\$ 2 565
EXPANSION	M	143 888	37,06	1 385	64,7	18 900		26 700
INGENIEURS ET CADRES DE FRANCE	Bimes.	110 785	47,44	280*	78,0	7 820		12 305
INVESTIR	H	37 000*				8 000		
NOUVEL ÉCONOMISTE	H	127 679	42,41	491*	93,0	14 300		21 700
TIME FRANCE	M	48 000		134*	82,2	\$ 2 145		\$ 83 648
VIE FRANÇAISE/L'OPINION	H	113 364	33,11	383*	86,0	16 500		24 200
VISION	M	125 000				FS 14 841		FS 22 776
(en 4 langues: français, anglais, italien, allemand)		(dont 23 900 France)						
JEUNESSE								
AVANT GARDE	M	450 000*		1 200*	Femmes 49,0	19 800		30 600
BEST	M	80 000*				4 000		5 200
HIT	M	402 587	14,11	2 036	56,0	19 950		26 880
JACINTHE	M	165 065	26,09	680*	60,0	10 000		15 000
OK AGE TENDRE	H	211 931	19,25			12 100		19 250
PILOTE	M	101 699	22,25	1 447	32,4	6 500		10 000
PODIUM	M	273 883	17,38	1 600*	85,0	12 500		16 100
ROCK AND FOLK	M	65 885		300*	10,0	4 800		7 250
SALUT	BM	300 164	24,69			18 615		25 330
20 ANS	M	97 191	26,10	539	79,9	6 100		9 800
15 ANS	M	106 419	24,39	642*	90,0	3 000		6 000
ENFANTS								
FORMULE 1	H	65 000	9,30	570*	8,0	5 005		7 700
FRANCS JEUX	BM	55 678	9,57					2 500
FRIPOUNET	H	181 616	5,98	1 320*	50,0	9 130		14 300
OKAPI	BM	115 038	26,04	1 830*	50,0	7 500		12 000
PICSOU	M	407 033	22,88	1 893*	42,0	7 700		11 000
DJIN	H	65 000	9,70	600*	90,0	5 940		9 350
JOURNAL DE MICKEY	H	313 921	25,92	1 894*	44,0	13 200		19 800
PIF GADGET	H	407 772	24,50	2 445*	32,0	10 400		14 400
SPIROU	H	106 419	28,81	337*	32,0	3 080		4 950
TINTIN JUNIOR	H	82 819	18,00	1 077*	39,0	8 250		12 650
DJIN/FORMULE 1	H	130 000	9,50	1 170*	50,0	9 130		14 300

*Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

TITRES	Pér.	Diffusion	% RP	Audience globale (x 000)	% Femmes	Format plein papier			
						PN	PN	PQ	PQ
MAISON									
ABC DÉCOR	M	50 000*				3 000		5 000	
AMI DES JARDINS ET DE LA MAISON	M	150 433	15,48	870	51,1	7 475		11 730	
ART ET DÉCORATION	Bimes.	350 324	16,77	2 987	60,2	23 100		23 100	
BRICOLAGE/MAISON PRATIQUE	M	87 741	24,91	650*	16,0	5 500		8 800	
CONNAISSANCE DES ARTS	M	50 721	39,0	586	50,8	7 200		10 500	
JOURNAL DE LA MAISON	M	138 156	29,78	734	65,3	6 800		11 900	
MADAME FOUINEUSE	Bimes.	120 000*				12 100		16 500	
MAISON DE MARIE CLAIRE	M	209 362	37,56	2 634*	71,8	23 650		32 450	
MAISON ET JARDIN	M	76 229	34,66	1 389	53,1	6 600		9 900	
MAISON FRANÇAISE	M	94 545	28,39	940	53,4	9 240		12 980	
MAISON INDIVIDUELLE	8 num./an	90 557	20,57	1 480*	23,0	8 030		12 100	
MON JARDIN ET MA MAISON	M	172 064	27,68	1 368	55,6	10 120		15 628	
PLAISIR DE LA MAISON	M	117 202	18,21	684	57,0	7 260		11 440	
POUR NOS JARDINS	Bimes.	860 323	7,39	2 275*	39,0	16 000		24 000	
RUSTICA	H	201 251	22,46	715	49,6	8 250		10 450	
TOUT FAIRE	M	160 000*				9 900		13 200	
VOTRE MAISON	Bimes.	299 949	20,95	996	61,3	12 650		17 050	
DISTRIBUTION									
FRANCE ALIMENTAIRE	Bimes.	39 204	9,87			6 000		11 000	
DOMICILE	M	23 000*				5 500		10 500	
LSA	H	20 068	32,08	80*	64,0	6 000		11 500	
MARKET	M	40 087	20,57	60*		8 580		13 750	
NOUVEAU GUIDE DE L'ÉPICIER LIBRE SERVICE	M	40 000*				5 300		9 000	
POINTS DE VENTE	M	21 428	33,04			8 500		14 500	
SPECIAL COMMERCE 2000 - Droguerie Quincaillerie	M	8 000 8 000				5 600			
TOURISME VOYAGES					% Hommes				
ATLAS/AIR FRANCE	M	86 195		600*	61,0	12 100		18 150	
NOUVEAU GUIDE GAULT ET MILLAU	M	103 241	49,08	1 200*	48,0	11 660		16 610	
PARTIR	M	57 067		217*	61,0	7 600		12 000	
SIGNATURE	M	43 697	57,80	132*	87,0	7 200		11 040	
TOURING	M	292 953	55,07	1 286	54,7	12 600		21 000	

* Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

SCIENCES								
PSYCHOLOGIE	M	53 627	22,10	62*	50,0	7 000		9 600
LA RECHERCHE	M	56 447	31,70			3 850		4 950
SCIENCE ET VIE	M	229 767	28,84	1 950	60,0	9 350		13 750
SCIENCES ET AVENIR	M	60 381	27,37	300*	86,0	4 200		6 200
DIVERS								
PHOTO	M	158 402	26,35	1 781*	63,4	9 900		15 900
SKI FLASH MAGAZINE	M	30 646	15,28	326*	54,7	6 350		9 850
SON MAGAZINE	M	27 223	33,96	666*	78,5	3 990		6 760
INDUSTRIES ET TECHNIQUES	27 n./an	44 319	25,13			6 720		10 320
MONITEUR DES T.P. ET DU BÂTIMENT	H	76 586	28,67			6 960		11 700
LA TECHNIQUE	10 n./an	22 000*				4 620		6 870
USINE NOUVELLE	H	60 665	37,78			7 980		14 280
VIE DU RAIL	H	279 503	21,40	974*	52,0	8 500		12 500

*Diffusion non OJD ou audience non CESP (source supports)

MAGAZINES RÉGIONAUX OU MAGAZINES AYANT DES ÉDITIONS RÉGIONALES

TITRES	ÉDITION	PÉRIODICITÉ	DIFFUSION	TARIF FORMAT PLEIN PAPIER (F)	
				PN	PQ
ACTION AUTOMOBILE	ILE DE FRANCE	Mensuel	100 000	4 620	
BONHEUR	PARISIENNE	3 numéros par an	650 000	21 725	30 800
ELLE	PARISIENNE	Hebdomadaire sauf juillet et août	185 000	11 000	18 000
	LYONNAISE	Mensuel	50 000	6 900	9 900
FAMDO 1	PARISIENNE	Bimensuel	240 000	16 500	24 200
HUMANITÉ DIMANCHE	PARISIENNE	Hebdomadaire	302 250	21 000	
JOURS DE FRANCE	PARISIENNE	Hebdomadaire	220 000	13 500	21 500
	NORD	Mensuel	24 000	6 000	
LUI	PARISIENNE	Mensuel	150 000	9 200	18 200
	RHÔNE-ALPES	Mensuel	40 000	3 600	7 500
	NORD (LILLE)	Mensuel	12 142	4 000	
MAISON FRANÇAISE	RHÔNE-ALPES				
	MÉDITERRANÉE	Avril - Mai - Octobre - Novembre	20 690	4 620	6 050
	PARIS/RÉGION PARISIENNE	Décembre - Janvier	27 440	4 620	6 050
MAISON ET JARDIN	RHÔNE-ALPES	4 numéros par an	15 000	4 200	5 500
MARIE CLAIRE	PARISIENNE	Mensuel	180 000	13 200	24 200
	RHÔNE-ALPES	Mensuel	60 000	6 600	13 200
	EST	Mensuel	35 000	5 225	
	NORD	Mensuel	35 000	5 225	
MARIE FRANCE	PARISIENNE	Mensuel	149 853	15 000	20 000
PARIS MADAME	MAGAZINE PARISIEN	Mensuel	50 000	6 326	8 030
PARIS MATCH	PARISIENNE	Hebdomadaire	180 000	13 000	21 000
SÉLECTION	PARISIENNE	Mensuel	242 475	8 600	13 350
SPÉCIAL DERNIÈRE	PARISIENNE	Hebdomadaire	200 000	11 500	
TÉLÉ 7 JOURS	PARISIENNE	Bimensuel	714 344	28 600	45 100
VIVRE HEBDOGUIDES	MAGAZINE PARISIEN	Mensuel	60 000	7 500	11 300

Reproduction interdite

PRESSE: PRINCIPAUX SUPPORTS EN EUROPE

PAYS	POPULATION FOYERS	TITRES	DIFFUSION (x 000)	QUOTIDIENS		MAGAZINES HEBDO SAUF CAS CONTRAIRE	
				M/M	PAGE	NOIR	QUAD
BELGIQUE	9 800 000 33% wall. 58% flam. 11% brux. 3 380 000	Groupe U.J.B. 18 journaux: (12 wallons, 6 flamands: le Soir, Het Laeste...) IMPACT (E) ECHO DE LA BOURSE (E) POURQUOI PAS (N) KNACK (N) PANORAMA/ONS LAND (ILL.) CHEZ NOUS/ONS VOLK (FAM.) TELE. MOUSTIQUE HUMO (TV) LIBELLE/ROSITA (FEM.)	1 300 42 30 87 78 207 201 419 394	FB 38	FB 1 453 631 FB 147 630	FB 38 000 FB 27 000 FB 27 000 FB 45 100 FB 62 000 FB 61 000 FB 108 500	FB 48 000 FB 45 000 FB 45 000 FB 66 500 FB 94 000 FB 86 900 FB 165 200
ESPAGNE	35 472 000 7 973 000	Barcelone LA VANGUARDIA Madrid ABC ECONOMIA (E) CAMBIO 16 (N) SEMANA (ILL.) LECTURAS (FAM.) Madrid TELEPROGRAMMA (TV) Barcelone PRONTO (TV)	298 209 197 431 550 776 378	P 91 P 119 non communiqué	P 103 000 P 144 000	P 15 000 P 140 000 P 121 000 P 110 000 P 90 000 P 85 000	Bicolor 20 000 P 200 000 P 250 000 P 260 000 P 180 000 P 150 000
GRANDE-BRETAGNE	55 900 000 19 200 000	THE TIMES DAILY TELEGRAPH THE FINANCIAL TIMES (E) THE ECONOMIST (E) International THE ECONOMIST (E) National NEW STATEMAN (N) THE OBSERVER COLOUR MAGAZINE (ILL.) THE READER'S DIGEST (FAM.) RADIO TIMES TV TIMES WOMAN'S OWN (FEM.) THE SUNDAY TIMES (Dimanche)	350 1 300 185 135 55 43 790 1 437 3 490 3 310 1 539 1 500	F Cm/col. F 100,00 F 190,00 F 12,50 F 400	F 44 800 F 7 200 F 5 600 F 88 700	S 1 630 S 1 000 F 375 F 1 950 F 2 850 F 4 350 F 4 050 F 1 910	\$ 4 730 \$ 2 390 £ 2 950 £ 3 550 £ 8 150 £ 7 000 £ 2 910
ITALIE	56 189 000 17 047 000	Milan CORRIERE DELLA SERRA Turin LA STAMPA Rome IL MESSAGERO MONDO ECONOMICO (E) EUROPEO (N) ESPRESSO (ILL.) FAMIGLIA CRISTIANA (FAM.) SORRISI E CANZONI (TV) GRAZIA (FEM.)	517 427 268 64 157 354 1 450 932 331	mod. 42x45 h L 100 000 L 92 000 L 52 000	L 10 584 000 L 9 936 000 L 5 616 000	L 320 000 L 1 760 000 L 2 040 000 L 4 000 000 L 3 300 000 L 2 596 000	L 576 000 L 3 168 000 L 3 672 000 L 7 200 000 L 5 940 000 L 4 672 800

E = Economique N = News ILL. = Illustré FAM. = Familial FEM. = Féminin TV = Radio/TV

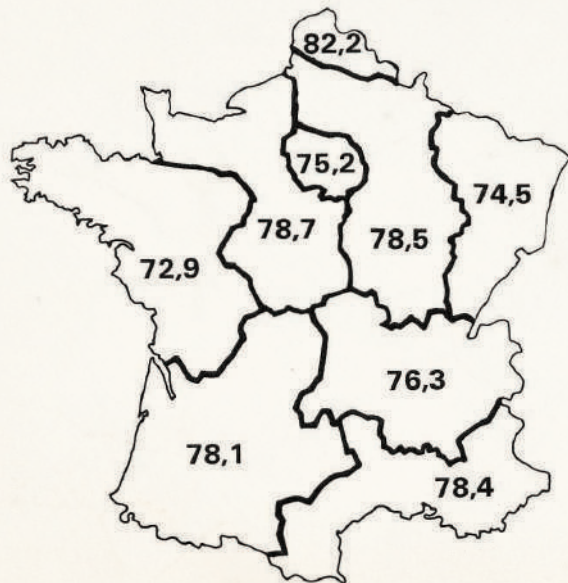
Reproduction interdite

PRESSE: PRINCIPAUX SUPPORTS EN EUROPE

PAYS	POPULATION FOYERS	TITRES	DIFFUSION (x 000)	QUOTIDIENS		MAGAZINES HEBDO SAUF CAS CONTRAIRE	
				M/M	PAGE	NOIR	QUAD.
PAYS-BAS	13 599 000 4 207 000	Amsterdam DE TELEGRAAF	545	Fih 5,81	Fih 27 940		
		Rotterdam ALGEMEEN DAGBLAD	316	Fih 3,63	Fih 16 830		
		NRC/HANDELSBLAD	100	Fih 2,60	Fih 10 780		
		FEM (E)	11			Fih 2 095	Fih 3 540
		ELSEVIER'S MAGAZINE (N)	129			Fih 3 565	Fih 6 590
		PANORAMA (ILL.)	390			Fih 10 640	Fih 17 520
		NEIUWE REVU (FAM.)	170			Fih 5 368	Fih 9 113
		AVRO BODET/TELEVIZIER (TV)	920			Fih 17 360	Fih 25 770
		MARGRIET (FEM.)	680			Fih 15 376	Fih 25 620
R.F.A.	61 991 500 23 722 000	FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG	292	DM 6,40	DM 26 624		
		Hambourg DIE WELT	229	DM 5,30	DM 22 048		
		CAPITAL (E) (Mensuel)	189			DM 11 700	DM 21 060
		DER SPIEGEL (N)	296			DM 23 460	DM 44 574
		DER STERN (ILL.)	468			DM 36 320	DM 65 376
		ELTERN (FAM.)	736			DM 18 000	DM 30 600
		HORZU (TV)	3 968			DM 60 800	DM 97 280
		BRIGITTE (FEM.) (Bimensuel)	1 403			DM 29 440	DM 55 936
SUISSE	6 460 000 73% All. 23% Fr. 4% Ita. 2 261 666	Zürich NEUE ZÜRCHER ZEITUNG	101	FS 7,00	FS 5 517,60		
		Bâle BASLER ZEITUNG	116	FS 7,00	FS 6 720,00		
		Lausanne 24 HEURES	101	FS 3,40	FS 4 016,90		
		Genève LA TRIBUNE (Bihebd)	71	FS 3,62	FS 3 903,90		
		FINANZ UND WIRTSCHAFT (E)	21	FS 0,93	FS 3 746,04		
		SCHWEIZERISCHE HANDELS ZEITUNG (E)	25	FS 3,90	FS 6 412,50		
		IMPACT (N) (Mensuel)	15			FS 2 000	FS 3 455
		BRIGITTE (FEM.) (Bimensuel)	80			FS 4 114	FS 7 461
		E = Economique FAM. = Familial N = News FEM. = Féminin ILL. = Illustré TV = Radio/TV					

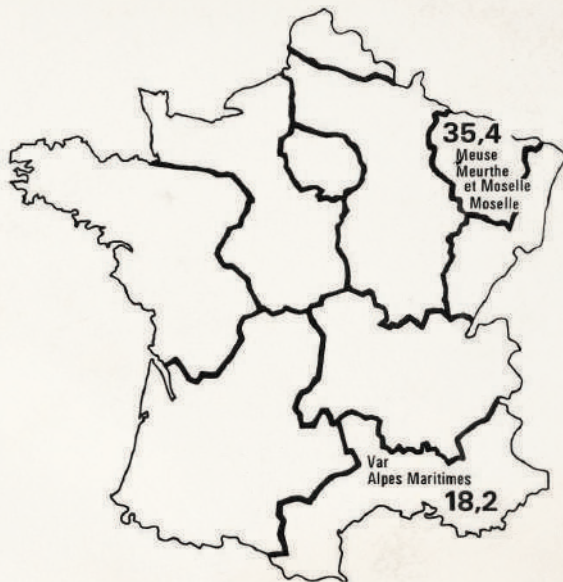
LA TÉLÉVISION

TÉLÉVISION EN GÉNÉRAL



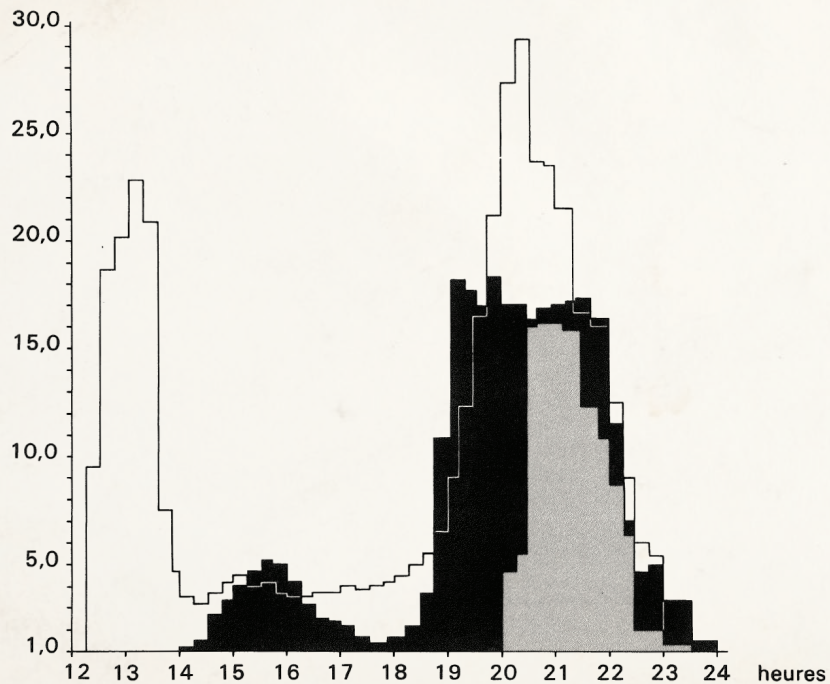
Ensemble France entière **76,8 %**
 (sur 100 habitants de chaque Région, 76, 8 regardent au moins 1 chaîne)

TÉLÉVISIONS PÉRIPHÉRIQUES



(Sur 100 habitants de chaque zone, regardent la station)
 C.E.S.P. 1976

Pénétration (%) jour moyen de semaine
Ensemble population



C.E.S.P. 1976

TF1 : 

A2 : 

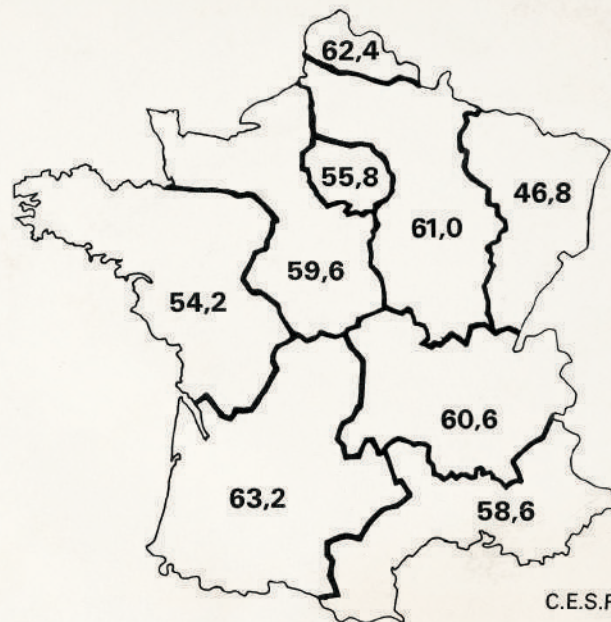
FR3 : 

TF1 : 21 743 000 téléspectateurs (CESP 1976)

Tarif 1-1-77

SEMAINE							
ÉCRANS	AUDIENCE 1/4 h		TARIF (F)				
	Ens. (x 000)	% Men.	8''	15''	20''	30''	45''
12 h 30 - 12 h 45	6 924	45	14 500	26 500	35 500	48 500	69 000
12 h 45 - 13 h 00	7 564	45	21 000	38 500	51 500	70 000	99 500
18 h 45 - 19 h 00	2 521	51	6 500	11 500	15 500	21 000	30 000
19 h 15 - 19 h 30 (sauf samedi)	4 591	42	11 000	20 500	27 000	37 000	52 500
19 h 30 - 19 h 45	6 209	47	18 000	32 500	43 500	59 500	85 000
20 h 00 - 20 h 15	10 649	44	28 500	52 000	69 500	94 500	134 500
20 h 15 - 20 h 30	10 988	44	27 000	50 000	66 500	90 500	129 000
13 h 30 - 13 h 45 (mercredi et samedi)			8 500	16 000	21 500	29 000	41 500
14 h 45 - 15 h 00 (lundi et mardi)			4 500	8 000	10 500	14 500	20 500
17 h 45 - 18 h 00 (mercredi, vendredi, samedi)	1 505	46	8 500	16 000	21 500	29 000	41 500
21 h 15 - 21 h 30 (mardi et jeudi)			13 000	24 000	32 000	43 500	62 000
21 h 30 - 21 h 45 (samedi)			22 000	40 500	54 000	73 500	104 500

TF1 : Audience d'un jour de semaine (en cumulé - %)



C.E.S.P. 1976

Ensemble France entière **57,8 %**
(sur 100 habitants de chaque Région, regardent la chaîne ...)

DIMANCHE							
ÉCRANS	AUDIENCE ¼ h		TARIF (F)				
	Ens. (x 000)	% Mén.	8"	15"	20"	30"	45"
12 h 45 - 13 h 00	7 300	42	20 500	37 500	50 000	68 000	97 000
13 h 15 - 13 h 30	10 536	42	26 000	47 500	63 500	86 500	123 500
14 h 00 - 14 h 15	7 714	44	14 500	26 500	35 500	48 500	69 000
19 h 15 - 19 h 30	6 021	49	14 500	26 500	35 500	48 500	69 000
19 h 30 - 19 h 45	5 870	45	13 000	24 000	32 000	43 500	62 000
20 h 30 - 20 h 45	14 563	40	36 500	67 000	89 500	122 000	174 000

Majoration: 10% pour emplacement préférentiel et 20% pour présentation dans une même séquence de produits de marques différentes.

Temps de base autorisé par produit en période A (1^{er} février - 31 mai et 16 septembre - 30 novembre):

13' du lundi au vendredi (écran "libre": 12 h 30 - 12 h 45).

Temps supplémentaire en période A: samedis, dimanches, jours fériés et écran "libre":

tout dépassement des 13' en période A doit avoir une contrepartie proportionnelle en période B.

Abattements saisonniers:

- 8% (1^{er} - 31 décembre), - 10% (1^{er} - 15 septembre), - 12% (janvier) ou
- 20% (juin), - 30% (1^{er} - 15 juillet).
- 35% (16 juillet au 31 août), - 10% (1^{er} au 15 septembre).

Majoration saisonnière: + 5% en mai de 19 h 30 à 20 h 30.

Publicité collective: - 35%.

Secteurs économiques admis à l'antenne:

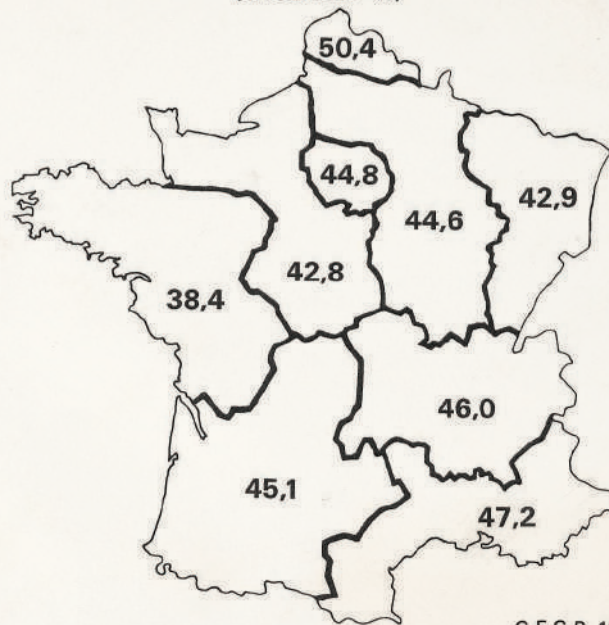
tous, sauf les bijoux, la construction et les maisons préfabriquées, les cours par correspondance, la distribution, les lignes aériennes, la location de main-d'œuvre, la margarine, les machines comptables et les ordinateurs, les produits amaigrissants, les textiles et fibres artificiels ou synthétiques, le tourisme, la V.P.C. ou à domicile, les alcools, le tabac, l'édition et les spectacles.

ANTENNE 2 : 16 697 000 téléspectateurs (CESP 1976)

Tarif au 1-1-77

SEMAINE						
ÉCRANS	AUDIENCE 1/4 h		TARIF (F)			
	Ens. (x 000)	% Men.	15''	20''	30''	45''
15 h - 15 h 15 (sauf le samedi)	1 618	60	10 300	13 800	18 700	26 600
15 h 45 - 16 h (mercredi)			5 400	7 400	9 900	14 300
18 h 45 - 19 h	4 064	50	17 500	23 200	31 500	45 300
19 h 15 - 19 h 30	6 688	46	31 000	41 400	56 200	79 800
19 h 30 - 19 h 45	6 472	44	35 000	46 300	63 000	90 100
19 h 45 - 20 h	6 849	42	42 400	56 600	76 900	109 800
20 h 15 - 20 h 30	6 472	41	40 900	54 200	73 900	105 400
21 h 30 - 21 h 45 (lundi, mercredi, vendredi)	4 327	43	27 000	36 500	49 300	70 500
22 h - 22 h 15 (samedi)			20 200	27 000	36 500	52 200

ANTENNE 2 : Audience d'un jour de semaine (en cumulé - %)



Ensemble France entière : **44,4 %**
(sur 100 habitants de chaque Région, regardent la chaîne...)

C.E.S.P. 1976

ANTENNE 2

DIMANCHE						
ÉCRANS	AUDIENCE 1/4 h		TARIF (F)			
	Ens. (x 000)	% Men.	15''	20''	30''	45''
14 h 45 - 15 h 00	4 440	38	17 700	23 200	31 500	45 300
15 h 00 - 15 h 15	3 989	43	10 300	13 800	18 700	26 600
18 h 00 - 18 h 15	1 844	31	17 700	23 200	31 500	45 300
18 h 45 - 19 h 00	3 086	27	15 300	20 200	27 600	39 400
19 h 45 - 20 h 00	7 225	39	42 400	56 600	76 900	19 800
20 h 15 - 20 h 30	6 623	42	40 900	54 200	73 900	105 400
21 h 30 - 21 h 45	4 779	38	27 000	36 500	49 300	70 500

Majorations: Idem TF1

Temps de base autorisé par produit en période A (1^{er} février - 31 mai et 16 septembre - 30 novembre):
9' du lundi au vendredi (écrans "libres" 15 h 30 - 15 h 45 et 18 h 45 - 19 h).

Temps supplémentaire en période A: samedis, dimanches, jours fériés et écrans "libres".

Tout dépassement des 9' en période A doit avoir une contrepartie proportionnelle en B, C ou B et C.

Abattements saisonniers: -10% en période B (janvier - 1^{er} juin au 30 juin - 1^{er} au 15 septembre - décembre) et -50% en période C (1^{er} juillet - 31 août).

Majoration saisonnière: +10% en mars et octobre.

Publicité collective: Idem TF1.

Secteurs économiques admis à l'antenne: Idem TF1.

TÉLÉ LUXEMBOURG

1212 000 personnes de + de 15 ans (425 000 ménagères) équipées en France.
448 000 téléspectateurs dans les départements de Moselle, Meuse, Meurthe-et-Moselle.

SEMAINE ET DIMANCHE						
ÉCRANS	AUDIENCE 1/4 h		TARIF (F)			
	Ens. (x 000)	% Men.	15"	20"	30"	45"
17 h 30	20	50	1 250	1 700	2 100	2 850
18 h 30	125	45	1 250	1 700	2 100	2 850
18 h 50	120	48	1 250	1 700	2 100	2 850
19 h 00	130	43	1 800	2 250	2 750	3 700
19 h 30	139	42	1 800	2 250	2 750	3 700
19 h 55	156	40	1 800	2 250	2 750	3 700
20 h 00	215	41	3 050	3 900	4 800	6 550
20 h 30	247	44	3 050	3 900	4 800	6 550
21 h 00	247	43	3 050	3 900	4 800	6 550
21 h 30	221	42	3 050	3 900	4 800	6 550
22 h 30	175	44	3 050	3 900	4 800	6 550
NOUVEAUX ÉCRANS						
12 h 30			1 340	1 600	2 000	2 680
12 h 45			1 340	1 600	2 000	2 680
13 h 15			1 340	1 600	2 000	2 680
13 h 30			1 340	1 600	2 000	2 680

Magazine féminin (3' à 5'):

3 000 F de frais d'antenne.

8 500 F de frais technique.

Patronage d'émissions de:

3 à 5' - 2 100 - 2 750 ou 4 800 les 30" de publicité.

5 à 10' - 2 850 - 3 700 ou 6 550 les 45" de publicité.

10 à 30' - 3 500 - 4 400 ou 7 850 les 60" de publicité.

Emissions hors programme de:

0 à 15' - 15 000 F de location d'antenne.

16 à 30' - 25 000 F de location d'antenne.

31 à 60' - 40 000 F de location d'antenne.

TÉLÉ MONTE-CARLO

717 000 personnes de + de 15 ans (303 000 ménagères) équipées en France.
193 000 téléspectateurs dans les départements du Var et des Alpes-Maritimes.

SEMAINE ET DIMANCHE						
ÉCRANS	AUDIENCE 1/4 h		TARIF (F)			
	Ens. (x 000)	% Men.	15"	20"	30"	45"
18 h 29	46	52	830	1 030	1 400	2 000
18 h 37	65	40	830	1 030	1 400	2 000
18 h 43	65	40	830	1 030	1 400	2 000
19 h 11	42	48	830	1 030	1 400	2 000
19 h 26	46	50	830	1 030	1 400	2 000
19 h 46	50	54	830	1 030	1 400	2 000
19 h 50	50	54	830	1 030	1 400	2 000
19 h 58	50	54	1 245	1 545	2 100	3 000
20 h 12	84	46	1 245	1 545	2 100	3 000
20 h 27	85	46	1 245	1 545	2 100	3 000
20 h 55	92	49	1 245	1 545	2 100	3 000
20 h 59	92	49	1 245	1 545	2 100	3 000
21 h 43	82	47	1 245	1 545	2 100	3 000
22 h 30	72	46	830	1 030	1 400	2 000

Frais techniques du direct: 630 F.

Patronage d'émission de:

3 à 5' - 1 400 F les 30" de publicité.

5 à 10' - 2 000 F les 45" de publicité.

10 à 30' - 2 480 F les 60" de publicité.

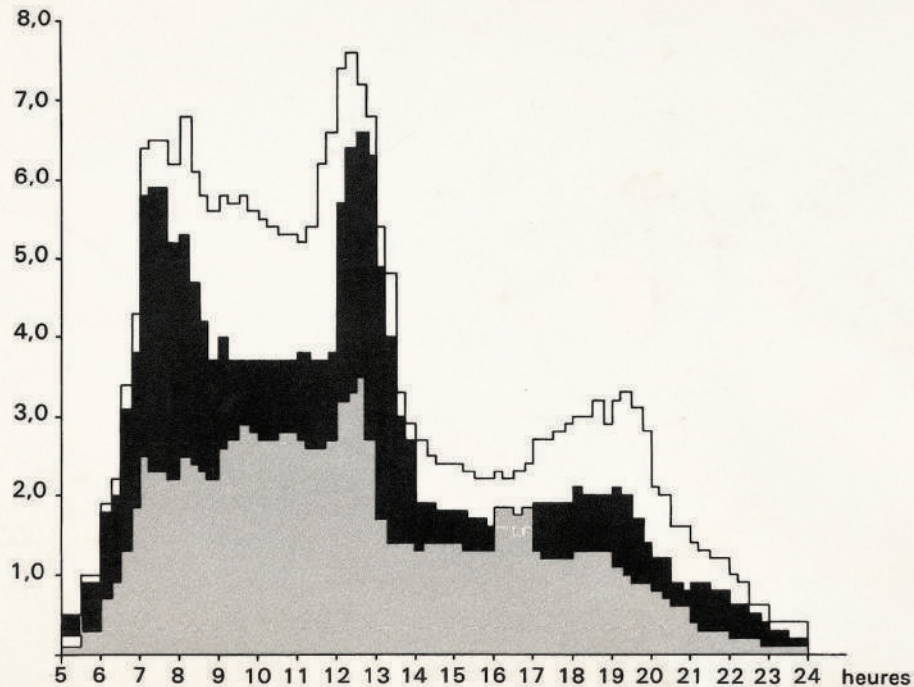
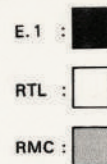
Emissions hors programmes: antenne et technique sur devis.

LA RADIO

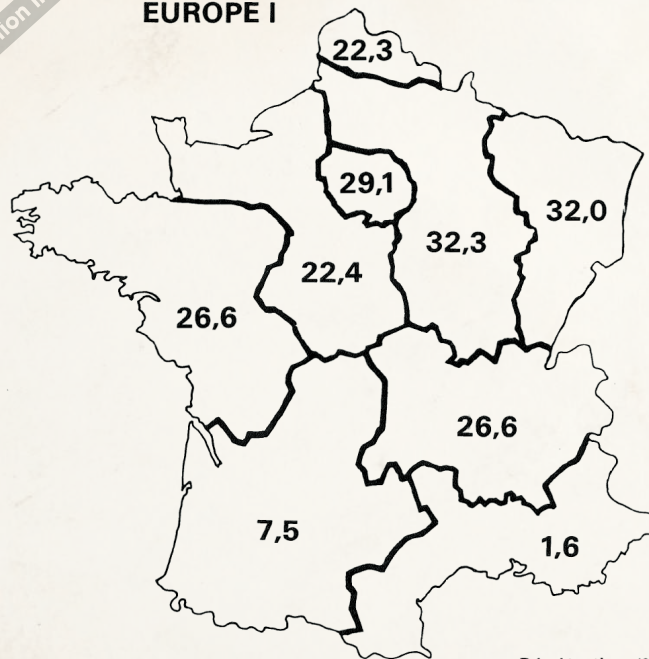
Pénétration (%) jour moyen de semaine
Ensemble population

RADIO

C.E.S.P. 1976

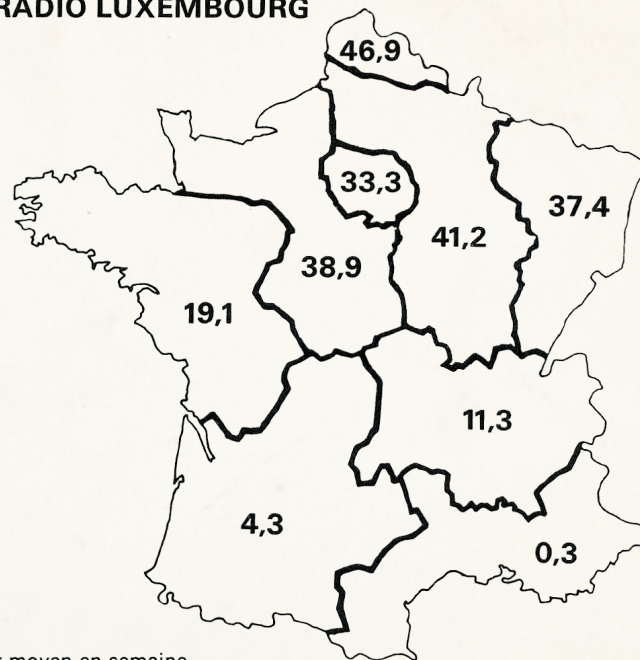


EUROPE I



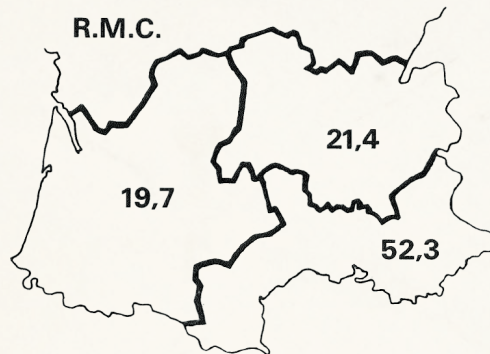
Ensemble France : **22,6 %**

RADIO LUXEMBOURG

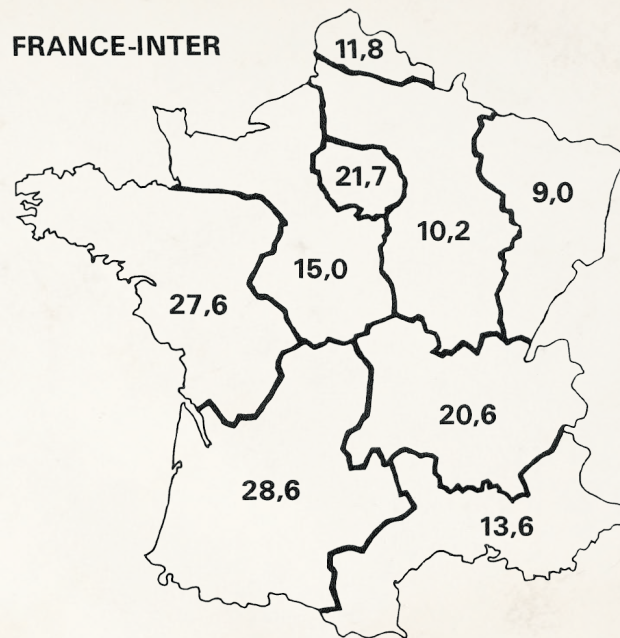


Ensemble France : **24,8 %**

Pénétration (%) un jour moyen en semaine
C.E.S.P. 1976



Ensemble France : **10,8 %**
 Pénétration (%) un jour moyen en semaine
 C.E.S.P. 1976



Ensemble France : **18,8 %**
 Pénétration (%) un jour moyen en semaine
 C.E.S.P. 1976

Reproduction interdite **EUROPE 1:** 8 491 000 auditeurs (CESP 1976)

Durée moyenne d'écoute par jour: 2 h 10 min.

TRANCHES HORAIRES	SEMAINE							TRANCHES HORAIRES	DIMANCHE						
	AUDIENCE		TARIF (F)						AUDIENCE		TARIF (F)				
	Ens. (000)	% Mén.	5''	15''	30''	45''	60''		Ens. (000)	% Mén.	5''	15''	30''	45''	60''
5 h 00 - 6 h 00	263	29	600	1 050	1 500	2 250	3 000	6 h 00 - 7 h 00	339	31	440	770	1 100	1 650	2 200
6 h 00 - 6 h 30	715	30	1 440	2 520	3 600	5 400	7 200	7 h 00 - 7 h 45	1 242	29	880	1 540	2 200	3 300	4 400
6 h 30 - 7 h 00	1 279	35	2 420	4 320	6 200	9 300	12 400	7 h 45 - 8 h 00	1 467	23	1 160	2 030	2 900	4 350	5 800
7 h 00 - 9 h 00	1 119	45	3 916	6 853	9 720	14 685	19 580	8 h 00 - 10 h 00	1 835	34	3 800	6 650	9 500	14 250	19 000
9 h 00 - 12 h 00	1 392	50	2 880	5 040	7 200	10 800	14 400	10 h 00 - 12 h 30	1 430	37	2 840	4 970	7 400	10 650	14 200
12 h 00 - 13 h 00	2 233	44	4 980	7 890	10 800	15 650	20 500	12 h 30 - 13 h 00	715	36	1 600	2 800	4 000	6 000	8 000
13 h 00 - 13 h 15	2 032	44	4 656	8 148	11 640	17 460	23 280	13 h 00 - 21 h 30	527	23	800	1 400	2 000	3 000	4 000
13 h 15 - 13 h 30	1 806	44	2 064	3 612	5 160	7 740	10 320	21 h 30 - 22 h 00	226	7	600	1 050	1 500	2 250	3 000
13 h 30 - 14 h 00	1 166	50	1 720	3 040	4 300	6 450	8 600	Après 22 h 00	113	26	260	450	650	975	1 300
14 h 00 - 17 h 00	640	38	1 080	1 890	2 700	4 050	5 400								
17 h 00 - 18 h 30	715	36	1 440	2 520	3 600	5 400	7 200								
18 h 30 - 19 h 30	753	34	1 588	2 772	3 960	5 940	7 920								
19 h 30 - 20 h 00	564	38	1 440	2 520	3 600	5 400	7 200								
20 h 00 - 21 h 00	376	32	760	1 330	1 900	2 850	3 800								
21 h 00 - 22 h 00	301	20	560	980	1 400	2 100	2 800								
Après 22 h 00	150	20	260	450	650	975	1 300								

De 12 h 00 à 13 h 00 la station facture 1.100 F de frais techniques pour l'émission de Pierre Bellemare "20 Millions Cash".

Les messages passés immédiatement avant, après ou au cours des émissions d'information sont majorés de 20% sauf au cours des tranches horaires.

7 h 00 à 9 h 00 et 18 h 30 à 19 h 30 où la majoration est de 10%.

Publicité collective: du 15-12 au 15-2 et du 1-7 au 10-9: abattement de 15% et 10% – Autres mois: 15%. Prix sans dégressif.

R.T.L.: 9 321 000 auditeurs (CESP 1976)

Durée moyenne d'écoute par jour: 2 h 35 min.

TRANCHES HORAIREs	SEMAINE							TRANCHES HORAIREs	DIMANCHE						
	AUDIENCE		TARIF (F)						AUDIENCE		TARIF (F)				
	Ens. (000)	% Mén.	5''	15''	30''	45''	60''		Ens. (000)	% Mén.	5''	15''	30''	45''	60''
5 h 30 - 6 h 00	150	71	300	700	1 000	1 200	1 400	6 h 00 - 6 h 30	339	45	240	560	800	960	1 120
6 h 00 - 6 h 30	753	34	750	1 750	2 500	3 000	3 500	6 h 30 - 7 h 00	489	53	390	910	1 300	1 560	1 820
6 h 30 - 7 h 00	1 430	41	1 860	4 340	6 200	7 440	8 680	7 h 00 - 8 h 00	1 317	51	1 080	2 520	3 600	4 320	5 040
7 h 00 - 9 h 30	2 295	55	3 000	7 000	10 000	12 000	14 000	8 h 00 - 9 h 00	2 070	47	2 460	5 740	8 200	9 840	11 480
9 h 30 - 11 h 30	2 032	63	2 610	6 090	8 700	10 440	12 180	9 h 00 - 12 h 00	3 198	52	3 720	8 680	12 400	14 880	17 360
11 h 30 - 13 h 00	2 634	55	3 090	7 210	10 300	12 360	14 420	12 h 00 - 13 h 00	941	50	900	2 100	3 000	3 600	4 200
13 h 00 - 18 h 30	1 016	53	1 080	2 520	3 600	4 320	5 040	13 h 00 - 21 h 00	263	23	240	560	800	960	1 120
18 h 30 - 20 h 00	1 166	42	1 290	3 010	4 300	5 160	6 020	Après 21 h 00	150	20	150	420	500	600	700
20 h 00 - 21 h 00	677	27	780	1 820	2 600	3 120	3 640								
Après 21 h 00	339	27	270	630	900	1 080	1 260								

Publicité collective: abattement -15% sans dégressif.

Tarif parisien: un abattement forfaitaire de 10% sans dégressif est réservé aux annonceurs dont l'activité commerciale est strictement limitée à la Région Parisienne.

Il ne s'applique pas avant 13 h 00 les jeudis, vendredis, samedis.

RADIO MONTE-CARLO

4 068 000 auditeurs (CESP 1976)

Durée moyenne d'écoute par jour: 2 h 35 min.

TRANCHES HORAIRES	SEMAINE et DIMANCHE								
	AUDIENCE SEMAINE		AUDIENCE DIMANCHE		TARIF (F)				
	Ens. (000)	% Men.	Ens. (000)	% Men.	5''	15''	30''	45''	60''
5 h 30 - 6 h 30	226	47	75	48	245	500	700	1 000	1 200
6 h 30 - 7 h 00	564	43	188	49	580	1 200	1 650	2 300	2 650
7 h 00 - 9 h 00	865	55	527	38	—	2 800	4 000	5 600	6 400
9 h 00 - 12 h 00	1 016	57	1 430	41	1 500	2 900	4 200	5 900	6 700
12 h 00 - 13 h 30	978	48	451	34	—	2 600	3 700	5 200	6 000
13 h 30 - 17 h 00	527	46	226	47	680	1 400	1 950	2 800	3 100
17 h 00 - 19 h 00	489	41	263	46	630	1 250	1 800	2 500	2 900
19 h 00 - 20 h 00	376	28	301	46	—	1 000	1 450	2 000	2 350
20 h 00 - 21 h 00	263	23	188	24	320	650	900	1 250	1 450
21 h 00 - 22 h 00	113	26	188	40	140	290	400	560	700
Après 22 h 00	38	—	113	67	100	200	300	430	550

SUD-RADIO: 517 000 auditeurs quotidiens

(tous les jours ou presque à l'écoute) CESP 1976

TRANCHES HORAIRES	SEMAINE et DIMANCHE				
	TARIF (F)				
	5''	15''	30''	45''	60''
6 h 00 - 7 h 00	135	315	450	540	630
7 h 00 - 9 h 00	255	515	850	1 020	1 190
9 h 00 - 11 h 30	210	490	700	840	980
11 h 30 - 13 h 00	225	525	750	900	1 050
13 h 00 - 16 h 30	117	273	390	468	546
16 h 30 - 18 h 00	96	224	320	384	448
18 h 00 - 19 h 00	111	259	370	444	518
19 h 00 - 20 h 00	96	224	320	384	448
20 h 00 - 22 h 00	60	140	200	240	280
22 h 00 - 24 h 00	39	90	130	156	182

Majoration été: + 20% du 15 juin au 15 septembre.

Publicité collective: abattement de - 15% sans dégressif.

RADIO-ANDORRE

61 000 auditeurs réguliers – (tous les jours ou presque à l'antenne) – CESP 1976

TRANCHES HORAIRE	SEMAINE				TRANCHES HORAIRE	DIMANCHE			
	TARIF (F)					TARIF (F)			
	15''	30''	45''	60''		15''	20''	45''	60''
6 h 00 - 6 h 30	170	240	336	408	6 h 00 - 7 h 00	170	240	336	408
6 h 30 - 7 h 00	250	360	504	612	7 h 00 - 8 h 00	250	360	504	612
7 h 00 - 9 h 00	390	550	770	935	8 h 00 - 9 h 00	320	450	630	765
9 h 00 - 12 h 00	320	450	630	765	9 h 00 - 14 h 00	390	550	770	935
12 h 00 - 13 h 30	390	550	770	935	Après 14 h 00	Comme en semaine			
13 h 30 - 14 h 00	320	450	630	765					
14 h 00 - 18 h 00	170	240	336	408					
18 h 00 - 20 h 00	280	360	504	612					
Après 20 h 00	70	100	140	170					

FRANCE INTER

7 059 000 auditeurs (CESP 1976)

Durée moyenne d'écoute par jour: 1 h 54 min.

TRANCHES HORAIRE	SEMAINE						TRANCHES HORAIRE	DIMANCHE					
	AUDIENCE		TARIF (F)					AUDIENCE		TARIF (F)			
	Ens. (000)	% Mén.	15''	30''	45''	60''		Ens. (000)	% Mén.	15''	30''	45''	60''
5 h 00 - 6 h 00	301	25	550	750	900	1 200	5 h 00 - 7 h 00	263	35	700	1 000	1 200	1 400
6 h 00 - 6 h 30	489	31	1 100	1 600	1 900	2 560	7 h 00 - 8 h 00	715	53	2 000	2 800	3 400	4 000
6 h 30 - 7 h 00	790	37	1 800	2 500	3 000	4 000	8 h 00 - 12 h 00	1 392	43	3 400	4 800	5 800	6 800
7 h 00 - 8 h 00	1 693	47	3 700	5 200	6 300	8 320	12 h 00 - 12 h 30	941	45	1 400	2 000	2 400	2 800
8 h 00 - 9 h 00	1 543	50	3 300	4 700	5 700	7 520	12 h 30 - 13 h 00	1 166	47	3 200	4 500	5 400	6 400
9 h 00 - 12 h 00	865	60	1 900	2 700	3 300	4 320	14 h 00 - 19 h 00	226	34	1 200	1 700	2 000	2 400
12 h 00 - 12 h 30	1 279	56	2 800	4 000	4 800	6 400	19 h 00 - 20 h 00	640	43	1 800	2 500	3 000	3 600
12 h 30 - 13 h 00	1 844	51	3 500	4 900	5 900	7 840	20 h 00 - 23 h 00	301	40	300	400	500	600
14 h 00 - 19 h 00	451	47	1 400	2 000	2 400	3 200							
19 h 00 - 20 h 00	753	43	1 900	2 700	3 300	4 320							
20 h 00 - 22 h 00	301	40	900	1 250	1 500	2 000							
22 h 00 - 23 h 00	150	31	300	400	500	640							

Publicité Collective uniquement:

Les tarifs mentionnés s'entendent hors-taxes, frais techniques obligatoires en sus.

LE CINÉMA

Sexe: Hommes: 54%
Femmes: 46%

Age: 15 à 24 ans 44%
dont 15 à 17 ans 11%
18 à 20 ans 14%
21 à 24 ans 19%
25 à 34 ans 29%
35 à 49 ans 17%
50 à 64 ans 7%
65 et plus 3%

Habitat: Communes rurales 16%
Agglomérations de moins de 20 000 habitants 12%
Agglomérations de 20 à 50 000 habitants 7%
Agglomérations de 50 à 100 000 habitants 7%
Agglomérations de plus de 100 000 habitants 30%
Agglomérations de Paris 28%

Catégorie Socio-professionnelle du chef de famille
Agriculteur 5%
Petit Patron 6%
Affaire Cadre supérieur 16%
Cadre moyen 20%
Employé 10%
Ouvrier Qualifié-Contremaître 19%
Ouvrier Spécialisé-Service 13%
Inactif 11%

- Le cinéma publicitaire se vend au contact-spectateur et chaque salle peut être achetée séparément.
- Les salles sont classées en trois catégories de clientèle A-B-C (déterminées par le prix d'entrée taxable).
- Le coût du contact-spectateur est le suivant: catégorie A: 0,0064 le m/sem. - B: 0,0040 le m/sem. - C: 0,0020 le m/semaine.

Exemple:

Projection d'un film de 15 m (30'') pendant une semaine, dans une salle A recevant 4 500 entrées hebdomadaires: $0,0064 \times 15 \text{ m} \times 4 500 \text{ entrées} = 432 \text{ F.}$

CIRCUITS COMPLETS (Médiavision et Circuit A)

CIRCUIT A 870 salles dont 264 sur Paris-Banlieue

MÉDIAVISION 1986 salles dont 404 sur Paris-Banlieue

CATÉGORIES	PARIS			PARIS-BANLIEUE			FRANCE ENTIÈRE		
	Nombre de salles	Entrées hebdo	Prix (F) pour 1 sem./15 m	Nombre de salles	Entrées hebdo	Prix (F) pour 1 sem./15 m	Nombre de salles	Entrées hebdo	Prix (F) pour 1 sem./15 m
A	321	958 250	91 992	577	1 322 250	126 936	2 215	3 864 950	371 035
B	37	92 750	5 565	72	117 450	7 047	589	478 600	28 716
C	19	61 500	1 845	19	61 500	1 845	52	82 200	2 466
TOTAL 1976	377	1 112 500	99 402	668	1 501 200	135 828	2 856	4 425 750	402 217

PROVINCE		Nombre de salles	Entrées hebdomadaires	Prix (F) pour 15 mètres/1 semaine
200 000 habitants et plus	A	691	1 314 000	126 142,50
	B	33	45 750	2 745,00
	C	1	750	22,50
		725	1 360 500	128 910,00
100 000 habitants et plus	A	984	1 797 500	172 560,00
	B	44	54 500	3 270,00
	C	2	1 250	37,50
		1 030	1 853 250	202 261,50
50 000 habitants et plus	A	1 181	2 071 500	198 864,00
	B	48	56 000	3 360,00
	C	2	1 250	37,50
		1 231	2 128 750	202 261,50
Plus de 20 000 habitants	A	1 486	2 418 500	232 176,00
	B	56	61 250	3 675,00
	C	2	1 250	37,50
		1 544	2 481 000	235 888,50

LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

1. AFFICHAGE URBAIN (format 400 x 300)

(Par période de 2 semaines, départs le 1 et le 16 du mois, pose des affiches en 3 jours).

AGGLOMÉRATION PARISIENNE

PARIS intra-muros – force 2,7*

Prestige: 20 points 100 000 F

Profondeur: 210 points 195 000 F

Total: 230 points 295 000 F

BANLIEUE – force 2,5*

agglomération intérieure INSEE: 510 points: 190 000 F

agglomération extérieure INSEE: 260 points: 80 000 F

Réseau prestige: 50 panneaux peints éclairés (fabrication incluse)
1 mois: 140 000 F

PROVINCE – force 2*

10 villes de + de 200 000 h.: 470 pts 270 000 F

26 villes de 100 000 à 200 000 h.: 825 pts 400 000 F

44 villes de 50 000 à 100 000 h.: 955 pts 340 000 F

475 villes de 10 000 à 50 000 h.: 5 200 pts 1 300 000 F

7 450 pts 2 310 000 F

Abattements saisonniers

1^{er} janvier, 16 juillet, août 30% 16 janvier 25% 1^{er} juillet 20%

1^{er} février, 16 décembre 15% 16 février 10% 1^{er} décembre 5%

(Ces abattements ne sont pas appliqués sur certains panneaux de prestige. Majoration en juillet et août dans les stations balnéaires et les villes d'eau).

* Un affichage de force 1 assure un nombre d'occasions de voir égal à la population totale de la (ou des) ville(s). Force 3: égal à 3 fois la population. Force 2,5: égal à 2,5 fois la population, etc.

2. AFFICHAGE ROUTIER

– Réseaux mensuels nationaux ou régionaux (affiches papier).

Affiches 320 x 240 de 100 à 295 F la face suivant la période.

Couverture Nationale 3 000 panneaux.

– Réseau prestige (semi-urbain) 16 m².

150 emplacements lumineux (Stagni): 4 semaines = 450 000 F. (fabrication incluse).

– Emplacement en longue conservation (peinture).

		1 an	3 ans
Murs équipés et portatifs	16 m ²	7 000 à 9 000 F	15 000 à 20 000 F
	9 m ²	5 000 à 7 000 F	7 000 à 10 000 F

3. AFFICHAGE RURAL

Emplacements réservés 10 F/2 semaines à 18 F/4 semaines le m².

Affichages sans garantie, 4,50 à 5,00 F le m².

Campagne nationale utilisant les deux types d'affichage rural selon l'opportunité sur l'ensemble des communes de 1 000 à 10 000 h.: 1 000 000 F.

4. TRANSPORTS

Autobus Paris et Banlieue (3 800 véhicules)

Côtés panoramiques (G):	2 400 côtés	1 semaine	220 000 F
Arrières:	3 800 faces	1 semaine	220 000 F
Côtés européens (D):	1 500 côtés	1 semaine	120 000 F

Métro: 399 stations – 3 800 voitures

Portes d'accès:	3 500 faces	1 mois	90 000 F
Couloirs (200 x 150):	1 000 à 1 500 empl.	4 semaines	160 000 F
Rampes d'escaliers:	2 000 rampes	2 semaines	80 000 F
Quais (400 x 300):			

Répartitions:	350 empl.	2 semaines	190 000 F
	250 empl.	2 semaines	140 000 F
	150 empl.	4 semaines	130 000 F

Fonds de voitures:

– Série 1000:	1 000 faces	4 semaines	35 000 F
Oriflammes:	1 double face	7 jours	105 000 F
	par voiture		

Opérations spéciales:

Station Saint-augustin – podiums – distribution échantillons... etc.

Autobus province (dans 77 villes) vendus par ville et parc entier.

Flancs panoramiques: Campagne nationale 1 semaine
agglomérations + 50 000 h. 590 000 F

Dans certaines grandes villes possibilité de ne prendre que la moitié des autobus.

S.N.C.F.

Pendentifs banlieue (64 x 17):	5 200 empl. double face	1 mois	32 000 F
Quais banlieue (400 x 300):	150 empl. double face	2 sem.	60 000 F
Fonds de voitures banlieue:	1 200 empl. double face	1 mois	42 000 F
Quais province (400 x 300):	à l'unité 550 F 2 sem./800 F	4 semaines	
Opérations spéciales: Train forum – podiums – hôtesse... etc.			

5. SUPPORTS GRANDES SURFACES

Sur les parkings:

- Réseaux 400 x 300: SMA et GIRAUDY
231 Hypers affichables
vendus en réseau national
ou en régions NIELSEN: 410 000 F 2 semaines.

A l'intérieur des magasins:

- Caddies
- Caissons lumineux et réseaux stop Réseau H
- PubliCash Vidéo média.

6. MOBILIER URBAIN

Abribus – Caissons lumineux (119 x 174)

Paris:	réseau de 900 faces	7 jours	126 000 F
Banlieue:	réseau de 2 300 faces	7 jours	223 000 F
Province (288 villes):	vendus par ville et par tiers de parc		572 000 F

Planimètres

Paris (Decaux): réseaux de 700 faces	7 jours	119 000 F
Banlieue et province: (la face de 120 x 160)	2 sem.	175 F
Villes de – 20 000 habitants (face 120 x 160)	2 sem.	120 F
vendus par départements.		

Pisa (nouveau mobilier Decaux 320 x 240 lumineux):		
implantation nationale – 390 empl.	2 semaines	490 000 F

Kiosques (240 x 160):

Paris et Province en moyenne 480 F la face 2 semaines.

7. DIVERS

Taxis parisiens: 1 000 côtés	1 semaine	32 000 F
Campings (240 x 160) juillet – août	190 camps	230 000 F
Néons		
Stades... etc.		



LA PUBLICITÉ DIRECTE ET LES GRATUITS

PUBLICITÉ DIRECTE

1. DISTRIBUTION PORTE A PORTE

Tarifs H.T. Approximatifs pour 1000 exemplaires (F)

	Imprimé (jusqu'à 20 g)		Echant. ou catal.	
	d'information	de promotion	100 g	600 g
Boîtes aux lettres et (à défaut) bas d'escalier	75			
Boîtes aux lettres et (à défaut) étages	110	230		
Dépôts			900	1 500
Interviews			1 300	1 800

2. DISTRIBUTION PAR VOIE POSTALE

Tarifs H.T./pièce (F) pour 10 000 exemplaires

Lettre d'allure personnelle imprimée au multi-graph sur papier à lettres d'entreprise.	0,20
Carte de correspondance (21 x 10 cm) avec en-tête et court texte manuscrit	0,15
Lettre de relance illustrée: texte court en caractère IBM avec signature sur papier à lettres publicitaire	0,24

Pour chaque exemplaire prévoir, toujours pour 10 000 messages expédiés:

- une carte-réponse 0,11 F/pièce
- les enveloppes, la frappe des adresses et la manutention 0,40 F/pièce
- la rédaction du texte par un spécialiste de 700 à 1000 F par modèle

N.B. - Presque toutes les sociétés éditrices de gratuits font de la Distribution.

GRATUITS

HEBDOS SAUF EXCEPTION (M = Mensuel / BM = Bi-Mensuel)

VILLES	TITRES	TIRAGES	PRIX MM/COL
ANGOULÊME	Le P'tit Angoumois	34 000	1,50
ANNECY	Le 74	48 000	2,20
AVIGNON	Avignon Sept	46 000	1,70
BESANÇON	GAB	65 000	2,75
BIARRITZ/			
BAYONNE	Le P'tit Basque	35 000	2,00
BORDEAUX	Carillon 33	160 000	4,00
BOULOGNE	Le P'tit Boulonnais (BM)	30 000	1,90
BOURGES	NR Services	42 500	1,45
CAEN	1) Le Conquérant (BM)	35 000	2,50
	2) Caen Hebdo.	53 000	2,40
CAMBRAI	Cambrésis Magazine (BM)	52 000	2,00
CANNES	06 Hebdo.	108 000	3,50
CHAMBERY	Le 73 Contact	44 000	2,50
CLERMONT-			
FERRAND	Le Grand Clermont	75 000	2,00
COLMAR	PAC	41 000	1,75
DIJON	Hebdo. Dijon	100 000	3,30
GRENOBLE	1) Le 38	115 000	4,10
	2) Hebdo. Grenoble	126 000	3,65
LE HAVRE	Transactions Havraises	45 000	2,80
LILLE	Inter 59	120 000	4,00
LIMOGES	Carillon 87	65 000	2,40
LYON	1) Le 69 Lyon	310 000	7,90
	2) Hebdo. Lyon	300 000	8,35
MACON/CHALON	Le 71	113 000	3,00
MARSEILLE	Marseille Sept	225 000	6,50

VILLES	TITRES	TIRAGES	PRIX MM/COL.
METZ/ THIONVILLE	Télex 57	160 000	2,50
MONTBÉLIARD/ BELFORT	GAM/GAB	87 000	3,30
MONTPELLIER	Présence	66 000	2,50
LE MANS	Carillon 72	74 000	3,40
MULHOUSE	PAM	80 126	2,50
NANCY	STANISLAS	70 000	3,00
NANTES	1) Nantes Inter Services	140 000	5,00
	2) Nantes Expansion	110 000	4,00
NEVERS	Centre Affaires	29 000	1,50
NICE	1) Nice Hebdo.	115 000	4,00
	2) Le 06	100 000	3,50
ORLÉANS	Carillon 45	67 000	2,75
PAU	Le P'tit Palois	30 000	1,90
PÉRIGUEUX	Le P'tit Périgourdin	60 000	1,80
PERPIGNAN	Perpignan Contact	42 500	2,00
POITIERS	Poitiers Chatelleraut- Service	38 500	1,50
REIMS	1) Canal 51	163 000	2,50
	2) Reims Hebdo.	77 000	1,80
RENNES	Carillon 35	78 000	3,00
LA ROCHELLE	Carillon 17	38 000	2,00
ROUEN	Rouen Informations	71 000	3,00
SAINT-ETIENNE	Hebdo. St-Etienne	130 000	3,85
SAINT-QUENTIN	PIC	110 000	1,60
STRASBOURG	Mass 67	100 000	130 F/Case
TOULON	Var Affaires	70 000	2,50
TOULOUSE	Publi-Toulouse	100 000	4,50

VILLES	TITRES	TIRAGES	PRIX MM/COL.
TOURS	1) Tours Services	73 500	2,00
	2) Carillon	60 000	2,40
TROYES	Spécial 10	50 000	2,50
VALENCE	Spécial Valence	51 500	2,20
VALENCIENNES	Escaut Magazine (BM)	100 000	2,00
PARIS:			
1°, 2°, 3°, 4°	Paris Demain (M)	50 000	4,00
6°	Courrier du 6° (M)	25 000	4,50
12°	Mon Quartier (M)	70 000	5,00
15°	Paris 15° (M)	89 000	5,00
16°	16° Dernière (M)	90 000	5,50
17°	Paris Tél. (M)	90 000	1/4 p. 1100 F
RÉGION PARISIENNE:			
78	Inter Banlieue Ouest	302 000	5,00 Edit.
78	I.P. 78	220 000	3,60 Edit.
78	Le 78	120 000	4,20
91	Inter Banlieue Sud	308 000	3,00
91	Journal de la Banlieue		
	Paris-Sud	50 000	2,00
92	L'Annonceur	220 000	6,00
93	Dép. 93 Nord & Sud	360 000	5,00 Edit.
93	Paris Nord-Est	310 000	7,00
94	Gratannonces	400 000	4 F à 8 F
94	Inter Banlieue Est	307 000	5,00 Edit.
95	Le 95 Val d'Oise	130 000	4,70

N.B.: Indications données sous réserves.

EUROCOM

136/140, avenue Charles-de-Gaulle - 92522 NEUILLY-SUR-SEINE
Tél. : 7473000

Notes

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Notes

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

Notes

[illegible]This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.