

# La publicité dans la presse écrite

Réalisé par

**AIT SALAH**

# Kamal

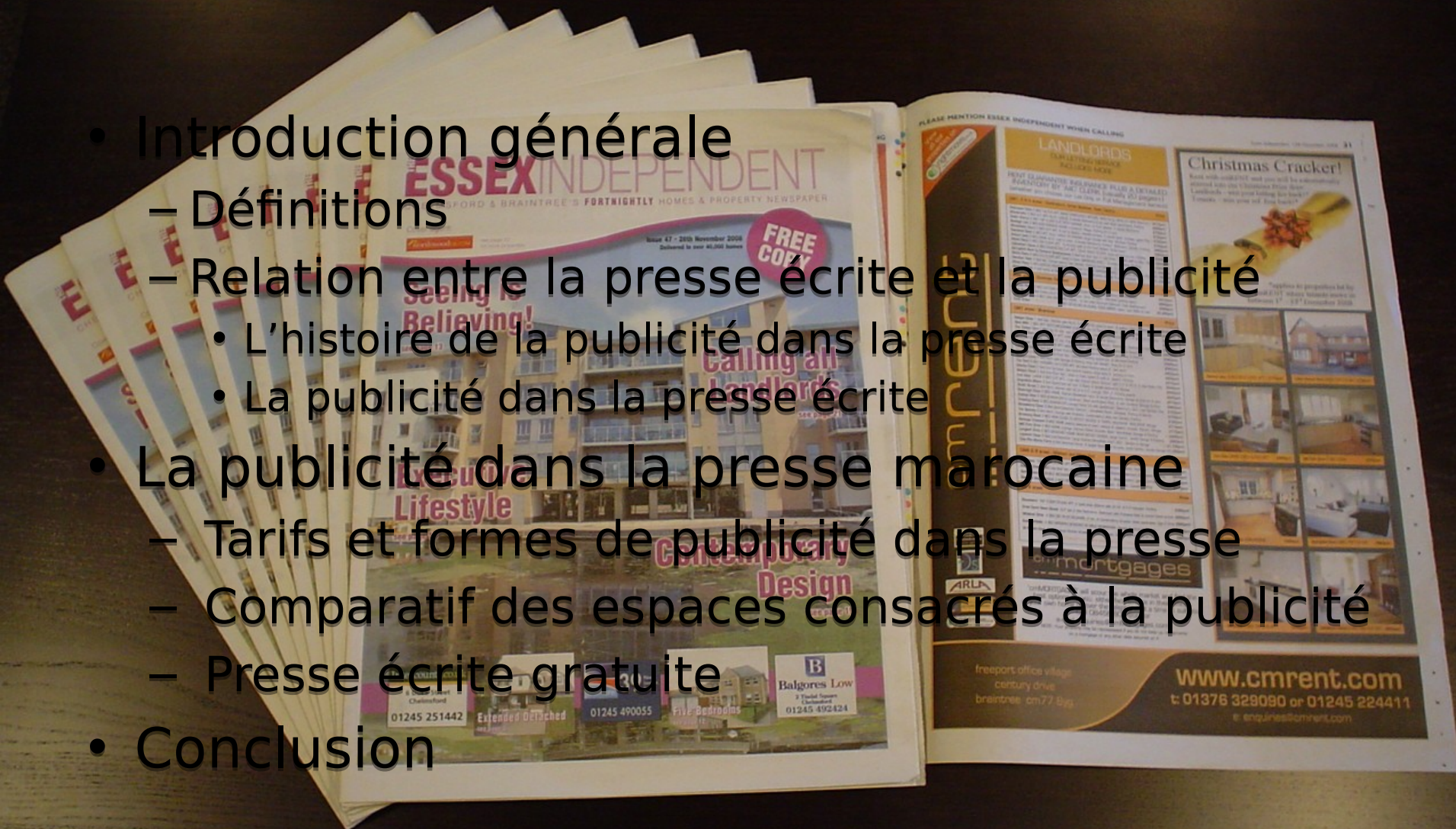
# HADDI Saân

# ZAHIR Ali



# Plan

- Introduction générale
  - Définitions
  - Relation entre la presse écrite et la publicité
    - L'histoire de la publicité dans la presse écrite
    - La publicité dans la presse écrite
- La publicité dans la presse marocaine
  - Tarifs et formes de publicité dans la presse
  - Comparatif des espaces consacrés à la publicité
  - Presse écrite gratuite
- Conclusion





# Introduction générale

La grande partie des revenus des médias, notamment la presse écrite provient non pas de leur public, mais des publicitaires, qui cherchent à vendre leurs produits à ce même public.

De façon plus générale, les agences de publicité ont une préférence marquée pour les médias qui anesthésient chez leur public le sens critique et favorise une passivité générale, plus favorable aux ventes.

# Définitions

- Publicité
  - On appelle **publicité** toute forme de communication non personnalisée utilisant un support payant, mise en place pour le compte d'un émetteur identifié en tant que tel. Elle met en jeu 2 principaux partenaires : les annonceurs et les médias.
- Média :
  - On appelle **support** tout vecteur de communication publicitaire (par exemple, le journal les Echos), et **média** l'ensemble des supports qui relèvent d'un même mode de communication (par exemple, la presse)
- Presse écrite:
  - La **presse écrite** désigne, d'une manière générale, l'ensemble des moyens de diffusion de l'information écrite, ce qui englobe les journaux quotidiens, les publications périodiques et les organismes professionnels liés à la diffusion de l'information.



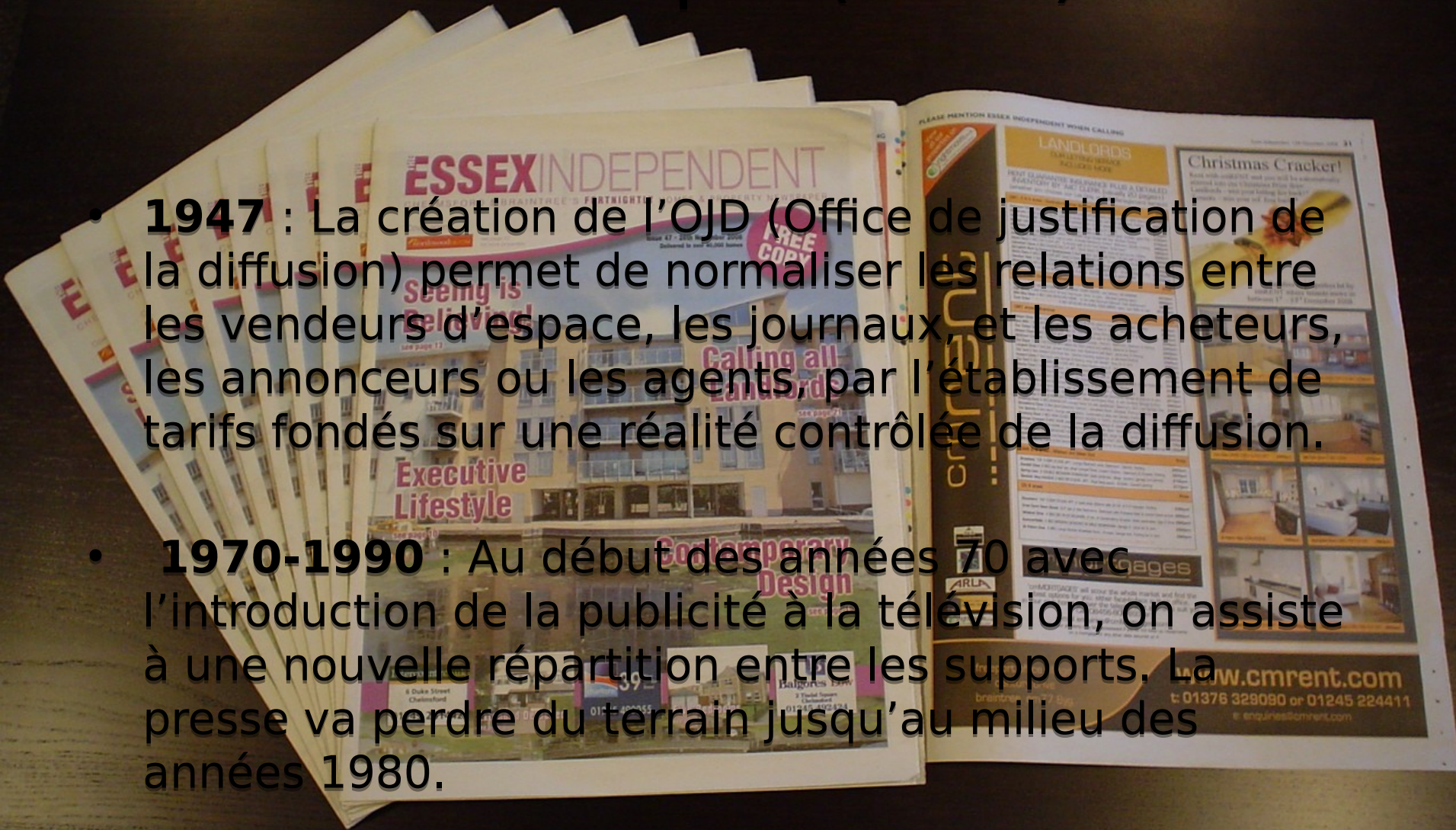
# Historique

- **1633**: impression des feuilles volantes reproduisant des renseignements sous le nom de « Feuilles du bureau d'adresses », ce sont les débuts des petites annonces.
- **1789**: Liberté de la presse, tous les journaux publient des annonces.
- **1868-1881**: La libéralisation de la presse (*Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *le Journal*, *le Matin*) qui publient notamment les romans des auteurs à succès.



# Historique (suite)

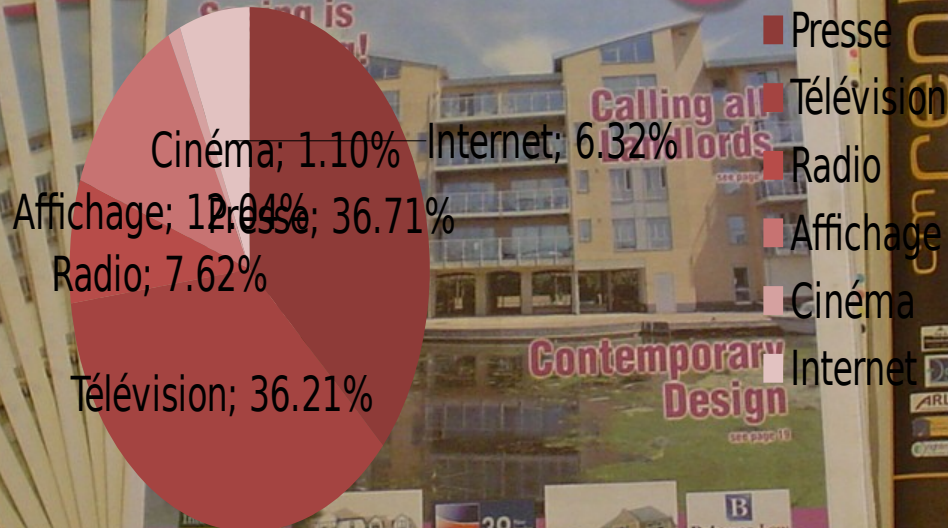
- **1947** : La création de l'OJD (Office de justification de la diffusion) permet de normaliser les relations entre les vendeurs d'espace, les journaux, et les acheteurs, les annonceurs ou les agents, par l'établissement de tarifs fondés sur une réalité contrôlée de la diffusion.
- **1970-1990** : Au début des années 70 avec l'introduction de la publicité à la télévision, on assiste à une nouvelle répartition entre les supports. La presse va perdre du terrain jusqu'au milieu des années 1980.





# La publicité et la presse

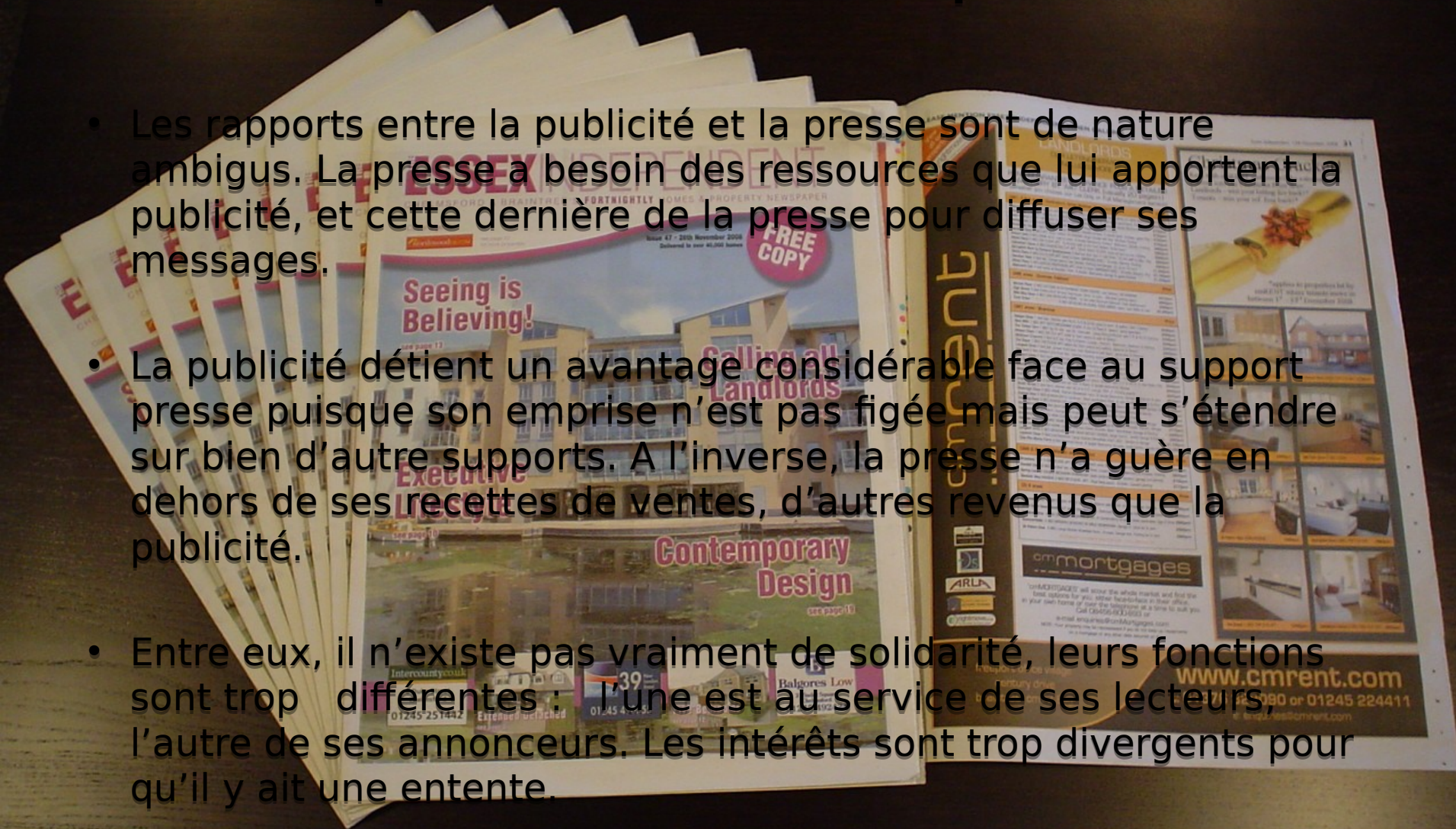
## Répartition des dépenses de communication entre les six grands médias





# La publicité et la presse

- Les rapports entre la publicité et la presse sont de nature ambigus. La presse a besoin des ressources que lui apportent la publicité, et cette dernière de la presse pour diffuser ses messages.
- La publicité détient un avantage considérable face au support presse puisque son emprise n'est pas figée mais peut s'étendre sur bien d'autres supports. A l'inverse, la presse n'a guère en dehors de ses recettes de ventes, d'autres revenus que la publicité.
- Entre eux, il n'existe pas vraiment de solidarité, leurs fonctions sont trop différentes : l'une est au service de ses lecteurs, l'autre de ses annonceurs. Les intérêts sont trop divergents pour qu'il y ait une entente.





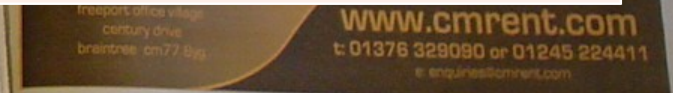
# La publicité et la presse

- La publicité doit respecter une règle d'or : « Se présenter comme telle, sans chercher à se camoufler en texte rédactionnel afin de déterminer clairement la frontière entre publicité et information. »
- D'autres règles plus contestables apparaissent comme « les emplacements de rigueur ». Ce sont les emplacements que l'annonceur a accepté de payer à un tarif plus élevé.



# La publicité et la presse

Type de presse	Points forts	Points faibles
Presse quotidienne	<b>Flexibilité</b> <b>Bonne couverture</b> locale Crédibilité	<b>Courte</b> durée de vie des messages Qualité de reproduction médiocre Peu créateur d'image
Presse magazine	- <b>Sélectivité</b> de l'audience (segmentation fine) -Crédibilité Prestige Bonne qualité de reproduction Impact en terme d'image Longue durée de vie des messages	<b>Longs délais d'achat</b> <b>Impact</b> réputé moindre sur les comportements d'achat à court terme Pas de garantie d'emplacement dans le magazine.





- La publicité dans la presse écrite marocaine

- Tarifs et formes de publicité dans la presse
- Comparatif des espaces consacrés à la publicité
- Presse gratuite





# Tarifs et Formats

UNE



**Manchette  
supérieure**  
6 H x 9,5 L

QC = 12.000 DH HT  
NB = 9.000 DH HT

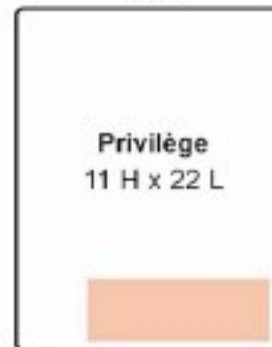
UNE



**Manchette  
inférieure**  
11 H x 11 L

QC = 12.000 DH HT  
NB = 9.000 DH HT

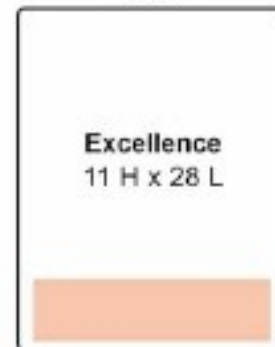
UNE



**Privilège**  
11 H x 22 L

QC = 24.000 DH HT  
NB = 18.000 DH HT

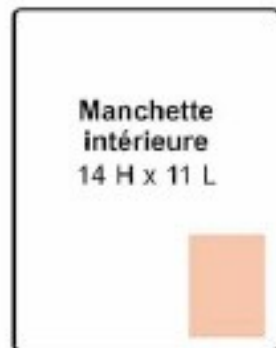
UNE



**Excellence**  
11 H x 28 L

QC = 36.000 DH HT  
NB = 27.000 DH HT

**Manchette  
intérieure**  
14 H x 11 L



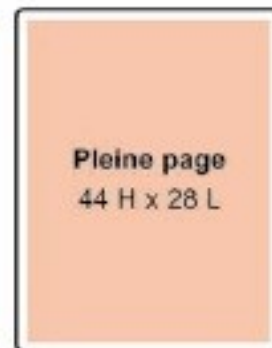
QC = 5.200 DH HT  
NB = 5.200 DH HT

**Bandeau  
1/8**  
5 H x 28 L



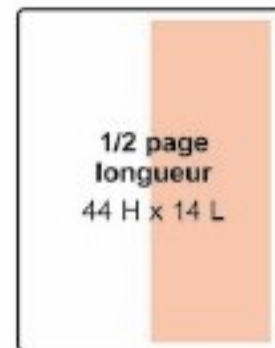
QC = 6.000 DH HT  
NB = 4.550 DH HT

**Pleine page**  
44 H x 28 L



QC = 32.500 DH HT  
NB = 25.000 DH HT

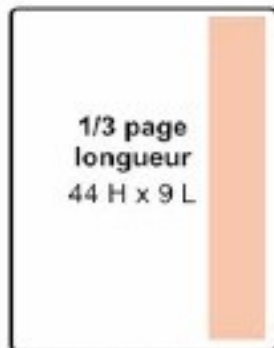
**1/2 page  
longueur**  
44 H x 14 L



QC = 25.000 DH HT  
NB = 18.000 DH HT



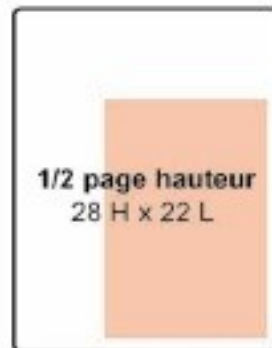
# Tarifs et Formats



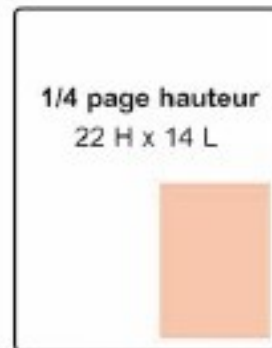
**1/3 page longueur**  
 44 H x 9 L  
 QC = 12.000 DH HT  
 NB = 9.000 DH HT



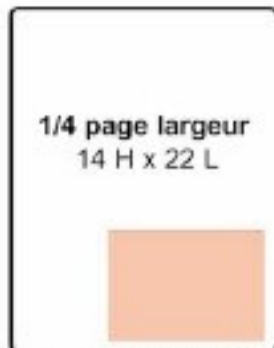
**1/2 page largeur**  
 22 H x 28 L  
 QC = 22.000 DH HT  
 NB = 16.500 DH HT



**1/2 page hauteur**  
 28 H x 22 L  
 QC = 21.500 DH HT  
 NB = 16.000 DH HT



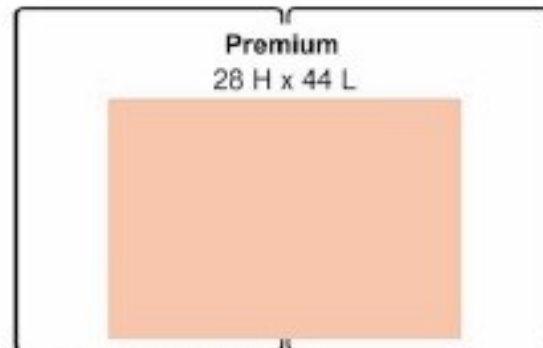
**1/4 page hauteur**  
 22 H x 14 L  
 QC = 12.000 DH HT  
 NB = 9.000 DH HT



**1/4 page largeur**  
 14 H x 22 L  
 QC = 12.000 DH HT  
 NB = 9.000 DH HT



**1/4 page bandeau**  
 11 H x 28 L  
 QC = 13.000 DH HT  
 NB = 10.000 DH HT



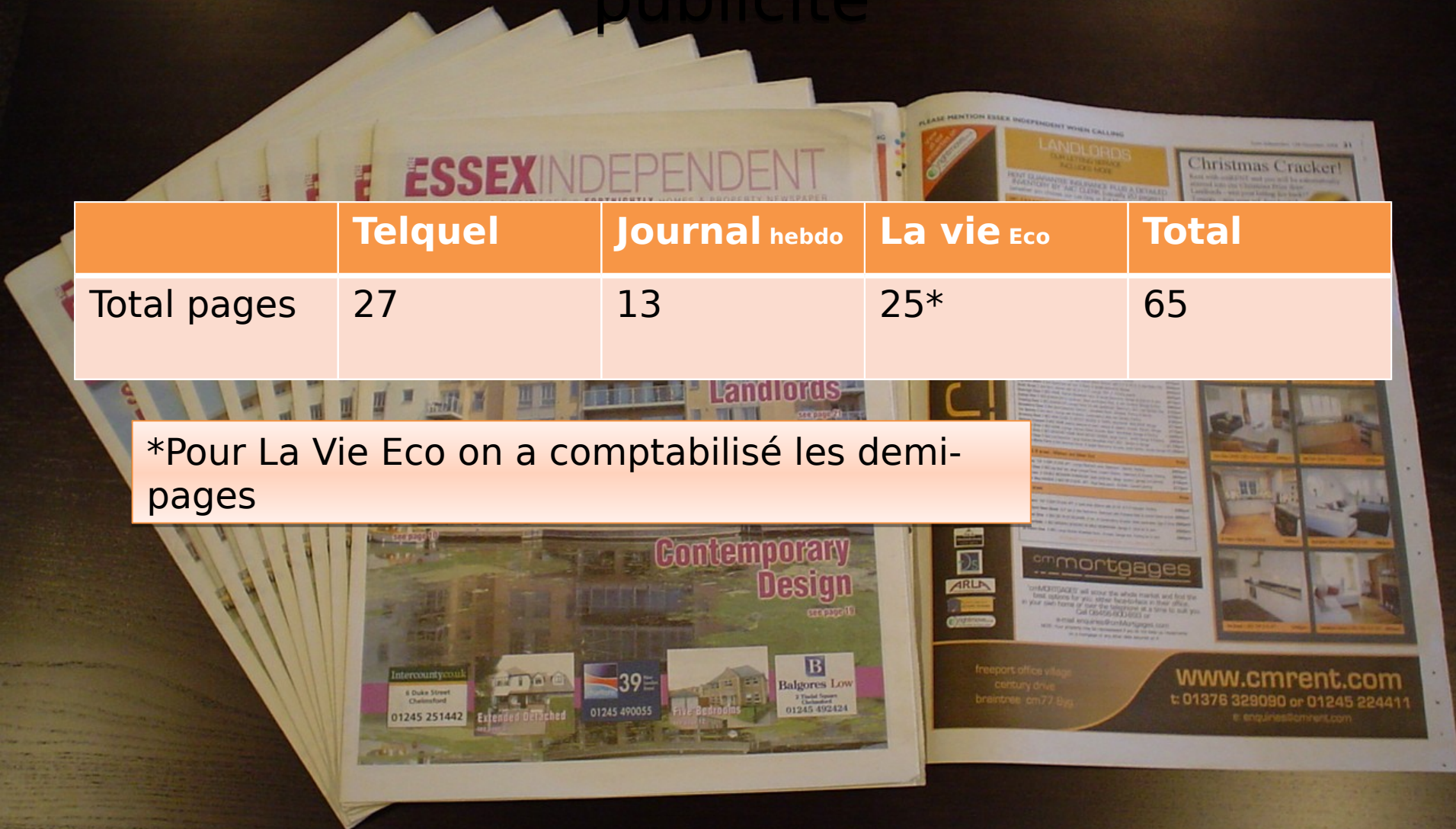
**Premium**  
 28 H x 44 L  
 QC = 44.000 DH HT  
 NB = 35.000 DH HT



# Comparatif des espaces consacrés à la publicité

	Telquel	Journal hebdo	La vie Eco	Total
Total pages	27	13	25*	65

\*Pour La Vie Eco on a comptabilisé les demi-pages





# Presse gratuite

- **La presse gratuite**, dont les journaux s'appellent communément des *gratuits*, est apparue à la fin du XXe siècle en Europe, venant rivaliser avec la presse payante et absorbant une partie notable du financement par la publicité. Ils sont gratuits pour le lecteur car totalement financés par la publicité et distribués ailleurs que sur les points de distribution traditionnels de la presse payante, les kiosques.



- Exemple de presse gratuite marocaine :

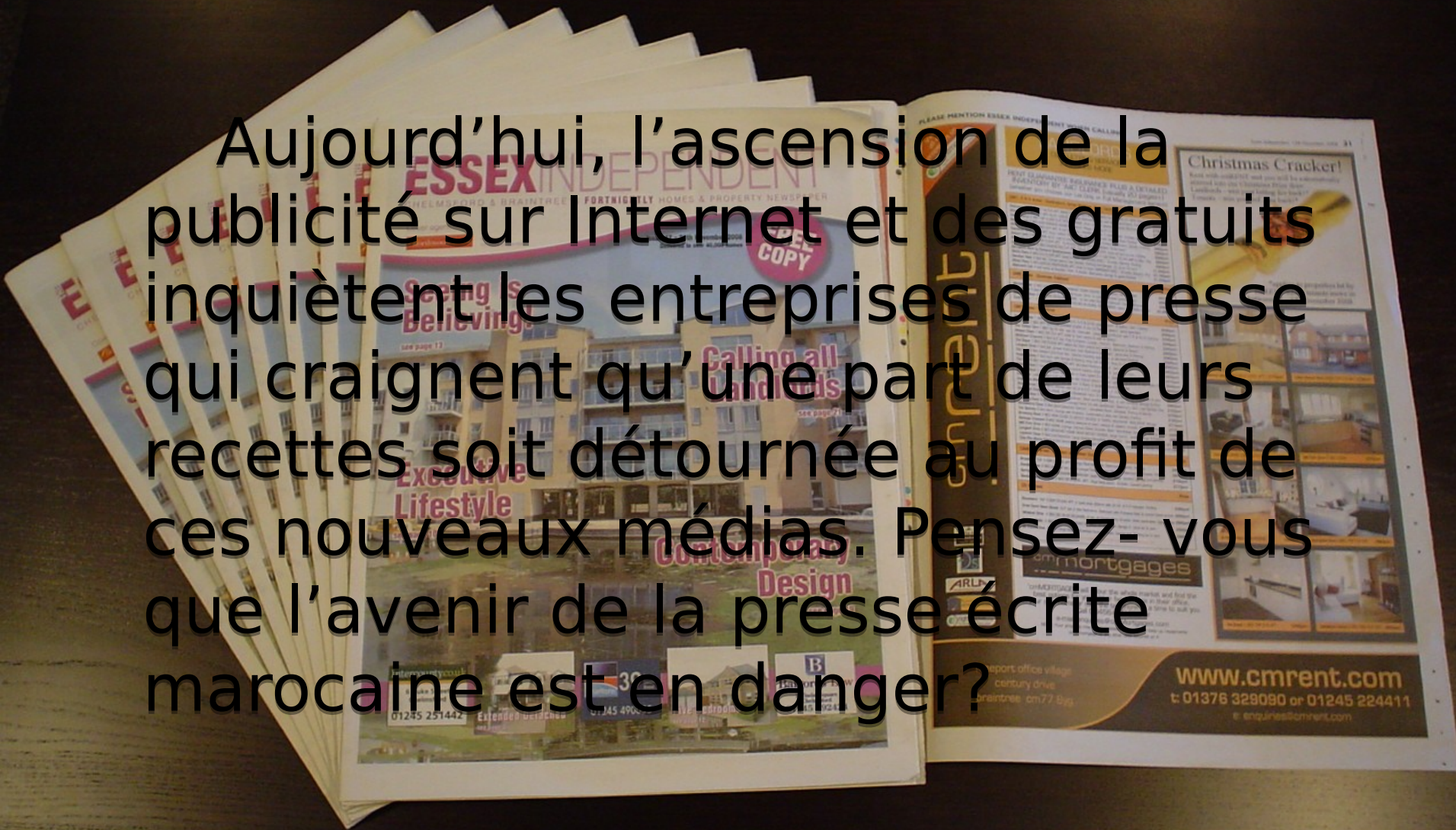
# Aufait Maroc : un quotidien gratuit marocain créé en 2007, tiré à 50 000 exemplaires depuis 2009 et distribué sur les principales villes du Maroc.





# Conclusion

Aujourd'hui, l'ascension de la publicité sur Internet et des gratuits inquiètent les entreprises de presse qui craignent qu'une part de leurs recettes soit détournée au profit de ces nouveaux médias. Pensez-vous que l'avenir de la presse écrite marocaine est en danger?





# THE ESSEX INDEPENDENT

CHELMSFORD & BRAINTREE'S FORTNIGHTLY HOMES & PROPERTY NEWSPAPER

Cover agent:

[www.essexindependent.co.uk](http://www.essexindependent.co.uk)

Issue 47 • 20th November 2008

Delivered to over 40,000 homes

FREE  
COPY

PLEASE MENTION ESSEX INDEPENDENT WHEN CALLING

## LANDLORDS EXCLUSIVE PAID FOR

HENT CASHING IN ON THE RENT MARKET? PLUS A DETAILLED  
GUIDE TO THE MARKET. (Includes 10 pages)

Whether you're a landlord or a tenant, this is a must-read for all those involved in the rental market.

For more information, visit [www.essexindependent.co.uk](http://www.essexindependent.co.uk)

or call 01245 490055

## Christmas Cracker!

Read with a smile! And you will be when you read the Christmas Special  
Landlords - what great selling for you?

1 month - 1000 great ads for you!

For more information, visit [www.essexindependent.co.uk](http://www.essexindependent.co.uk)

or call 01245 490055

Merci de votre attention

**Contemporary Design**  
page 18

**Intercounty.co.uk**  
8 Duke Street  
Chelmsford  
01245 251442

**Extended detached**  
01245 490055

**39**  
01245 490055

**Five Bedrooms**  
01245 492424

**Balgore Low**  
3 Titled Rooms  
Chelmsford  
01245 492424

**cm mortgages**  
01245 490055

cm mortgages will search the whole market and find the best options for you, either for your home or for your business. Call cm mortgages today to ask you.

**www.cmrent.com**  
t: 01376 329090 or 01245 224411  
e: [enquiries@cmrent.com](mailto:enquiries@cmrent.com)