

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE  
DE BIBLIOTHECAIRES

LA PRESSE ECONOMIQUE ET FINANCIERE  
EN FRANCE

NOTE DE SYNTHESE

présentée  
par:

Jacques DEPALLENS

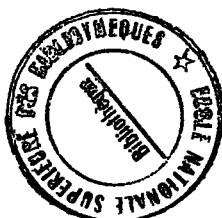
Jean-Louis LIONS

Sous la direction de  
M. G. Herzhaft

13 Juin 1980

16<sup>e</sup> Promotion

1980/14



DEPALLENS (Jacques). - La Presse économique et financière en France : note de synthèse / présentée par Jacques Depallens, Jean-Louis Lions ; sous la dir. de G. Herzhaft. - [Villeurbanne] : Ecole nationale supérieure de bibliothécaires, 1980. 73 p. ; 30 cm.

Presse économique, France



Presse financière, France



Présentation signalétique, analytique et critique d'une quarantaine de titres de la presse économique et financière française. L'introduction expose de façon succincte les caractéristiques de ce type de presse.

## S O M M A I R E

<u>I N T R O D U C T I O N</u> .....	page 1
I) <u>L A P R E S S E E C O N O M I Q U E</u>	
<u>G E N E R A L E</u> .....	page 8
II) <u>L A P R E S S E F I N A N C I E R E</u> .....	page 19
- BOURSE .....	page 20
- PATRIMOINE .....	page 29
III) <u>L A P R E S S E P A T R O N A L E</u> .....	page 33
- ORGANES D'ASSOCIATIONS .....	page 34
- GESTION .....	page 41
- PRESSE D'OPINION .....	page 44
- PRESSE ECONOMIQUE ET PROFESSIONNELLE D'UN SECTEUR DONNE .....	page 48
* Exportation .....	page 48
* Assurances, banque .....	page 55
* Distribution .....	page 57
* Energie, environnement .....	page 59
IV) <u>L A P R E S S E C R I T I Q U E</u>	
<u>D E L ' E C O N O M I E C A P I T A L I S T E</u> .....	page 61
ANNEXE 1 : DIFFUSION DES PRINCIPAUX TITRES .....	page 68
ANNEXE 2 : LISTE DES TITRES DISPONIBLES DANS UNE MAISON DE LA PRESSE .....	page 69
ANNEXE 3 : MODELE DU QUESTIONNAIRE ENVOYE A LA PRESSE .....	page 70
INDEX DES TITRES .....	page 72

## I N T R O D U C T I O N

Depuis une vingtaine d'années, l'information économique en France s'est fortement développée et diversifiée. Les publications traitant de questions économiques sont donc nombreuses, on peut en distinguer plusieurs types:

- les pages spécialisées et les suppléments économiques de la presse générale ("Le Monde de l'Economie" paraissant chaque mardi,...).
- la presse d'entreprise, dont certains titres atteignent des tirages respectables (320.000 ex. pour le Journal des PTT, "Postes et Télécommunications", 100.000 pour "Renault Informations" ou "Contacts Electriques", publication de l'EDF).
- la presse syndicale ("Ingénieurs et cadres de France", "CFDT-Magazine", "La Vie Ouvrière",...).
- les publications officielles qui constituent une des principales sources de l'information économique (publications de l'INSEE, les organes des Chambres professionnelles, notamment ceux des Chambres de Commerce et de l'Industrie,...).
- les périodiques de défense des consommateurs qui s'intéressent aux produits plutôt qu'aux mécanismes économiques ("Que choisir ?", "50 millions de consommateurs").
- les revues de type universitaire qui se consacrent à la recherche et à la théorie économique ("Revue d'Economie politique", "Revue d'Economie industrielle").
- les Lettres d'information économique de diffusion confidentielle (il y en aurait environ 200 en France, par exemple "La Lettre de l'Expansion").
- la presse économique régionale ("Professions du Sud-Est", "L'Industriel auvergnat").
- la presse économique et financière d'audience nationale.

C'est de cette dernière catégorie dont il sera uniquement question dans ce travail.

Cette presse frappe par la diversité de ses titres; elle vise à remplir une ou plusieurs des fonctions suivantes:

FONCTION JOURNALISTIQUE: fournir une information économique globale destinée à faciliter l'approche et la compréhension de l'actualité et des mécanismes économiques ("Le Nouvel Economiste", "L'Expansion", "Les Echos").

FONCTION FINANCIERE: diffuser et analyser les données financières dont ont besoin les investisseurs pour réaliser leurs opérations. Ces investisseurs peuvent être des professionnels des marchés financiers (banquiers, agents de change, courtiers...) ou des particuliers à la recherche des meilleurs placements, d'où une distinction entre une presse financière centrée sur la bourse ("Cote Desfossés", "AGEFI", "Le Nouveau Journal", "Investir"... ) et une presse spécialisée dans la gestion du patrimoine privé ("Le Revenu français", "Mieux-Vivre", "Patrimoine").

FONCTION SERVICE: constituer un outil de travail pour les gestionnaires et les dirigeants d'entreprise. Ceux-ci ont besoin d'une série d'informations utiles pour connaître l'évolution du marché, pour mesurer l'impact économique d'une réglementation, pour se tenir au courant des nouvelles techniques... Ces informations-service peuvent concerner l'ensemble des entreprises ("Les Affaires", "Forum Gestion", "La Volonté du Commerce et de l'Industrie") ou un secteur économique précis ("MOCI", Moniteur du Commerce international, "ARGUS", publication du secteur des assurances).

FONCTION IDEOLOGIQUE: affirmer une certaine conception de l'économie politique, soit pour soutenir le principe de l'économie libérale ("L'Informateur des Chefs d'entreprise libres", "La Presse française",

"Le Journal du Parlement" qui s'apparentent plutôt à une presse d'opinion), soit pour critiquer l'économie capitaliste ("Economie et Politique", "Economie et Humanisme", "Socialisme et Economie" qui ont un contenu intellectuel plus élaboré).

Ces fonctions se recoupent à des degrés divers. Pour cette raison, il nous a semblé préférable de traiter dans ce mémoire la presse financière avec la presse économique. La conjoncture économique est en effet l'un des éléments déterminants de l'évolution des valeurs boursières et les journaux financiers cherchent à procurer à leurs lecteurs les clefs d'interprétation nécessaires. Par ailleurs, certains supports visent une cible de lecteurs qui ont besoin d'une information à la fois politique, économique, sociale et même culturelle, ce qui les rapproche des "News Magazines" ("L'Expansion", "Le Nouvel Economiste").

Les titres sont nombreux, mais beaucoup n'ont qu'une diffusion confidentielle (certains périodiques annoncent des chiffres fantaisistes non-contrôlés). En se limitant aux principaux (cf. annexe 1 ) on trouve :

- 4 QUOTIDIENS: 3 journaux financiers:
  - "Cote Desfossés"
  - "Le Nouveau Journal"
  - "AGEFI"
- 1 quotidien économique:
  - "Les Echos".

Il y a bien eu en 1979 une tentative de créer un nouveau quotidien économique - "Forum International" - mais ce titre n'a pas réussi sa percée, sa parution n'est plus que bimensuelle à compter de juin 80.

- \* 6 HEBDOMADAIRES: 3 financiers:
  - "La Vie française"
  - "Le Journal des Finances"
  - "Investir"
 2 économiques:
  - "Le Nouvel Economiste"
  - "L'Economie"
 1 professionnel:
  - "Le MOCI" (Moniteur du Commerce International).
  
- \* 1 BIMENSUEL: "L'Expansion", titre vedette de la presse économique française.
  
- \* 6 MENSUELS :
  - "Les Affaires"
  - "La Volonté du Commerce et de l'Industrie"
  - "CNPFF-Patronat"
  - "Le Revenu français"
  - "Mieux-Vivre"
  - "Banque"

Ces dix dernières années ont vu la création de périodiques économiques d'un style nouveau, résolument tournés vers la clientèle et les problèmes des cadres. Leur succès montre qu'ils répondent à un besoin. Le cas le plus remarquable est celui de "L'Expansion", lancé en 1967 comme mensuel, dont l'audience atteindrait 1,5 million de personnes, soit à peu près 50 % de l'audience totale de la presse économique. "Le Nouvel Economiste", à un niveau moindre, présente les mêmes traits. Le développement de ces supports tranche avec la stagnation de la plupart des titres plus anciens. La croissance de la presse économique dans son ensemble semble stoppée depuis 1973. Pourtant, il existe en France de plus en plus de gens capables de lire un journal économique.

La clientèle de la presse économique reste très parisienne ( 60 % de la diffusion des "Echos" se fait en région parisienne) alors qu'une grande partie

du marché pourrait se trouver en Province. Ce phénomène va d'ailleurs de pair avec la concentration des titres sur Paris.

"L'Expansion" et "Le Nouvel Economiste" ont contribué à rajonir la présentation de la presse économique en adoptant la formule des "news magazines" nord-américains "Fortune", "Business Week". Mais pour l'essentiel, cette presse conserve une apparence austère, voire rébarbative, qui est assez conforme à l'image professionnelle qu'elle semble vouloir donner d'elle-même. La complexité du discours économique renforce encore cette tendance.

Des journalistes ont voulu lancer une presse financière attrayante, de style grand public, escomptant qu'une clientèle déjà aisée accepterait d'acheter des magazines spécialisés dans les placements privés, pour autant qu'ils soient agréables à lire. Deux nouveaux titres ont donc vu le jour en 1979: "Patrimoine" et "Mieux-Vivre". Il est trop tôt pour juger de la réussite de ce type de publications, mais "Mieux-Vivre" paraît bien parti.

Pour la publicité, la presse économique et financière bénéficie d'incontestables avantages. La presse financière est assurée d'un flot régulier d'annonces et d'avis de sociétés cotées en bourse qui ont l'obligation légale de publier périodiquement des comptes rendus de leurs activités. La presse économique, en raison de ses liens avec les entreprises, sert aussi de support à de nombreux messages à usage professionnel. De plus, le patronat hésite moins à soutenir ~~à~~ ~~soutenir~~ par la publicité une presse qui lui est largement favorable, ceci peut expliquer la survie de publications marginales qui ne pourraient sans



doute pas se maintenir sans ce financement privilégié.

Ces publications sont surtout diffusées par abonnement. Seuls quelques titres se vendent aussi au numéro (cf. annexe 2 ) par le circuit commercial habituel (NMPP, Maisons de la Presse, kiosques...).

La presse économique et financière compte donc une grande variété de titres, mais son audience reste limitée en comparaison de celle de la presse économique des autres grands pays industriels.

\* . . \*

M E T H O D E: Cette étude ne peut être exhaustive. Elle résulte de l'exploitation d'un questionnaire (cf. annexe 3 ) envoyé à une centaine de périodiques sélectionnés après consultation d'outils bibliographiques sur la presse ("Annuaire de la Presse et de la Publicité", "Echo de la Presse et de la Publicité", "Presse-Actualité"; Catalogue du centre de documentation de la Chambre de Commerce de Lyon). Nous avons reçu un tiers des réponses et nous nous sommes procuré les principaux titres manquants.

Nous avons réalisé un modèle de notices permettant de garder les informations fournies par ces questionnaires tout en les complétant par l'analyse d'un numéro donné. Il nous a semblé important d'organiser et de conserver ce grand nombre d'informations même si nous ne pouvions pas les utiliser nous-mêmes pour une étude synthétique et approfondie de la presse économique et financière.

Ce travail se présente donc plutôt sous la forme

d'une sélection bibliographique analytique de titres que nous estimons représentatifs des différentes catégories de périodiques économiques et financiers, dont nous avons essayé d'établir une typologie sommaire.

L'ensemble des notices analytiques qui suit pourra éventuellement servir de base documentaire pour des recherches plus poussées sur le rôle et la nature de la presse économique et financière.

\* . \*

LISTE D'ABREVIATIONS UTILES

T. : Tirage

D. : Diffusion

O.J.D.: Office de Justification  
de la Diffusion

Q. : Notre questionnaire

I) LA PRESSE ECONOMIQUE GENERALE

LES ECHOS

Réd. d'après le  
numéro 13.053 du  
4 fév. 1980

SOUS-TITRE: Le Quotidien de l'Economie  
ISSN: 4153-4831  
PERIODICITE: Quotidien  
HISTORIQUE: Créé en 1908 par Robert et Emile Servan-Schreiber  
PRIX: 3 F. Abonnement: 690 F.  
ADRESSE: 37, Champs-Elysées - 75008 Paris  
DIRECTRICE: Jacqueline Beytout  
RED. EN CHEF: Philippe Vasseur  
TIRAGE/DIFFUSION: T.: 66.000 D.: 52.776 (OJD 1979)  
REPART.GEOGR.: 60 % Paris; Province:40 %  
MODE DE DIFF.: 10 % au numéro; 90 % par abonnement (Q.)  
COLLATION: 20 p. - 29 x 42  
ILLUSTRATION: Très rare  
PUBLICITE: 15 % (essentiellement publicité commerc.)  
FORMULE: Journal  
ORGANISATION DE LA REDACTION: 50 journalistes organisés en cellules de 3 ou 4

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Un apport essentiel dans votre vie professionnelle et privée. Un outil de travail indispensable à l'amélioration de votre situation. Pour que votre information économique soit enfin à la hauteur de vos responsabilités, de vos exigences, de vos ambitions."  
" Chaque matin, "Les Echos" délivrent les faits tangibles et prévisibles, délivre une information qui colle à l'actualité et à la réalité directement exploitable, immédiatement opérationnelle). (Pavé publicitaire 1979)

RUBRIQUES: EDITORIAL. ACTUALITE POLITIQUE. ETRANGER (Etats-Unis, sommet franco-allemand). POLITIQUE INDUSTRIELLE (Pétrol-sidérurgie, Ports français). LA VIE DES ENTREPRISES (La fabrication du papier). REGIONS (Les insitutions régionales et le VIII<sup>e</sup> Plan). BOURSE-FINANCES (Commentaires, analyses et cote). CULTURE ET LOISIRS (Cinéma, télévision). PETITES ANNONCES.

SUPPLEMENTS: SUPPLEMENTS INDUSTRIELS (Parution bimestrielle).

./.

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Quotidien relativement complet. Il peut très bien jouer le rôle d'un second quotidien pour le lecteur proche des milieux économiques, utilisant sa position d'unique quotidien économique français.

ORIENTATION: Economie libérale.

PUBLIC: Dirigeants, cadres supérieurs et moyens, responsables de l'économie publique, actionnaires, journalistes spécialisés.

COMMENT "LES ECHOS" DEFINISSENT LEURS LECTEURS:

Hommes: 92 %	Chefs d'entreprise:	29,5 %
Femmes: 8 %	Directeurs	42,5 %
	Chefs de service et autres cadres supérieurs	17,5 %
	Cadres moyens, agents techniques	10,5 %

(Enquête "Les Echos")

L'ECONOMIE

Réd. d'après le  
numéro 1414 - 18.2.80

SOUS-TITRE: L'Hebdomadaire des responsables de la  
décision économique.

PERIODICITE: Hebdomadaire

HISTORIQUE: Paraît depuis 1945

PRIX: 10 F. Abonnement: 450 F.

EDITEUR: INFIPRESSE, 26, rue du Bouloi - 75001 Paris

DIRECTEUR: Philippe Le Proux de la Rivière

RED. EN CHEF: Mireille Rusinak

DIFFUSION: 30.000 (annoncé - 1979) (Q.)  
REPART.GEOGR.: 40 %: Paris; ;60 % Province  
MODE DE DIFF.: 10 au numéro ; 90 % par abonnement

COLLATION: 34 p. - 21 x 28  
ILLUSTRATION: Photos noir et blanc de qualité moyenne,  
souvent de trop petit format - Couv.  
photo couleur pleine page représentant  
le portrait d'une personnalité du monde  
économique.

PUBLICITE: 17 % (publicité commerciale)

FORMULE: Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: " Connaissance des entreprises et  
des mécanismes économiques ainsi que l'essentiel des infor-  
mations économiques " (Q.)

RUBRIQUES: LA LETTRE DE L'ECONOMIE (Editorial).  
LES CHIFFRES DE L'ECONOMIE (Prévisions,  
brève analyse de secteurs industriels  
précis). LES ENQUETES DE L'ECONOMIE  
(Une multinationale française; l'utilisa-  
tion de la biomasse; l'Europe verte à  
l'heure anglaise). LES LIVRES DE  
L'ECONOMIE (Critique de livres spécialisés  
LES CHRONIQUES D'ÉDOUARD SABLIER.  
LES AUTRES ET L'ECONOMIE (Etranger).  
LA BOURSE DE L'ECONOMIE (Chiffres analyses  
et avis financiers). LES LOISIRS DE  
L'ECONOMIE (Livres non-spécialisés, cinéma  
musique, théâtre, galeries)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "L'Economie" présente  
de nombreuses informations, brèves, précises, mais ne  
cherche pas à frapper le lecteur ou à coller à l'actualité  
la plus spectaculaire. Pas de dossier fouillés ni de prise  
de position partisane. Cet hebdomadaire reste d'une facture  
traditionnelle et un peu lassante.

ORIENTATION: Libéralisme économique. Méfiance vis-à-vis de l'intervention de l'Etat et du poids des organisations syndicales

PUBLIC: Dirigeants, cadres supérieurs et moyens. Se lit davantage en privé qu'au bureau.

\* Sondage effectué par "L'Economie" sur ses lecteurs:

- Cadres dirigeants: 36 %
- Cadres supérieurs: 28 %
- Chefs d'entreprise: 21 %
- Hauts fonctionnaires: 8 %
- Professions libérales: 7 %

(1979)

**SOUS-TITRE:** Le premier journal économique français

**ISSN:** 0014-4703

**PERIODICITE:** Passe de mensuel à bimensuel en septembre 79

**HISTORIQUE:** Créé en 1967 par Jean-Louis Servan-Schreiber à partir de l'appui du "Groupe Express" et de l'éditeur nord-américain Mc Graw-Hill. Le "Groupe Expansion" fait paraître aujourd'hui six publications: "Lire Magazine" (mensuel), "F-Magazine" (Bimensuel), "Architecture d'aujourd'hui" (Bimestriel) et, dans le domaine économique: "L'Expansion", "Harvard-L'Expansion" (Trimestriel) (traduction et adaptation de "Harvard Business Review" et "La Lettre de l'Expansion").

**PRIX:** 10 F. Abonnement 227 F.

**ADRESSE:** 67, av. de Wagram - 75017 Paris

**DIRECTEUR:** Jean-Louis Servan-Schreiber

**RED. EN CHEF:** Jean Boissonnat (Chroniqueur à "La Croix", à "Ouest-France", éditorialiste à Europe 1).

**DIFFUSION:** Tirage: 159.420 Diffusion: 141.410 (O.J.D. 1979)

**COLLATION:** 100 pages - 21 x 28

**ILLUSTRATION:** Abondante, frappante et variée (photos couleurs, nombreux dessins, graphiques soignés). Ce magazine est entièrement en couleurs.

**PUBLICITE:** 50-60 % (essentiellement pub. commerciale)

**FORMULE:** News Magazine

**OBJECTIFS REVENDIQUES:** "L'EXPANSION est le journal de l'ouverture sur le monde réel; cette ouverture passe désormais par le canal de l'économie. Notre journal n'est pas utilitaire. Nous nous adressons à la personne curieuse et désireuse de comprendre le monde contemporain dans ses faits économiques et sociaux. La plupart de nos lecteurs sont abonnés à titre personnel." (Interview du Directeur - 79)

**RUBRIQUES:** CONJONCTURE (Situation de l'économie française). VOTRE ARGENT (Conseils pour des investissements). DOSSIER SPECIAL (Prévisions détaillées nationales et mondiales 1980-1990). VOTRE CARRIERE (Innovations techniques dans la gestion du personnel - Offres d'emploi).

**SUPPLEMENTS:** RAPPORT ANNUEL DE LA FRANCE - SALAIRES DES CADRES - INFORMATIQUE - EUROPE-COMPETITION (Palmarès économique des grandes firmes européennes) - INVESTISSEMENTS PERSONNELS



CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Dans le panorama de la presse économique internationale, "L'Expansion" veut tenir en France la place qu'occupe aux Etats-Unis le célèbre mensuel "Fortune". News Magazine visant toucher le lecteur en dehors de son cadre professionnel, "L'Expansion" est probablement la publication qui fait le plus gros effort pour réduire le caractère austère de l'information économique en utilisant toutes les techniques du journalisme moderne (Illustrations, table-ronde, enquêtes, mise en page aérée et directe...)

ORIENTATION: Economie libérale. Dimension plus internationale que strictement nationale. Fréquentes références à l'économie nord-américaine.

PUBLIC: Ce bimensuel s'adresse davantage aux cadres salariés qu'au patronat ou aux actionnaires. Cadres supérieurs et moyens, professions libérales, étudiants, hauts fonctionnaires dirigeants d'entreprises.

SOUS-TITRE: Le quotidien de l'activité économique

PERIODICITE: Quotidien

HISTORIQUE: Lancé le 10 mai 1979, "Forum International" était une tentative pour créer un quotidien économique français à vocation internationale; son originalité tenait à sa méthode de fabrication électronique. En dépit de ses ambitions, ce journal n'a pas réussi sa percée. En février 80 un conflit du travail l'obligeait à suspendre momentanément sa parution. Des difficultés financières graves lui imposent maintenant de modifier son rythme de parution: depuis le 28 mai 80, "Forum International" cesse d'être quotidien pour devenir bi-mensuel.

PRIX: 3 F.

ADRESSE: 149, rue de Courcelles - 75017 Paris

DIRECTRICE: Colette Dana

RED. EN CHEF: Roland Dana

TIRAGE/DIFFUSION: T.: 27.000 D.: 17.000 (déclaration 79)

COLLATION: 14 p. - 43 x 58

ILLUSTRATION: Quelques photos noir et blanc

PUBLICITE: 29 % (publicité pour entreprises, publ. financière)

FORMULE: Journal

ORGANISATION DE LA REDACTION: 50 journalistes

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Etre un outil de travail pour les responsables des différentes fonctions de l'entreprise pour les aider à accroître leur compétitivité face à une concurrence internationale de plus en plus agressive" (citation).

RUBRIQUES: "Forum International" est fortement structuré. Chaque page forme une rubrique. Ces pages ont une organisation identique: trois ou quatre articles principaux en position centrale, des nouvelles "en bref" sur le bord extérieur et de courtes informations sur l'espace restant.

FINANCES. FRANCE (Economie, politique). COMMERCE/DISTRIBUTION. AGRICULTURE/ALIMENTATION. CONSOMMATION/LOISIRS. EQUIPEMENT/HABITAT. ELECTRONIQUE/TELEMATIQUE. METALLURGIE/MECANIQUE ENERGIE/CHIMIE. VEHICULE/TRANSPORTS. ENTREPRISE. BOURSE. INTERNATIONAL (Economie, politique).



- PERIODICITE: Hebdomadaire
- HISTORIQUE: "Entreprise" de Hachette et "Les Informations de la Compagnie européenne de publications (cette société, contrôlée à 40 % par Havas publie entre autres "Usine Nouvelle") ont fusionné pour donner naissance en 1975 au "Nouvel Economiste" dont le capital a été partagé entre les deux groupes. Aujourd'hui, Hachette souhaiterait vendre sa participation; on parle d'un groupe de quotidiens de province comme acquéreur possible.
- PRIX: 7 F. Abonnement: 304 F.
- ADRESSE: 17, rue d'Uzès - 75002 Paris
- DIRECTEUR: Jacques Monnier
- RED. EN CHEF: Michel Tardieu
- TIRAGE/DIFFUSION: T.: 140.800 D.: 119.800 (OJD 1979)
- COLLATION: 92 p. - 21 x 28
- ILLUSTRATION: Pas de pages rédactionnelles en couleur.  
Nombreuses photos en noir et blanc.
- PUBLICITE: 46 % (Publicité commerciale, entreprises et particuliers. Petites annonces et publ. financière).
- FORMULE: News magazine
- ORGANISATION DE LA REDACTION: 45 journalistes
- OBJECTIFS REVENDIQUES: "L'économiste avant, c'était un monsieur très austère, alors que maintenant l'économiste c'est tout le monde tous les jours. Nous ressemblons aux autres magazines par le format et la formule, mais nous cherchons à donner le maximum de réponses plutôt que de poser des questions" (Interview du Directeur, 1977).
- RUBRIQUES: LA CONJONCTURE (Evolution commentée avec graphiques des principales tendances des économies occidentales). LE LECTEUR (Guide pratique à dominante économique: sélection de programmes radio-TV et livres, foires et salons, renseignements juridiques, promotion de dirigeants, courrier). EDITORIAL. L'ECONOMIE (Analyse de l'actualité économique replacée dans son cadre politique et social). L'ENTREPRISE (Etude de secteurs économiques particuliers, galerie de portrait d'hommes d'affaires). L'ARGENT (Finances, immobilier, bourses, portefeuille type). SUPPLEMENTS: Classement des 5.000 entreprises françaises et européennes - Spécial placements - Les entreprises de l'année (index des entreprises citées).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Le "Nouvel Economiste" s'organise autour de 4 ou 5 enquêtes, reportages ou dossiers dominant une masse de petits articles et de nouvelles brèves. Il est surtout centré sur l'économie et la gestion, s'intéressant plus à l'entreprise qu'aux marchés financiers. On y traite de l'actualité sociale et politique, mais il n'est fait aucune place aux événements culturels et aux loisirs. Le "Nouvel Economiste" est un news magazine à vocation essentiellement économique. Avec "L'Expansion", il a contribué à établir en France une presse économique majeure distincte de la presse financière.

FONCTION: Fournir une information économique globale plus réfléchie et étoffée que dans les rubriques spécialisées de la presse d'information générale.

ORIENTATION: Le "Nouvel Economiste" met l'accent sur le rôle des cadres en économie libérale

PUBLIC: La lecture du "Nouvel Economiste" ne nécessite pas une formation économique spéciale. Il peut convenir à un public cultivé s'intéressant aux questions économiques. Cependant cet hebdomadaire s'adresse d'abord aux dirigeants et aux cadres d'entreprise.

II) LA PRESSE FINANCIERE

- BOURSE ..... Pages 20 à 28
- PATRIMOINE ..... Pages 29 à 32

AGENCE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

"Agefi"

Réd. d'après le  
numéro 95 - 21.5.80

PERIODICITE: Quotidien (2 éditions)  
 HISTORIQUE: Paraît depuis 1911. Le Groupe AGEFI est également présent en Suisse et en Belgique.  
 PRIX: uniquement sur abonnement: 3.100 F.  
 ADRESSE: 108, rue de Richelieu - 75002 Paris  
 DIRECTEUR: Hugues-Vincent Barbe (également directeur du "Nouveau Journal")  
 DIFFUSION: 19.800 (annoncée en 1979)  
 REPART.GEOGR.: Paris: 51 %; Province: 45 % (Q.)  
 COLLATION: 20 p. - 42 x 58  
 ILLUSTRATION: Néant  
 PUBLICITE: 45 % (publicité financière)  
 FORMULE: Journal  
 ORGANISATION DE LA REDACTION: 38 journalistes (Q.)

OBJECTIFS REVENDIQUES: "'L'Agence" c'est un instrument de travail. Il n'y a pas de journal plus pillé ni plus découpé. L'aspect qualitatif de l'information donne une vue mondialiste de l'économie et sa véracité en fait le journal officiel des entreprises." (Interview du Directeur)

RUBRIQUES: EDITORIAL. SITUATION POLITIQUE ET ECONOMIQUE FRANÇAISE. NOUVELLES FINANCIERES FRANÇAISES. NOUVELLES ECONOMIQUES ET FINANCIERES INTERNATIONALES. COTE BOURSIERE FRANÇAISE ET ETRANGERE (Publication et commentaire).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: L'intérêt de l'AGEFI est d'être, grâce à son réseau de correspondants, le quotidien français qui offre le plus grand nombre d'informations financières en provenance de l'étranger. Ce journal ne publie aucun article de fond, les nouvelles sont présentées en vrac sous forme de dépêches. "L'AGEFI" est le type même du journal financier qui entretient une certaine confusion entre la publicité financière et la partie rédactionnelle.

FONCTION: Analyser rapidement l'actualité financière internationale.  
 Servir de boîte aux lettres aux sociétés qui ont des annonces financières à publier.

PUBLIC: Les milieux financiers (certains exemplaires sont affichés dans les banques).

COTE DESFOSES

Réd. d'après le  
numéro 20.891  
4 avril 1980

SOUS-TITRE: Quotidien économique et financier  
 PERIODICITE: Quotidien  
 HISTORIQUE: Première parution en 1825. Le plus ancien quotidien en vie après "Le Journal de la Corse" (1815)  
 PRIX: 2,20 F. Abonnement: 660 F.  
 ADRESSE: 42, rue Notre-Dame-des-Victoires  
75002 Paris  
 DIRECTEUR: André Bassinet  
 DIFFUSION: 19.900 (OJD 1980)  
 REPART.GEOGR.: Paris: 27 % - Province 73 %  
 MODE DE DIFF.: 5 % au numéro - 95 % par abonnement  
 COLLATION: 14 p. (pagination continue) - 32 x 49  
 ILLUSTRATION: Néant  
 PUBLICITE: 10 % (publicité financière)  
 FORMULE: Journal  
 ORGANISATION DE LA REDACTION: 16 journalistes

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Quotidien économique et financier donnant l'intégralité de la Bourse de Paris et des informations économiques du monde entier et évidemment de France. Publie également des études approfondies sur les sociétés." (Q.)

RUBRIQUES: NOTRE EDITORIAL. INFORMATIONS FINANCIERES. REVUE HEBDOMADAIRE DES MARCHES TROPICAUX. ACTUALITE DE L'ETRANGER. TIRAGES FINANCIERS. COTE OFFICIELLE DES AGENTS DE CHANGE. INDICES BOURSIERS. BIBLIOGRAPHIES (Ouvrages spécialisés et autres). ECHEANCIER COMPLET DES COUPONS.

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Ce quotidien compose la cote officielle des agents de change, qui est le cours officiel de la Bourse, ce qui lui donne un caractère semi-officiel et indépendant. Malgré les déclarations du journal, c'est essentiellement un quotidien financier et surtout boursier.

FONCTION: Instrument de travail pour les professionnels des marchés financiers.

PUBLIC: Milieux spécialisés de la finance (agents de change, analystes financiers, gérants



COTE DESFOSES (suite)

de portefeuilles, banquiers, assureurs...) actionnaires avertis, cadres supérieurs de l'économie.

La "Cote Desfossés" définit ses lecteurs:  
"Les lecteurs de la "Cote Desfossés"  
sont jeunes: 42 % n'ont pas atteint 45 ans;  
ont des moyens: il s'agit d'hommes actifs  
du milieu des affaires; ils disposent de  
revenus particulièrement élevés;  
et sont responsables (à un haut niveau  
dans les grandes administrations, les entre-  
prises du secteur parapublic - EDF, Renault -  
les grandes entreprises industrielles et  
commerciales) (Pavé publicitaire - 1979)

Réd. d'après le  
numéro 315 - 2.2.80

SOUS-TITRE: Le Journal de l'Economie et de la Finance  
 HISTORIQUE: Première parution à fin janvier 1974  
 PERIODICITE: Hebdomadaire  
 PRIX: 6 F. Abonnement: 230 F.  
 EDITEUR: Société d'Information Economique et  
 Financière (S.I.E.F.), 31, rue des  
 Jeûneurs - 75002 Paris  
 DIRECTEUR: Gérard Vidalenche  
 RED. EN CHEF: Gérard Vidalenche  
 TIRAGE/ DIFFUSION: T.: 48.000 D.: 39.700 (1979 - Q.)  
 REPART.GEOGR.: 40 % Région parisienne - 60 % Province  
 MODE DE DIFF.: 25 % vendus au numéro - 75 % par  
 abonnement  
 COLLATION: 24 p. - 26 x 39  
 ILLUSTRATION: Quasi-néant (cartes, graphiques)  
 PUBLICITE: 25 % (essentiellement publicité financière)  
 FORMULE: Journal  
 ORGANISATION DE LA REDACTION: 14 journalistes permanents:  
 2: Economie; 2: Placements;  
 8: Finances et bourse, entreprises, sociétés  
 2: Secrétariat de rédaction. (1979: Q.)

OBJECTIFS REVENDIQUES PAR LA PUBLICATION: "Gestion du patrimoine, connaissance des entreprises et des mécanismes économiques"(Q.)  
 "Notre conviction, c'est que l'on peut intéresser les Français à l'information économique et financière, à condition d'être pratique et concret, de faire tout un effort de vulgarisation et d'initiation." (Interview 1979)

RUBRIQUES: L'ACTUALITE ECONOMIQUE (L'avenir des échanges internationaux - Nouvel ordre monétaire - Politique du charbon - industrie du tourisme). VOTRE ARGENT (Marché de l'or, actualité boursière, nos études financières, l'investisseur international). AFFAIRES (Nouvelles des sociétés - publicité financière). TEMOIGNAGE (Interview d'hommes d'affaires)  
 SUPPLEMENTS: Une quinzaine de dossiers chaque année (automobile, immobilier, transports aériens, informatique).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Investir" cherche à être un journal accessible et produit un réel effort journalistique (titres accrocheurs, rubriques bien définies). On peut le résumer en deux parties: Pages d'informations économiques et politiques générales, suivies de listes de cotes boursières françaises et étrangères.

INVESTIR (suite)

ORIENTATION: Economie libérale - Développement des activités spéculatives.

PUBLIC: Cadres et dirigeants d'entreprises, actionnaires, spécialistes financiers.

ISSN: 0021-18049  
 PERIODICITE: Hebdomadaire  
 HISTORIQUE: Paraît depuis 1867  
 PRIX: 6 F. Abonnement: 220 F.  
 ADRESSE: 122, rue Réaumur - 75002 Paris  
 DIRECTEUR: Pierre Domenech  
 RED. EN CHEF: Pierre Dumas Vorzet  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 74.000 D.: 65.000 (Q.)  
 REPARTITION GEO. Paris: 30 %; Province: 70 %  
 MODE DE DIFFUS. 62 % par abonnement; 38 % vente au numéro  
 COLLATION: 32 p. - 29 x 40  
 ILLUSTRATION: Rares  
 PUBLICITE: 44 % (publicité financière)  
 FORMULE: Journal

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Hebdomadaire destiné à la gestion du patrimoine par les particuliers et les investisseurs institutionnels. Partant de l'analyse économique pour aboutir au conseil de gestion tant des valeurs mobilières que de tout autre placement." (Q.)

RUBRIQUES: NOTES ET REFLEXIONS (Brefs commentaires sur l'actualité). EDITORIAL. COURRIER FISCAL. CHRONIQUE JURIDIQUE. PLACEMENTS. TENDANCES DU MARCHE (Commentaires boursiers) LE JOURNAL DES VENTES, ARGUS DES ARTS ET DES ANTIQUITES. COTE DES VALEURS. CARNET DE L'EPARGNANT.

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Le "Journal des Finances" est un hebdomadaire essentiellement financier et boursier. Il commente peu l'actualité, s'intéressant surtout aux questions de patrimoine vues notamment sous l'angle juridique (fiscalité, propriété...)

FONCTION: Conseil aux investisseurs (Le "Journal des Finances" a mis en place un service questions-réponses par téléphone et courrier).

PUBLIC: Les professionnels des marchés financiers et les particuliers qui veulent gérer directement leur patrimoine.

SOUS-TITRE: Le journal de l'économie et de la liberté  
 PERIODICITE: Quotidien (soir)  
 HISTORIQUE: Né en 1967, le "Nouveau Journal" est publié par l'Agence Economique et Financière, que contrôle la "Compagnie française de journaux" de Raymond Bourguine. "Valeurs actuelles" et "Spectacles du Monde" appartiennent également à ce groupe.

PRIX: 3 F. Abonnement: 585 F.  
 ADRESSE: 108, rue de Richelieu - 75002 Paris  
 DIRECTEUR: Hugues-Vincent Barbe (Directeur de l'AGEFI)  
 RED. EN CHEF: Jean Dissard  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 59.000 D.: 49.000 (Q.)  
 REPART.GEOGRAPH.: 45 % Paris; 54 % Province  
 MODE DE DIFFUS.: 50 % au numéro - 50 % par abonnement  
 COLLATION: 16 p. - 42 x 58  
 ILLUSTRATION: rare  
 PUBLICITE: 23 % (Pub. financière)  
 FORMULE: journal

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Le Nouveau Journal" est à la fois politique, économique et financier." (interview)

RUBRIQUES: NOUVELLES POLITIQUES ET ECONOMIQUES.  
 BOURSE (publication intégrale de la cote et analyse des marchés financiers). Le numéro du vendredi comprend une rubrique  
 ART DE VIVRE (Livres, expositions, théâtre, musées).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Le "Nouveau Journal", malgré ses quelques pages politiques et économiques reste avant tout un quotidien financier centré sur la bourse.

PUBLIC: Investisseurs privés et professionnels (banquiers, actionnaires, agents de change...).

PREVISIONS ECONOMIQUES ET FINANCIERES

Réd. d'après le  
numéro 327 - 12.5.80

PERIODICITE: Hebdomadaire

PRIX: 9,30 F. Abonnement: 450 F.

EDITEUR: SEPRECO, 22, rue Drouot - 75009 Paris

DIRECTEUR: Roger Gicquel (ancien PDG de la "Vie Française", cette personnalité de la presse financière caresse depuis longtemps l'idée de lancer un quotidien économique et financier sur le modèle anglo-saxon du "Financial Times" ou du "Wall Street Journal").

COLLATION: 12 p. - 27 x 38  
ILLUSTRATION: Néant

PUBLICITE: 45 % (Publicité financière)

FORMULE: Journal

RUBRIQUES: NOS PREVISIONS GRAPHIQUES (Brefs commentaires sur l'évolution de quelques titres boursiers). CETTE SEMAINE EN BOURSE (Analyse du marché financier parisien). LES PREVISIONS DE L'ORDINATEUR (Tableau sélectif de valeurs mobilières avec diagnostic établi par ordinateur).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Cet hebdomadaire, coûteux au regard de son volume, a voulu uniquement se spécialiser dans les prévisions boursières, comptant sur sa méthode informatique pour séduire la clientèle. Il ne publie même pas la cote.

FONCTION: Vendre des pronostics boursiers.

PUBLIC: Spéculateurs boursiers.

SOUS-TITRE: Hebdomadaire d'actualités économiques, financières et boursières

PERIODICITE: Hebdomadaire

HISTORIQUE: Fondé en 1945 par Didier Lambert, la "Vie française" a fusionné avec "L'Opinion" en 1975.

PRIX: 7 F. Abonnement: 275 F.

EDITEUR: S.A. L'Opinion, 2, rue du Pont-Neuf - 75001 Paris

DIRECTEUR: Bruno Bertez

RED. EN CHEF: Jacques Léger

TIRAGE/DIFFUSION: T.: 109.111 D.: 93.475 (OJD 1979)

COLLATION: 72 p. - 33 x 29

ILLUSTRATION: Seules les pages de couverture sont en couleur. Quelques photos noir-blanc.

PUBLICITE: 42 % (Publicité financière, placements, produits de luxe).

FORMULE: Magazine

ORGANISATION DE LA REDACTION: 27 journalistes. (1976)

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Il est nécessaire qu'un journal financier ne soit pas que financier, qu'il représente un éventail un peu élargi de toutes les possibilités, qu'il soit le support de ce qui se passe dans la vie économique et qu'il fasse réfléchir à d'autres placements que boursiers." (Interview du PDG, 1977)

RUBRIQUES: VOS AFFAIRES (Informations pour épargnants, placements, immobilier, chiffres utiles). ECONOMIE (Reportages, enquêtes, dossiers portant sur la conjoncture française et internationale). ENTREPRISE (Analyse économique de secteurs particuliers). BOURSE (Publication et commentaires des cotes boursières).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Bien qu'il soit d'abord un hebdomadaire boursier et financier, la "Vie Française" fait un réel effort pour traiter ces questions dans le contexte de l'économie générale et de la vie des entreprises. Les articles économiques peuvent donc se lire indépendamment de la partie consacrée aux finances.

FONCTION: Fournir aux particuliers une information financière qui ne soit pas coupée des réalités économiques.

ORIENTATION: Economie libérale.

PUBLIC: Il n'est pas nécessaire d'être un initié pour lire "la Vie française". Epargnants aisés, cadres et professions indépendantes.

MIEUX-VIVRE

Réd. d'après le  
numéro 13 - mars 1980

SOUS-TITRE: Le mensuel de vos finances personnelles  
 PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: "Le Particulier" détient 51 % du capital de ce nouveau périodique lancé au début 1979.  
 PRIX: 14 F. Abonnement: 150 F.  
 EDITEUR: Les Publications Marignan, 26, rue du Bouloi - 75001 Paris  
 DIRECTEUR: Jean-Antoine Bouchez (ancien directeur de "La Vie Française")  
 RED. EN CHEF: René Tendron (également chroniqueur à Europe 1 et TF 1.)  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 62.500 D.: 60.000 (Contrôle OJD 79)  
 COLLATION: 100 p. - 21 x 28  
 ILLUSTRATION: La couleur est utilisée pour la couverture, ainsi que pour certaines pages rédactionnelles. Nombreuses photos.  
 PUBLICITE: 33 % (produits de consommation, placements, publ. financière)  
 FORMULE: News Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Pour la première fois, un magazine s'est fixé pour objectif de vous aider à mieux gérer vos finances personnelles. Ce magazine mensuel, nouveau par son contenu comme par sa forme, c'est "Mieux Vivre"."(Publ.)

RUBRIQUES: PERISCOPE (Passe-temps; voyages; livres; vie pratique; gastronomie; ventes publiques). ACTUALITES (Vie sociale, par exemple les vacances, la santé...). ENQUETES (Les arts ménagers; la formation permanente; les finances familiales, les collections...). CONSEILS (Bourse, placements, immobilier, renseignements juridiques, courrier pratique).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Bien fait, agréable à feuilleter, "Mieux Vivre" a transposé la formule de "L'Expansion" dans le domaine de l'économie domestique. Ce magazine est surtout axé sur les problèmes de gestion du patrimoine des particuliers, mais il est aussi conçu comme un périodique de la vie pratique et des loisirs. Il n'y est pratiquement pas question de l'actualité économique, politique, sociale et culturelle.



MIEUX VIVRE (Suite)

FONCTION: Conseiller les particuliers dans la gestion de leur budget et de leur fortune.

PUBLIC: Ce magazine se lit facilement, mais il s'adresse à des gens qui possèdent un bon niveau de vie, type cadres, professions libérales et commerçants. Epargnants.

PATRIMOINE

Réd. d'après le  
numéro 11 - Fév. 80

- SOUS-TITRE:** Revue mensuelle de défense du patrimoine en France et dans les pays francophones: Afrique, Belgique, Canada, Suisse.
- HISTORIQUE:** Paraît depuis 1979
- PERIODICITE:** Mensuel
- PRIX:** 12 F. Abonnement: 80 F.
- EDITEUR:** Edition Information Francophone, 14, av. de la Paix - 92170 Vanves
- DIRECTEUR:** André Cambresy
- RED. EN CHEF:** Pierre Olinat
- DIFFUSION:** 40.000 ex. (annoncé - 1979)
- COLLATION:** 64 pages - 21 x 28
- ILLUSTRATION:** Photos noir et blanc. Couverture couleur.
- PUBLICITE:** 23 % (placements)
- FORMULE:** Magazine
- RUBRIQUES:** BLOC-NOTES (Informations pratiques). L'ARGENT (Numismatique, pierres précieuses, antiquités, emprunts...). LES DOSSIERS DE "PATRIMOINE" (Dans ce numéro, un cahier détachable de 20 pages sur le secret des banques suisses). PORTEFEUILLE (Conseils boursiers, investissements). PAYS FRANCO-PHONES (ex. Afrique: Uranium; Belgique: le marché de l'art). LIVRES ET DISQUES.
- CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION:** "Patrimoine" traite des différentes formules de placement privé, depuis les valeurs mobilières jusqu'aux objets d'art et de collection, en passant par l'immobilier et les pierres précieuses. Il aborde ces sujets de façon attrayante que les publications financières traditionnelles, recourant volontiers aux interviews et aux enquêtes. Contrairement à bon nombre de magazines, le dossier annoncé occupe une place réellement importante: près du tiers de la surface rédactionnelle.
- FONCTION:** Conseiller les particuliers dans la gestion de leur patrimoine.
- PUBLIC:** Ce magazine est plutôt facile à lire. Il s'adresse aux épargnants aisés.

LE REVENU FRANÇAIS

Réd. d'après le  
numéro 125 - avril 80

SOUS-TITRE: Le Conseiller de tous vos placements,  
le défenseur de votre patrimoine.

PERIODICITE: Mensuel

HISTORIQUE: Paraît depuis 1968

PRIX: 12 F. Abonnement: 144 F.

EDITEUR: Editions et Publications internationales,  
61, rue de Malte - 75011 Paris

DIRECTEUR: Robert Montheux (également Directeur  
du mensuel "Les Affaires")

TIRAGE: 78.000 (annoncé - 1979)

COLLATION: 48 p. - 25 x 34

ILLUSTRATION: Quelques photos noir et blanc

PUBLICITE: 50 % (immobilier, placements, avis financiers)

FORMULE: Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Constituer un organe de presse uni-  
quement préoccupé par la défense du consommateur et suscep-  
tible de lui fournir les éléments aptes à guider son choix.  
Nos tests sont sans complaisance. Nous sommes très indépen-  
dants (Interview du Directeur).

RUBRIQUES: DIALOGUE AVEC NOS LECTEURS (Courrier  
pratique à caractère juridique, fiscal et financier).  
ACTUALITES DES PLACEMENTS (Information sur les investis-  
sements). BONS ET MAUVAIS PLACEMENTS. POUR AMATEURS ET  
COLLECTIONNEURS (Intérêt financier des objets de collec-  
tion). BOURSE (Conseils). DOSSIERS (Analyse comparative:  
les fonds communs de placement, les programmes immobiliers  
à Nice...)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Le Revenu Français"  
n'est pas un périodique d'information financière, mais une  
publication spécialisée dans le conseil pratique aux épargnants  
aisés (les abonnés peuvent même utiliser par téléphone un  
service questions-réponses). Tous les articles sans excep-  
tion traitent de problèmes de placement. Ce mensuel adopte  
volontiers le style d'un organe de défense des consommateurs  
qui se consacrerait uniquement à la gestion des patrimoines  
privés.

FONCTION: Aider les particuliers à sélectionner  
leurs investissements.

PUBLIC: Clientèle aisée, type profession libérale

III) LA PRESSE PATRONALE

- ORGANES D'ASSOCIATIONS ..... Pages 34 à 40
- GESTION ..... Pages 41 à 43
- PRESSE D'OPINION ..... Pages 44 à 47
- PRESSE ECONOMIQUE ET PROFESSION-  
NELLE D'UN SECTEUR DONNE ..... Pages 48 à 60
  - \* Exportation ..... Pages 48 à 54
  - \* Assurances, banque ..... Pages 55 à 56
  - \* Distribution ..... Pages 57 à 58
  - \* Energie, environnement ..... Pages 59 à 60

CNPF - PATRONATRéd. d'après le  
numéro 411 - mars 80

SOUS-TITRE: La Revue des entreprises  
ISSN: 0399-8975  
PERIODICITE: Mensuel  
HISTORIQUE: Créé en 1946  
PRIX: 10 F. Abonnement: 100 F.  
ADRESSE: 31, av. Pierre 1<sup>er</sup> de Serbie 75784 Paris  
Cédex 16  
DIRECTEUR: Michel Frois  
RED. EN CHEF: Sven Sainderichin  
DIFFUSION: 25.000 (annoncée - 1978)  
COLLATION: 64 p. - 28 x 30  
ILLUSTRATION: Portraits de dirigeants (photos)  
PUBLICITE: 16 % (publicité commerciale et professionnelle)

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Le point sur les sujets d'actualité concernant la vie des entreprises, les questions sociales, les faits économiques" (Editorial)

RUBRIQUES: Pas de rubriques fixes . Exemples de sujets traités dans ce numéro: ACTIVITES du CNPF - STRATEGIE SOCIALE EN 1980 - DROIT DES ENTREPRISES - BOURSE ET ENTREPRISES - GESTION DU PERSONNEL - FORMATION PERMANENTE - NOUVEAUX MARCHES POUR LES EXPORTATEURS - LA CONJONCTURE EN FRANCE

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Bulletin d'informations pratiques, de témoignages et d'analyses économiques et politiques. Macro-économie prépondérante.

ORIENTATION: Défense de l'économie libérale et de l'entreprise.

PUBLIC: Dirigeants, cadres supérieurs, patronat

DIRIGEANTS

Réd. d'après le  
numéro 106 - Fév. 80

ISSN: 0220-0686

PERIODICITE: Mensuel

HISTORIQUE: Paraît depuis 1949; fait suite à  
"Jeunes patrons" (1943)

PRIX: 15 F. Abonnement: 120 F.

ADRESSE: 19, av. George V - 75008 Paris

DIRECTEUR: Alain Hollande

RED. EN CHEF: Charles Benamon

DIFFUSION: 3.914 (OJD 79)

REPART. GEOGR.: Paris: 70 % - Province: 30 %

MODE DE DIFF.: Sur abonnement

COLLATION: 42 p. 21 x 29

ILLUSTRATION: Photos noir et blanc de bonne qualité  
mais peu variées. Couv. en couleurs

PUBLICITE: 12 % (Pub. commerciale)

FORMULE: Magazine

ORGANISATION DE  
LA REDACTION: 2 journalistes permanents

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Amélioration des conditions de travail  
dans les entreprises". "L'entreprise au service de l'homme"  
"Revue économique et sociale" (Q.)

RUBRIQUES: EDITORIAL. ACTUALITE CONJONCTURE.  
DOSSIER (Les énergies nouvelles).  
ENTRETIENS. OPINION (Personnalité de  
l'économie). ENTREPRISE (Les nouvelles  
des entreprises - les horaires variables).  
PLACEMENT. (Bourse - Immobilier - Or).  
LECTURES (Ouvrages spécialisés).  
HUMEURS (Tourisme, gastronomie...)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Ce mensuel fait un bref  
tour d'horizon des nouvelles et des indices économiques du  
mois. L'essentiel est constitué par un dossier et un entre-  
tien qui contribuent à éclairer un domaine d'actualité.

ORIENTATION: Economie libérale ouverte au dialogue  
avec les organisations syndicales dans  
l'entreprise, favorable à des formes de  
co-gestion. Volonté réformatrice au sein  
du patronat. Organe du C.J.D. (Voir Note \*)

PUBLIC: Patrons, cadres supérieurs, dirigeants  
d'entreprises de taille moyenne.

\* C.J.D. : Centre des Jeunes Dirigeants

HOMMES ET COMMERCE

Réd. d'après le  
numéro 164 - Nov. 79

- SOUS-TITRE:** Magazine de réflexion et d'information publié par l'Association HEC et destiné aux responsables du secteur privé et du secteur public.
- PERIODICITE:** Trimestrielle
- PRIX:** 25 F. Abonnement: 100 F.
- ADRESSE:** 164, Faubourg St-Honoré - 75008 Paris
- DIRECTEUR:** Claude Marin
- RED.EN CHEF:** Monique Bonneval
- DIFFUSION:** 7.850 (OJD - 1977)
- COLLATION:** 64 p. 21 x 28
- ILLUSTRATION:** Photos noir et blanc  
Couv. en couleur
- FORMULE:** Magazine
- RUBRIQUES:** Un dossier par numéro (Il occupe une bonne moitié des pages rédactionnelles et est consacré à un secteur économique particulier; ex.: les industries agro-alimentaires). SYNTHÈSE HEC (Un thème brièvement traité, ex. La nouvelle publicité). HEC ACTUALITES (Activités de l'Association).
- CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION:** Bonne qualité du dossier trimestriel qui propose une synthèse accessible et des interviews bien conduits sur un sujet d'actualité. "HEC" est davantage qu'une revue d'anciens étudiants.
- ORIENTATION:** Analyse de l'économie par secteurs. Mise en valeur de l'esprit d'entreprise et de la réussite sociale et professionnelle.
- PUBLIC:** Essentiellement les membres de l'Association HEC, ainsi que les cadres intéressés par les dossiers.

SOUS-TITRE: Cahiers du Centre d'Etudes et de Recherches  
 PERIODICITE: Bimestriel  
 HISTORIQUE: Paraît depuis 1959  
 EDITEUR: Association des anciens élèves de Lettres  
 et Sciences humaines des Universités de  
 Paris, 77, rue de Villiers - 92 Neuilly  
 PRIX: 45 F. Abonnement: 250 F.  
 DIRECTEUR: Charles-Pierre Guillebeau  
 RED. EN CHEF: Mlle Praudel  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 3.000 D.: 2.385 (1979 - Q.)  
 MODE DE DIFF.: 128 au numéro - 2257 par abonnement (70 %  
 pour les entreprises)  
 COLLATION: 94 p. - 17 x 28  
 ILLUSTRATION: Néant  
 PUBLICITE: Néant  
 FORMULE: Revue

OBJECTIFS REVENDIQUES: "La revue "HUMANISME ET ENTREPRISE"  
 propose une étude sur:

- l'entreprise: \* son rôle et ses problèmes dans le monde  
actuel et de demain
- l'homme: \* son insertion dans l'entreprise  
\* son rôle et sa place dans le système  
complexe des relations, de la communi-  
cation et de l'information." (Q.)

RUBRIQUES: Cette revue regroupe sous une couverture  
servant de chemise quelques cahiers  
matériellement et intellectuellement  
autonomes. Ces cahiers d'une quinzaine  
de pages comportent un indice numérique  
permettant de les classer. Dans ce numéro:  
ENTREPRISES DEFAILLANTES. LES CADRES  
DE DEMAIN. LES MARQUES. LES RELATIONS  
HUMAINES DANS LES ORGANISATIONS.  
L'EUROPE DE LA SCIENCE. L'AIDE ALIMENTAIRE

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: A partir d'exposés dis-  
parates dont certains sont des textes de conférences, cette  
revue présente une série de réflexions sur les finalités de  
l'entreprise



HUMANISME ET ENTREPRISE (suite)

FONCTION: Servir de lien entre l'Université et les milieux d'affaires (Le Conseil de direction de la revue est composé d'universitaires et de dirigeants de grandes entreprises).

PUBLIC: Les cadres dirigeants, les universitaires intéressés par les problèmes de l'entreprise.

PROFESSIONS ET ENTREPRISES

Réd. d'après le  
numéro 696  
nov.-déc 79

PERIODICITE: Bimestriel  
 HISTORIQUE: Première parution en 1897  
 PRIX: 25 F. Abonnement: 130 F.  
 ADRESSE: 24, rue Hamelin 75016 Paris  
 DIRECTEUR: André Aumonier  
 TIRAGE: 4.000 (annoncé Q.)  
 REPART.GEOGR.: Paris: 30 % - Province: 70 %  
 MODE DE DIFF.: —  
 COLLATION: 64 p. - 21 x 30  
 ILLUSTRATION: Très rares photos en noir et blanc  
 PUBLICITE: 25 % (Pub. commerciale)  
 FORMULE: Revue.

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Donner aux chefs et aux dirigeants d'entreprise des éléments de réflexion dans le domaine économique et social susceptibles de les aider dans la direction de leurs affaires." (Q.)

RUBRIQUES: EDITORIAL. NOUVEAUX REGARDS SUR LES PME.  
 NOUVEL ORDRE ECONOMIQUE INTERNATIONAL.  
 COURRIER DES LECTEURS. D'UN MOIS A L'AUTRE  
 (Nouvelles du mouvement du patronat chrétien).  
 NOUS AVONS LU POUR VOUS (Ouvrages spécialisés).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Revue patronale visant à fournir des informations à la fois pratiques et d'encadrement religieux aux chefs d'entreprise chrétiens.

ORIENTATION: Eloge de la grandeur morale et sociale du chef d'entreprise. Anticommunisme prononcé. Organe du Centre Français du Patronat chrétien (CFPC).

PUBLIC: Patronat chrétien.

LA VOLONTE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE  


---

 ET DES PRESTATAIRES  


---

 DE SERVICES  


---

Réd. d'après le  
numéro de mars 79

ISSN: 0151-8631  
 PERIODICITE: Mensuel  
 PRIX: 7 F. Abonnement: 70 F.  
 ADRESSE: 23, rue de Cléry - 75002 Paris  
 DIRECTEUR: L. Rebuffel  
 DIFFUSION: 108.000 (OJD - 1977)  
 COLLATION: 24 p. 29 x 42  
 ILLUSTRATION: Photos noir et blanc  
 PUBLICITE: 50 % (publicité commerciale et professionnell  
 FORMULE: Journal

RUBRIQUES: EDITORIAL. ACTUALITES (Manifestation des PME; les baromètres de l'économie; procès Darty). INDUSTRIE (Hausse de l'or - Economies d'énergie) COMMERCE (Assemblée des détaillants en jouets). PRESTATAIRES (Contrôleurs et Inspecteurs; la publicité comparative). JURIDIQUE (Jurisprudence) FISCAL (Taxe professionnelle). REGIONS (Foire de Lyon; Auvergne). INTERNATIONAL (Possibilités d'exportation pour les PME et les PMI).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Journal vivant, lié aux préoccupations des dirigeants et cadres des petites et moyennes entreprises.

FONCTION: Organe de la Confédération générale des PME.

PUBLIC: Commerçants, petits entrepreneurs, dirigeants d'entreprises moyennes.

- SOUS-TITRE: Mensuel de conseils pratiques aux entreprises
- PERIODICITE: Mensuel
- HISTORIQUE: Paraît depuis 1960
- RIX: 10 F. Abonnement: 100 F.
- EDITEUR: Editions express-documents, 61, rue de Malte - 75011 PARIS
- DIRECTEUR: Robert Monteux (également directeur du "Revenu Français")
- DIFFUSION: 21.270 (OJD 1978)
- COLLATION: 36 p. - 21 x 28
- ILLUSTRATION: Couverture en couleur et quelques photos noir et blanc
- PUBLICITE: 20 % (Publ. commerciale)
- FORMULE: Bulletin
- RUBRIQUES: COURRIER (Service juridique de questions-réponses). LIVRES PRATIQUES (Ouvrages d'initiation en économie et gestion). ACTUALITE JURIDIQUE, FISCALE ET SOCIALE (Informations pratiques). FINANCES. INTERVIEW. SECURITE (Un dossier de législation du travail). TECHNIQUES NOUVELLES; EQUIPEMENT DE BUREAU (Présentation de matériel). ORGANISATION ET GESTION.
- CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Mensuel d'informations pratiques axé sur la gestion administrative des entreprises, "Les Affaires" accordent une grande place aux questions juridiques et fiscales. Les réalités économiques de l'entreprise sont donc délibérément ignorées. En outre, les quelques pages destinées à présenter de nouveaux équipements semblent entretenir, du fait de leur présentation, une certaine confusion entre la partie rédactionnelle et la publicité.
- FONCTION: Conseils aux gestionnaires d'entreprises
- ORIENTATION: Economie libérale
- PUBLIC: Dirigeants de petites et moyennes entreprises.

FORUM GESTION

Réd. d'après le  
numéro 25 - nov.-  
décembre 1979

SOUS-TITRE: Le Magazine de l'économie et de la gestion  
 PERIODICITE: Bimestriel  
 HISTORIQUE: "Forum Gestion" paraît depuis 1971; il est réalisé par une équipe d'étudiants de l'Institut supérieur de gestion (établissement privé d'enseignement supérieur à Paris).  
 PRIX: 8 F. Abonnement: 40 F.  
 EDITEUR: Publication pour le groupe ISG, 16, rue Spontini, 75116 Paris  
 DIRECTEUR: Jack Forget  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 15.000 D.: 9.900 (1979 - Q.)  
 REPART.GEOGR.: Paris: 30 %; Province: 70 %  
 MODE DIFF.: 6700 au numéro - 3.200 par abonnement (dont 2.500 aux entreprises).  
 COLLATION: 54 p. - 21 x 28  
 ILLUSTRATION: Couverture en couleur - photos en noir et blanc, dessins  
 PUBLICITE: 24 % (Pub. commerciale)  
 FORMULE: Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Rendre l'approche des problèmes économiques, financiers et sociaux plus attrayante, plus claire, plus simple. Offrir au lecteur dirigeant ou cadre d'entreprise des informations et des rubriques pratiques dont le contenu soit immédiatement utilisable dans la vie professionnelle " (Q.)

RUBRIQUES: P.M.E. STORY. LIVRES (Critique d'ouvrages faisant le tour d'une fonction des entreprises). DOSSIER FORUM (Article de fond annoncé en couverture. Ex.: Le palmarès des meilleurs salons et foires internationales). ENQUETE FORUM (Des articles sur une entreprise, un marché, des personnalités). DOCUMENTS SOCIAL (Question de personnel). GESTION (Conseils et informations pratiques). UN PROBLEME UNE DECISION (Etude d'un cas pratique). TABLEAU DE BORD (Chiffres utiles).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Sous une forme concrète et dans un style d'inspiration journalistique, cette publication traite de gestion des entreprises (Marketing, publicité, direction du personnel...) On y trouve quelques enquêtes intéressantes pouvant servir de documentation.

FORUM GESTION (Suite)

FONCTION: Fournir l'information nécessaire à la direction des entreprises moyennes.

PUBLIC: Les étudiants en gestion, les cadres et les dirigeants des P.M.E.

L'INFORMATEUR DES CHEFS D'ENTREPRISE LIBRES

Réd. d'après le  
numéro 665  
janv. 80

PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: Première parution en décembre 1944  
 PRIX: Abonnement: 100 F.  
 ADRESSE: 24, rue Joseph Serlin 69001 Lyon  
 DIRECTEUR: René Berger-Perrin  
 DIFFUSION: 3.500 (annoncé Q.)  
 REPART.GEOGR.: Paris 20 %; Province:80 %  
 MODE DE DIFFUSION:Uniquement sur abonnement  
 COLLATION: 12 p. 30 x 45  
 ILLUSTRATION: Photos (portraits) en noir et blanc  
 PUBLICITE: 40 % (Pub. commerciale)  
 FORMULE: Journal (sur papier glacé)

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Défense et représentation des chefs d'entreprise de toutes formes d'activité: commerce, industrie, artisans, professions libérales et agricoles." (Q.)

RUBRIQUES: EDITORIAL. POSITIONS (Sorte de Tribune libre). DECOUPE POUR VOUS (Revue de presse). IL FAUT LE SAVOIR (Informations économiques et générales et situation d'entreprises en bref). NOS INDUSTRIES (L'industrie française en 1980). TRIBUNE LIBERALE (Plaidoyers pour les sociétés libérales). CHRONIQUE JURIDIQUE, SOCIALE ET COMMERCIALE. LES CONSEILS BOURSIERS. DETENTE POUR LE PATRON (disques, expositions). L'ENTREPRISE, LE CHEF D'ENTREPRISE (Activités de l'association, stages de formation).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Journal mensuel de l'Association des chefs d'entreprise libres, il reflète les préoccupations et les activités de cette association. Faible valeur informative pour les non-membres.

ORIENTATION: Défense de la petite et moyenne entreprise. Croisades contre l'intervention et les charges étatiques.

PUBLIC: Membres de l'association, petits entrepreneurs.

JOURNAL DU COMMERCE  
 & DE L'INDUSTRIE DE L'EUROPE  
 occidentale-orientale  
 et du Marché Commun

Réd. d'après le  
 numéro de mars-avril 80

SOUS-TITRE: Le plus ancien journal économique tricolore  
 PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: Fondé en 1880 par Félix Faure, alors  
 Président de la Chambre de Commerce  
 du Havre, cette publication a été pen-  
 dant 93 ans le "Journal officiel des  
 Chambres de Commerce et d'Industrie".  
 Elle fait partie d'un groupe de 13  
 publications professionnelles (ex.:  
 "L'Hôtellerie française", "L'Echo du  
 Meuble", "Immeubles"...)  
 PRIX: 15 F. Abonnement: 313 F.  
 ADRESSE: 95, rue Charles Laffitte - 92 Neuilly /Seine  
 DIRECTEUR: René Drouin  
 DIFFUSION: 225.000 (1978 - Q.)  
 COLLATION: 30 p. - 21 x 30  
 ILLUSTRATION: Néant  
 PUBLICITE: 23 % (pub. commerciale)  
 FORMULE: Bulletin

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Mission d'informations apolitiques  
 et de documentation sur toutes les questions économiques  
 avec des informations puisées aux sources officielles et  
 privées". (Q.)

RUBRIQUES: LETTRES DE PERSONNALITES (Dans ce numéro:  
 4 Académiciens - Thierry Maulnier, Pierre  
 Gaxotte, L. Leprince-Ringuet, Jean Guilton -)  
 LES MARCHES A TERME DE MARCHANDISES.  
 COURRIER DES LECTEURS. INFORMATIONS  
 ECONOMIQUES (Série de brefs articles).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Le "Journal du Commerce  
 et de l'Industrie..." traite de l'économie en général, il  
 n'est pas spécialisé, il serait même plutôt touche-à-tout.  
 Constitué de quelques articles d'opinions et d'informations  
 anecdotiques, cette publication donne une impression de  
 bricolage. Le Marché Commun est considéré comme un sujet  
 privilégié.

ORIENTATION ET PUBLIC: Diffuser dans les milieux des chambres  
 de Commerce et des métiers une informa-  
 tion économique pro-européenne de tendance  
 gouvernementale.



ISSN: 0395-6393

PERIODICITE: Hebdomadaire pendant les sessions parlementaires, bimensuel durant les intersessions.

HISTORIQUE: Paraît depuis 1971

ADRESSE: 106, rue de Richelieu - 75002 Paris

PRIX: Abonnement: 150 F.

DIRECTEUR: Claude-Henri Leconte

TIRAGE: 14.000 (annoncé 1978)

COLLATION: 12 p. 29 x 44

ILLUSTRATION: Néant

PUBLICITE: 40 % (publicité financière)

FORMULE: Journal

RUBRIQUES: ACTUALITE POLITIQUE. REGARDS SUR LA QUINZAINE (Personnalités et actualités parlementaires). LE MOUVEMENT ECONOMIQUE. BOURSE ET VERITE (Présentation de quelques actions prometteuses). L'ACTUALITE FINANCIERE

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Ce périodique est à la fois une feuille d'opinion politique et un support d'informations et de publicité financières.

ORIENTATION: Bourse  
Opposition à la politique dite pro-arabe du Gouvernement. Défense des intérêts d'Israël et de l'Afrique du Sud.

PUBLIC: Membres d'un cercle politique relativement restreint situé à la droite de l'échiquier politique. Actionnaires.

Réd. d'après le  
numéro 6219  
du 7.3.1980

**SOUS-TITRE:** Hebdomadaire politique, économique et financier

**PERIODICITE:** Hebdomadaire

**HISTORIQUE:** Paraît depuis 1947

**PRIX:** 4,50 F. Abonnement: 200 F.

**EDITEUR:** Société Nouvelle de la presse quotidienne et périodique, 64, rue de Rome 75008 Paris

**DIRECTEUR:** Marthe Wagner

**TIRAGE/ DIFFUSION:** T.: 35.000 (Q. - 1979)

**REPART.GEOGR.:** Paris: 15 %; Province: 85 %

**MODE DE DIFFUS.:** 58 % abonnements (dont 60 % à des entreprises et collectivités)

**COLLATION:** 16 p. - 28 x 38

**ILLUSTRATION:** Néant

**PUBLICITE:** 22 % (publ. financière)

**FORMULE:** Journal

**OBJECTIFS REVENDIQUES:** "Revue spécialisée à vocation grand public. Connaissance des entreprises et des mécanismes économiques; compréhension de l'actualité" (Q.)

**RUBRIQUES:** EDITORIAUX (L'un politique, l'autre économique). CARNET. LE MONDE COMME IL VA (Brève chronique politique). L'AGENDA DES AFFAIRES (Informations sur les entreprises). ACTUALITE ECONOMIQUE ET FINANCIERE (L'économie à travers les livres, la bourse en un clin d'oeil, valeurs boursières sur la sellette). LA VIE RELIGIEUSE (Chronique sur l'Eglise et la doctrine catholique). ARTS, LETTRES, SPECTACLES. TOURISME, LOISIRS, GASTRONOMIE. DES IDEES ET DES HOMMES.

**CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION:** La "Presse Française" est un périodique économique et financier axé sur la vie des affaires et des entreprises qui sert surtout de tribune d'opinion. Les articles sont écrits sur un ton vif et même polémique.

**ORIENTATION:** Défendre un ordre social défini par le libéralisme économique et les valeurs chrétiennes. Soutenir la politique économique du gouvernement.

**PUBLIC:** Les milieux d'affaires traditionnalistes

EXPORTER

Réd. d'après le  
numéro 124 - avril 80

SOUS-TITRE: Bulletin du Club des Exportateurs  
 PERIODICITE: Mensuel  
 PRIX: 15 F. Abonnement: 120 F.  
 ADRESSE: 5, rue Clément Marot 75008 Paris  
 DIRECTEUR: Gérard Brault-Noble  
 RED. EN CHEF: Jean Arnaud  
 COLLATION: 32 p. 21 x 27  
 ILLUSTRATION: Rares photos noir et blanc d'hommes d'affaire  
 PUBLICITE: 35 % (Pub. commerciale)  
 FORMULE: Bulletin

RUBRIQUES: EDITORIAL. ACTUALITES (Déficit du Commerce extérieur. Arts ménagers et exportations). ENTREPRISES (Conseils pour l'exportation en Amérique latine). MARCHÉS (12 jours en Chine). DOSSIERS (Algérie). ETUDE (Les investissements à l'étranger). VIE DU CLUB. LU DANS LA PRESSE. FORMATION.

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Bulletin professionnel à vocation économique et contenant des dossiers sur l'économie internationale ou sur certains pays étrangers.

ORIENTATION: Développement de l'économie libérale. Exposé des facilités et particularités des marchés d'exportation.

PUBLIC: Membres du Club des exportateurs. Dirigeants des grandes entreprises exportatrices.

INDUSTRIES ET TRAVAUX D'OUTREMER

Réd. d'après le  
numéro 296  
Juillet 1978

SOUS-TITRE: Afrique, Amérique latine, Asie  
 PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: Première parution en 1953  
 PRIX: 57 F. Abonnement: 640 F.  
 EDITEUR: René Moreux & Cie, 190 Bd. Haussmann  
 75008 Paris  
 DIRECTEUR: Christian Moreux  
 RED. EN CHEF: Jean Guéneau  
 TIRAGE: 8.000 (annoncé - Q.)  
 REPART. GEOGR.: Afrique: 70 %  
 France: 14 %  
 Europe: 8 %  
 Amérique: 4 %  
 Asie: 3 %  
 MODE DE DIFF.: 90 % par abonnement  
 COLLATION: 64 p. (numérotées de 537 à 599) - 24 x 31  
 ILLUSTRATION: Rares photos noir et blanc  
 PUBLICITE: 12 % (Publicité industrielle de  
 biens d'équipement).  
 FORMULE: Bulletin/Revue

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Mensuel de documentation économique, technologique et d'informations d'affaires sur les pays en développement d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine". (Q.)

RUBRIQUES: ARTICLES D'ETUDE ET D'INFORMATIONS  
 GENERALES (Ex.: Activité outremer d'EDF)  
 AFRIQUE (plus de 20 articles sur 20 pays,  
 ex.: ALGERIE: Programme spécial pour le  
 Sud et transsaharienne)  
 AMERIQUE LATINE (10 articles sur 7 pays,  
 ex.: MEXIQUE: La Régie Renault crée une  
 nouvelle filiale).  
 ASIE/OCEANIE: (une dizaine d'articles dont  
 SYRIE: Etude du 4<sup>e</sup> plan quinquennal)  
 TRANSPORTS  
 INFORMATIONS INDUSTRIELLES ET TECHNIQUES

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Industries et Travaux d'Outre mer" fait le tour des activités industrielles en cours ou en projet dans les pays du Tiers Monde. Recensement minutieux des informations industrielles et bancaires en vue de décisions d'investissements ou de prospection de projets publics ou privés.

INDUSTRIES ET TRAVAUX D'OUTREMER (suite)

- ORIENTATION:** Développement de l'activité industrielle dans le Tiers Monde et de l'expansion de l'exportation des capitaux.
- PUBLIC:** Cadres supérieurs des firmes multi-nationales industrielles et commerciales. Dirigeants d'entreprises de travaux publics et de génie, cadres supérieurs d'administration, hauts responsables bancaires et financiers, étudiants, instituts de recherche.

MARCHÉS TROPICAUX ET MEDITERRANEENS

Réd. d'après le  
numéro 1760.  
3 août 1979

SOUS-TITRE: L'Exportateur français

PERIODICITE: Hebdomadaire. PRIX: 26 F. ABON: 1.144 F.

HISTORIQUE: Première parution en 1945

EDITEUR: René Moreux & Cie, 190, Bd. Haussmann  
75008 Paris

DIRECTEUR: Christian Moreux

RED. EN CHEF.: Jean Guéneau

TIRAGE: 19.000 (Annoncé - 1979: - Q.)

COLLATION: 56 p. (numérotées de 2.137 à 2.191); 24 x 31

ILLUSTRATION: Rares photos noir et blanc

PUBLICITE: 5 % (Publicité bancaire et de biens  
d'équipement).

REPARTITION GEO- Afrique: 52,5 % (dont 41 % en Afrique  
GRAPHIQUE DES Noire francophone) - France: 26,5 %.  
LECTEURS : Europe: 15,6 % - Amérique: 2,3 %  
Proche, Moyen et Extrême-Orient: 1,7 %

MODE DE DIFF.: 95 % d'abonnés

FORMULE: Bulletin/ (en pagination continue)  
Revue

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Un support essentiel pour l'Afrique"  
"Hebdomadaire économique," "Marchés Tropicaux et Méditerranéens"  
publie des informations et articles sur:

- les grands problèmes africains, politiques et économiques,
- les activités économiques et commerciales de tous les pays africains.
- leurs projets industriels et d'équipement et leurs contrats et accords commerciaux conclus ou projetés.
- les relations économiques et commerciales entre l'Afrique et les pays industriels.
- le marché mondial des produits tropicaux et méditerranéens." (Q.)

RUBRIQUES: ARTICLES ET INFORMATIONS GENERALES (5 articles sous forme de nouvelles politiques)

AFRIQUE DU NORD (5 articles; p.ex.: L'assistance bancaire aux PME du Maroc)

AFRIQUE DE L'OUEST (9 articles; p. ex.: La nationalisation de British Petroleum au Nigéria)

AFRIQUE DU CENTRE (4 articles; p. ex.: L'aide canadienne au Cameroun).

AFRIQUE DE L'EST/OCEAN INDIEN. (7 articles; p. ex.: Le rapatriement des soldats tanzaniens).

./.

MARCHES TROPICAUX ET MEDITERRANEENS (suite)

AFRIQUE AUSTRALE (5 articles; p. ex.:  
le secteur sucrier au Mozambique)  
DOM/TOM (3 articles; p. ex.: DOM: les  
projets industriels encouragés)  
PRODUITS (Les marchés des produits cette  
semaine - Le cours des produits).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Panorama très complet des initiatives, projets et réalisations économiques sur la majeure partie du continent africain. Inventaire micro-économique et micro-politique de la situation des marchés commerciaux africains, mais dont les dossiers sectoriels peuvent être d'une grande utilité aux économistes, étudiants, journalistes spécialisés. Examen rapide des conditions politiques et économiques propres à chaque pays considéré.

ORIENTATION: Développement de l'économie exportatrice au service d'investisseurs privés et publics.

PUBLIC: Dirigeants, cadres supérieurs d'entreprise et responsables de l'économie publique en Afrique et en Europe.

REPARTITION SECTORIELLE:

Administration:	16,7 %
Banque, assurance, société d'études, organismes de coopération:	19,3 %
Chambres de commerce, groupem. professionnels:	6,1 %
Industries et sociétés de représentation indust.:	19,6 %
Import-Export,	
Commerce de gros:	18,2 %
Transport, transit:	6,2 %
Agriculture, forêts et industries dérivées:	7,6 %
Divers (Universités;...):	6,3 %

---

100 %

(Encart publicitaire produit par le périodique)

(MONITEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL)Réd. d'après le  
numéro 388-3.3.80

- PERIODICITE: Hebdomadaire
- HISTORIQUE: Paraît depuis 1883
- PRIX: 15 F. Abonnement: 545 F.
- EDITEUR: Société d'Édition et de Documentation  
Economique et Commerciale (SEDEC),  
10, av. de Iéna - 75783 Paris Cédex 16
- DIRECTEUR: Guy Carron de la Carrière
- RED. En CHEF: Jean-Claude Soum
- TIRAGE/DIFFUSION: T.: 14.387 D.: 13 367 (1979 - OJD et Q.)  
REPART.GEOGR.: 50 % Région parisienne, 10 % à l'étranger  
MODE DE DIFF.: 80 % par abonnement (les entreprises  
abonnées réalisent environ 93 % des expor-  
tations françaises - Q.)
- COLLATION: 82 p. - 21 x 27  
ILLUSTRATION: Quelques photos noir et blanc. Couverture  
en couleurs.
- PUBLICITE: 25 % (publicité et petites annonces pour  
l'exportation).
- FORMULE: Magazine
- ORGANISATION DE  
LA REDACTION: 6 journalistes spécialisés dans un ou  
plusieurs secteurs géographiques.
- OBJECTIFS REVENDIQUES: "Le" MOCI" est l'organe du Centre  
français du Commerce extérieur destiné à aider les expor-  
tateurs français à vendre à l'étranger." (Q.)
- RUBRIQUES: ACTUALITES (Nouvelles économiques  
internationales, journées d'étude).  
DOCUMENT (Un dossier sur l'économie  
d'un pays étranger). METHODES ET SAVOIR-  
FAIRE (Une étude détaillée sur le statut  
des entreprises étrangères dans tel ou  
tel pays). INFORMATIONS INDUSTRIELLES  
SUR LES MARCHES EXTERIEURS (Programmes  
d'investissement à l'étranger).  
CONJONCTURE (Les échanges internationaux  
France-reste du monde). NOTICE PRATIQUE  
(Pour les exportateurs vers un pays donné)  
INFORMATIONS AGRO-ALIMENTAIRES SUR LES  
MARCHÉS EXTERIEURS. DOSSIER PRATIQUE (Règle-  
mentation, cours des changes...).
- SUPPLEMENT: MOCI publie également des numéros spé-  
ciaux, dont certains en langue étrangère  
et une encyclopédie juridique sur la  
réglementation du commerce extérieur.

./.



LE MOCI (Suite)  
(Le MONITEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "MOCI" est un hebdomadaire spécialisé dans l'information sur les économies étrangères et les activités exportatrices françaises. Il contient aussi bien des renseignements pratiques que des études économiques d'ensemble. Il est une source d'informations très appréciée pour la connaissance des pays importateurs.

FONCTION: Instrument de travail pour les entreprises exportatrices.

PUBLIC: Les praticiens du commerce international

L'ARGUS

Réd. d'après le  
numéro 5628 -8.2.80

SOUS-TITRE: Journal international des assurances  
 ISSN: 0150-6854  
 PERIODICITE: Hebdomadaire  
 HISTORIQUE: Fondé en 1871. Depuis 1977, la  
 rédaction "d'Argus" assure également  
 la publication d'une revue bimestrielle:  
 "Argus international". Ces publications  
 sont associées à une librairie spécialisée

PRIX: 5 F. Abonnement: 245 F.  
 EDITEUR: La Securitas, 2, rue de Châteaudun,  
 75441 Paris Cédex 09  
 DIRECTEUR: Michel Auburtin  
 RED. EN CHEF: Gilbert Croquez  
 DIFFUSION: 18.000 abonnés (1979 - Q.)  
 REPART. GEOGR.: Paris: 40 % - Province: 60 %  
 COLLATION: 52 p. - 21 x 30  
 ILLUSTRATION: Pratiquement inexistante  
 PUBLICITE: 47 % (surtout petites annonces profession-  
 nnelles)  
 FORMULE: Bulletin

RUBRIQUES: ASSURANCES (Gestion, économie, fiscali-  
 té). CHRONIQUES (Vie professionnelle)  
 EN BREF (Informations juridiques).  
 BIBLIOGRAPHIES (Outils de travail).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "L'Argus" est un  
 périodique professionnel qui touche à l'économie en  
 raison de la place des assurances dans le monde des affai-  
 res. "Argus international" publie des réflexions et des  
 études statistiques sur les marchés d'assurance dans le  
 monde.

FONCTION: Constituer un support d'annonces et  
 d'informations professionnelles.

PUBLIC: Les praticiens de l'assurance.

BANQUE

Réd. d'après le  
numéro 391 - janv.80

SOUS-TITRE: Revue mensuelle du banquier, de son personnel et de sa clientèle  
 ISSN: 0005-5581  
 PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: Paraît depuis 1926  
 PRIX: 16 F. Abonnement: 130 F.  
 ADRESSE: 18, rue Lafayette - 75009 PARIS  
 DIRECTEUR: Y. Marcille  
 DIFFUSION: 18.000 ex. (OJD 1979)  
 REPARTITION  
 GEOGRAPHIQUE: 45 % Paris, 45 % province  
 MODE DIFFUSION: 94 % par abonnement (dont 87 % dans la banque) (Q.)  
 COLLATION: 140 p. - 21 x 27  
 ILLUSTRATION: Photos d'auteurs d'articles seulement  
 PUBLICITE: 12 % (Publ. professionnelle)  
 FORMULE: Revue

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Revue technique destinée à informer les banquiers des grands problèmes généraux de la profession et de son environnement, aussi bien que de l'évolution de la réglementation et de la jurisprudence". (Q.)

RUBRIQUES: VIE PROFESSIONNELLE. NOTES BIBLIOGRAPHIQUES. QUESTIONS MONÉTAIRES. PROBLÈMES MONÉTAIRES ET FINANCIERS INTERNATIONAUX. ANALYSE FINANCIÈRE. GESTION ET TECHNIQUE BANCAIRE. HISTOIRE DE LA BANQUE. DOCUMENTATION. LES CHRONIQUES (Bourse, conjoncture, courrier, informations, jurisprudence).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Banque" n'est pas une revue étroitement corporatiste, elle contient assez peu de nouvelles professionnelles et d'articles purement techniques. Elle présente plutôt des études d'ensemble sur les mécanismes financiers, monétaires et bancaires. Les analyses sont présentées sous une forme et un ton volontiers didactiques. Des index annuels détaillés montrent que cette revue est conçue pour être conservée. Dans son domaine, "Banque" est un outil de référence.

ORIENTATION: Organe patronal des milieux bancaires.

PUBLIC: Praticiens de la banque, mais aussi les lecteurs qui s'intéressent aux questions monétaires.

LE COMMERCE MODERNERéd. d'après le  
numéro 498 - 1.2.80

ISSN: 0396-714-X.

PERIODICITE: Bimensuel

PRIX: 10 F. Abonnement: 220 F.

EDITEUR: Centre d'Etude du Commerce et de la Distribution (CECOD), 2, pl. de la Bourse - 75015. Ce Centre est patronné par l'Assemblée permanente des Chambres de Commerce et d'Industrie.

DIRECTEUR: Bertil Lapalu

RED. EN CHEF: Georges Marie Duclert

TIRAGE: 3.000 (1979 - Q.)

COLLATION: 16 p. - 21 x 30

ILLUSTRATION: Néant

PUBLICITE: 5 % (publicité commerciale)

FORMULE: Bulletin ( 4 cahiers de 4 pages encartés)

OBJECTIFS REVENDIQUES PAR LA PUBLICATION: "L'instrument de travail indispensable au commerçant moderne. Sans perte de temps, un service d'informations efficace. L'essentiel de la vie du commerce, toute l'actualité de la distribution, rapidement parcourue, facilement classée."

RUBRIQUES: DOSSIER (Compte-rendu du Forum sur le magasin de proximité). ACTUALITE: (Le commerce en 1979). ENTRETIEN AVEC... (Un gérant de grande surface). L'AGENDA (Activités de la branche moyenne et grandes surfaces). CLIENTELE (Sondage de consommateurs en Haute-Normandie). LE COMMERCE COMME IL VA (Indice d'activité Baromètre de l'économie et de divers secteurs commerciaux, Evolution du chiffre d'affaires par secteur).

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Le Commerce moderne" est un bulletin professionnel s'occupant essentiellement des grandes et moyennes surfaces. Certains cahiers consacrés à l'analyse économique du secteur de la distribution peuvent intéresser le non-professionnel.

ORIENTATION: Promotion et information du secteur des magasins en libre-service.

PUBLIC: Gérants et propriétaires de moyennes et grandes surfaces.

Réd. d'après le  
numéro 10-11  
oct.-nov. 1979

PERIODICITE: Mensuel  
HISTORIQUE: Paraît depuis 1929  
PRIX: 25 F. Abonnement: 130 F.  
EDITEUR: Société coopérative d'édition et de  
librairie, 27-33, Quai Le Gallo  
92100 Boulogne  
DIRECTEUR: André Faucher  
RED. EN CHEF: Jean Lacroix  
TIRAGE: 2.800 ex. (essentiellement par abonnement)  
COLLATION: 64 p. - 21 x 30  
ILLUSTRATION: Néant  
PUBLICITE: 14 % (produits Coop)  
FORMULE: Revue  
ORGANISATION DE LA REDACTION: 1 journaliste et ~~des~~ pigistes(Q.)

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Outil de travail pour les lecteurs qui  
s'occupent d'économie commerciale (marché-produit-consommation  
distribution)"(Q.)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Les circuits commerciaux,  
la consommation des ménages sont étudiés dans cette publication  
d'un point de vue macro-économique. Ces analyses sans prétention  
scientifique s'appuient cependant sur un matériel statistique  
important, d'où une abondance de tableaux, graphiques et cartes.

FONCTION: Analyser les données relatives au sec-  
teur de la distribution.

ORIENTATION: Mouvement coopératif

PUBLIC: Les professionnels du commerce coopératif.

ENERGIES

Réd. d'après le  
numéro 1197 - 1.2.80

SOUS-TITRE: Revue hebdomadaire de l'équipement national et d'information économique

ISSN: 0395-3866

PERIODICITE: Hebdomadaire

HISTORIQUE: Paraît depuis mars 1954

PRIX: 6 F. Abonnement: 250 F.

EDITEUR: Société d'impressions nouvelles et d'éditions énergie. 26, rue Cadet, 75009 Paris

DIRECTEUR: Jean Janiaud

TIRAGE: 3.700 ex. (1979 - Q.)  
MODE DE DIFFUS.: 2.500 abonn./entreprises; 1.200/particuliers

COLLATION: 12 p. - 21 x 30  
ILLUSTRATION: 1 photo noir et blanc par page

PUBLICITE: 8 % (publicité d'entreprise)

FORMULE: Bulletin

ORGANISATION DE LA REDACTION: 5 personnes (2: probl. économiques;  
1: Tiers Monde et pays pétroliers;  
1: équipement énergétique  
1: transports )

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Compréhension de l'actualité énergétique en France et dans le monde avec diffusion et commentaires concernant l'actualité économique lui servant de substratum" (Q.)

RUBRIQUES: EDITORIAL. DEPENSES COLLECTIVES (Travaux publics). CHEMINS DE FER ET ENERGIES LA POLITIQUE NUCLEAIRE DES ETATS. LA PRODUCTION D'ELECTRICITE; L'ETAT ET LES TRAVAUX PUBLICS. PETROLE ET CHARBON. ENERECHOS (Nouvelles brèves spécialisées)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Sous forme de courtes études synthétiques, cet hebdomadaire veut dégager les grandes lignes de la politique énergétique des pouvoirs publics français et étrangers. Compte tenu de l'actualité de ces problèmes, "Energies" peut constituer une source intéressante d'informations, spécialement en matière d'équipement nucléaire.

ORIENTATION: Cette publication reflète le point de vue du patronat de ce secteur.

PUBLIC: Les professionnels du secteur énergétique et des travaux publics.

IV) LA PRESSE CRITIQUE DE  
L'ECONOMIE CAPITALISTE

NUISANCES ET ENVIRONNEMENT

Réd. d'après le  
numéro 87 - avril 80

SOUS-TITRE: Eco 3  
 ISSN: 0337-8535  
 PERIODICITE: Mensuel  
 PRIX: 19 F. Abonnement: 182 F.  
 ADRESSE: 20, rue Richter - 75009 Paris  
 DIRECTEUR: Jean-René Albertin  
 COLLATION: 66 p. 21 x 26  
 ILLUSTRATION: Beaucoup d'illustrations - photos noir  
 et blanc. Page de couverture en couleurs  
 PUBLICITE: 35 % (pub. professionnelle)  
 FORMULE: Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Il nous est apparu indispensable de par  
 l'effort de protection de l'environnement. Notre magazine  
 s'intéresse aux problèmes d'économie d'énergie, aux énergies  
 de substitution, aux matières premières..." (Editorial)

RUBRIQUES: ENVIRONNEMENT (Collecte de déchets muni-  
 cipaux; quelle rentabilité?). ENERGIES  
 (Dossier du charbon). MATIERES PREMIERES.  
 RADIOGRAPHIE D'UN BASSIN (Seine-Normandie)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Ce mensuel rassemble  
 des informations, des analyses et des dossiers sur les ques-  
 tions écologiques, mais il les aborde d'un strict point de  
 vue de rentabilité économique de nouveaux secteurs industriels.

ORIENTATION: Promotion d'un nouveau secteur visant  
 à tirer parti des difficultés d'approvi-  
 sionnement énergétique et de la tension  
 croissante sur le marché des matières  
 premières.

PUBLIC: Cadres et dirigeants des entreprises  
 intéressés à la protection de l'environ-  
 nement. Cadres du secteur public.



L'ECONOMIE EN QUESTIONS

Réd. d'après le  
numéro 12 de  
janv.-mars 1980

SOUS-TITRE: Bulletin d'informations économiques  
 PERIODICITE: Trimestrielle  
 HISTORIQUE: Paraît depuis janvier 1977  
 PRIX: 8 F. Abonnement 30 F.  
 ADRESSE: 6, rue Mélingue - 75019 Paris  
 DIRECTEUR: Jean-Luc Simon  
 TIRAGE/DIFFUSION: T.: 2.000 D.: 1.600 (1979 - annoncé-Q.)  
 REPART.GEOGR.: 70-90 %: Paris; 10-30 %: Province  
 MODE DE DIFF.: 20 % par abonnement  
 80 % au numéro (circuit militant)  
 COLLATION: 40 p. 21 x 28  
 ILLUSTRATION: Photos noir et blanc, dessins et tableaux  
 PUBLICITE: Néant  
 FORMULE: Bulletin illustré

OBJECTIFS REVENDIQUES: "L'objectif de notre bulletin est d'analyser et d'éclairer les stratégies mises en oeuvre par la bourgeoisie dans les entreprises et les différents secteurs de l'économie. Ceci afin de donner des informations utiles et particulièrement à ceux qui sont concernés par les plans de dégraissage, restructuration, redéploiement, etc." (Q.) "Mettre "L'Economie en Questions", c'est mettre à la disposition de nos lecteurs des connaissances concrètes, lisibles, mobilisables pour leurs luttes." (Editorial)

RUBRIQUES: TABLEAU DE BORD DE LA CRISE (Statistiques commentées). IDEES REÇUES (Actualité syndicale et ouvrière). ENTRETIEN AVEC.: (Economiste de gauche). ACTUALITE (Le boom des stations de ski). DOSSIER (13 pages sur l'automobile) REGIONS (Le Sud-Ouest). POUR MIEUX COMPRENDRE LE CAPITALISME (Le salaire) QUESTIONS EN IMAGES (Revue de films militants touchant à la vie syndicale ou à l'économie).

CHARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: Apport d'analyses et de contre-informations économiques contestant la logique capitaliste du développement économique en France et en Occident. Bulletin militant, mais non relié à un parti d'opposition ni à un syndicat.

ORIENTATION: Economie socialiste  
 PUBLIC: Militants, étudiants de gauche. Sympathisants des courants socialistes, communiste

- PERIODICITE: Bimestriel
- HISTORIQUE: "Economie et Humanisme" est une association chrétienne et progressiste fondée en 1941 par le Père L. J. Lebreton. Cette association s'appuie sur un centre d'étude regroupant des chercheurs poursuivant des travaux d'ordre principalement économique et sociologique. La revue paraît depuis 1942.
- PRIX: 30 F. Abonnement: 140 F.
- ADRESSE: 99, Quai Clémenceau - 69300 Caluire
- DIRECTEUR: Bernard Ganne
- TIRAGE/DIFFUSION: T.: 4.000 D.: 3.100 à 3.600 (1979 - Q.)  
MODE DE DIFF.: 92 % par abonnement - 8 % ventes au numéro
- COLLATION: 96 p. - 18 x 22
- ILLUSTRATION: Néant
- PUBLICITE: Pratiquement inexistante
- FORMULE: Revue
- OBJECTIFS REVENDIQUES: "Rien de ce qui est économique et social, en France ou dans le monde, ne nous est étranger". (Q.)
- RUBRIQUES: LE DOSSIER (Plusieurs articles de fond sur un thème commun, par exemple, le devenir professionnel). ETUDE ECONOMIQUE (Situation énergétique de la France). LA CONJONCTURE ECONOMIQUE ET FINANCIERE (Les grandes tendances de l'économie mondiale). DES FAITS, DES TENDANCES (Une réflexion à partir de l'actualité). CHRONIQUE BIBLIOGRAPHIQUE.
- CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Economie et Humanisme" propose des analyses critiques sur les principales mutations économiques et sociales du monde contemporain. Son contenu est autant sociologique qu'économique, les questions politiques et culturelles y sont aussi abordées, mais de façon plus occasionnelle. Le dossier spécial occupe l'essentiel de la revue. Les articles sont toujours accessibles, intéressants et bien documentés. Du fait de sa qualité, cette revue connaît une certaine notoriété sans rapport avec sa faible diffusion
- ORIENTATION: Cette publication se veut particulièrement attentive aux mécanismes d'exploitation et d'exclusion à l'oeuvre dans les sociétés développées.
- PUBLIC: Etudiants, enseignants, militants, chrétiens progressistes, Cadres.

SOUS-TITRE: Revue marxiste d'économie  
 PERIODICITE: Mensuel  
 HISTORIQUE: Revue du P.C.F. paraissant depuis 1954  
 PRIX: 15 F. Abonnement: 120 F.  
 ADRESSE: 8, Cité d'Hauteville - 75010 Paris  
 DIRECTEUR: Philippe Herzog (membre du Bureau politique)  
 RED. EN CHEF: Claude Quina  
 DIFFUSION: 15-20.000 (déclarée)  
 COLLATION: 64 pages - 19 x 27  
 ILLUSTRATION: Couverture en couleur, quelques photos  
 noir et blanc  
 ISSN: 0424-3218  
 PUBLICITE: Pratiquement inexistante (1 page)  
 FORMULE: Magazine

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Faire" d'Economie et Politique" un instrument indispensable pour développer l'action de classe, la bataille révolutionnaire dans les entreprises" (Editorial)

RUBRIQUES: 3 grandes parties:  
 - CRISE (Analyse critique de la politique économique capitaliste en France surtout:  
 \* Actualités  
 \* Politique économique et sociale  
 \* Riposte, compte-rendu critique de livres  
 - CHANGER (situation des entreprises:  
 \* Luttés  
 \* Produire français)  
 - LE DOSSIER (19 pages sur la réalité des économies socialistes)

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Economie et Politique" n'est pas une publication théorique. Elle cherche plutôt à exprimer clairement et concrètement le point de vue communiste sur l'actualité économique et sociale. Certaines pages sont utilisées comme tribune par des responsables du Parti. Le dossier du mois permet de faire en une vingtaine de pages le point sur une question importante.

FONCTION: Exposer et soutenir les positions du PCF en matière économique  
 ORIENTATION: Critique de l'économie libérale au profit de l'économie dirigée.  
 PUBLIC: Les militants politiques et syndicaux, ainsi que les cadres proches du Parti communiste

L'ECONOMISTE DU TIERS-MONDE

Réd. d'après le  
numéro 27  
sept. 1978

**SOUS-TITRE:** Mensuel d'information, d'opinion  
et d'analyse économique

**PERIODICITE:** Mensuel

**HISTORIQUE:** Paraît depuis 1974.

**PRIX:** 7 F. Abonnement: 80 F.

**EDITEUR:** Société Afrique Asie Amérique latine,  
10, rue Aubert - 75009 Paris

**DIRECTEUR:** Simon Malley (Egalement rédacteur en  
chef de "Afrique-Asie")

**DIFFUSION:** Paris: 10 %; Province: 5 %; OUTREMER: 85 %

**COLLATION:** 54 p. - 21 x 27

**ILLUSTRATION:** Nombreuses photos noir et blanc de  
bonne qualité. Couverture en couleur

**PUBLICITE:** 20 % (essentiellement en provenance de  
firmes étatisées africaines)

**FORMULE:** Magazine

**OBJECTIFS REVENDIQUES:** "Revue économique des pays arabes,  
d'Afrique noire et d'Amérique latine" (Q.)

**RUBRIQUES:** MONDE ARABE. QU'EST-CE QUE ? (Présentation de  
l'Q.I.T.). AFRIQUE (Angola - Tanzanie). DOSSIER  
SUR L'IRRIGATION. INFORMATIONS ACTUALITE (Nouvelles  
brèves). AMERIQUE LATINE. LA BIBLIOTHEQUE DE  
"L'ECONOMISTE". MATIERES PREMIERES.

**CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION:** Ce magazine attrayant  
est centré sur les préoccupations, les difficultés, les  
succès des pays en voie de développement. Contrastant avec  
les publications destinées exclusivement au lecteur français,  
il accorde une grande place au facteur main d'oeuvre et aux  
conséquences sociales d'une activité économique donnée  
(eau, pétrole, industrie minière,...)

**ORIENTATION:** Très indulgent pour les pays dont l'économie  
est étatisée, en particulier ceux qui se rattachent au "mo-  
dèle socialiste" de l'URSS, de Cuba, de l'Angola... Impitoyable  
pour les pays liés au monde capitaliste libéral (Tunisie,  
Centrafrique...)

**PUBLIC:** Etudiants, responsables économiques de  
pays du Tiers-Monde. Lecteurs intéressés  
Par les problèmes économiques des pays  
en voie de développement.

SOCIALISME ET ECONOMIE

Réd. d'après le numéro  
1 de février 1980

PERIODICITE: Bimestriel  
 HISTORIQUE: Créé en janvier 1980  
 PRIX: 18 F. Abonnement: 80 F.  
 EDITEUR: S.A.R.L. Changer l'Europe  
 5, rue Viollet-Leduc - 75009  
 DIRECTEUR: Christian Goux  
 RED. EN CHEF: Jean-François Lemette  
 COLLATION: 64 p. - 18 x 25  
 ILLUSTRATION: Néant  
 PUBLICITE: 0 %  
 FORMULE: Revue

OBJECTIFS REVENDIQUES: "Revue d'économistes qui sont surtout des militants socialistes, "Socialisme et Economie" sera un moyen pour des batailles politiques et idéologiques dont tout laisse à prévoir qu'elles se durciront encore, tant contre la droite qu'à l'intérieur de la gauche.(...) les questions posées : celles de l'analyse, de la crise au plan économique; celle du rôle de l'idéologie dans la restructuration du capital, celle aussi du fonctionnement de l'Europe et de la compréhension des crises de l'Europe, celle des débats en cours dans les autres partis." (Editorial)

RUBRIQUES: EDITORIAL. ACTUALITE (Le projet socialiste). ANALYSE (La crise et les prophètes; économie des régions; libération des prix des loyers). TIERS MONDE (Nicaragua). EUROPE (Fonctionnement des Communautés européennes; débat économiques dans les autres partis socialistes). INSTRUMENTS POUR LA PLANIFICATION ET LA REGULATION (Le droit d'alerte dans les entreprises). LU ET COMMENTE.

CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION: "Socialisme et Economie" présente des articles de réflexion sur les conséquences politiques des grandes décisions économiques. C'est donc une revue d'économie politique axée sur la macro-économie.

ORIENTATION: Défense d'une économie de marché "socialisé." et non privatisé. Ce périodique met l'accent sur le rôle grandissant de l'intervention publique pour réaliser une croissance économique sociale et non axée sur le seul développement du capital.

PUBLIC: Intellectuels et militants socialistes, sympathisants.

ANNEXES

Annexe 1: DIFFUSION DES PRINCIPAUX TITRES DE LA  
PRESSE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

I) TITRES DONT LA DIFFUSION EST CONTROLEE PAR L'OJD  
(Office de Justification de la Diffusion):

		<u>Date:</u>
Les Affaires (Mensuel)	21.270	1978
Cote Desfossés (Quotidien)	19.900	1980
Les Echos (Quotidien)	52.776	1979
Banque (Mensuel)	18.000	1979
L'Expansion (Bimensuel)	141.410	1979
Mieux-Vivre (Mensuel)	60.000	1979
Le MOCI (Moniteur du Commerce International) (Hebdomadaire)	13.367	1979
Le Nouvel Economiste (Hebdomadaire)	119.800	1979
La Volonté du Commerce, de l'Industrie et des Prestataires de Services (Mensuel)	108.000	1977
La Vie Française (Hebdomadaire)	93.475	1979

II) TITRES DONT LA DIFFUSION N'EST PAS CONTROLEE, MAIS ANNONCEE  
(Sources: Questionnaire ou dossier spécialisé)

AGEFI (Agence Economique et Financière) (Quotidien)	19.800	1979
CNPF-Patronat (Mensuel)	25.000	1978
L'Economie (Hebdomadaire)	30.000	1979
Investir (Hebdomadaire)	39.700	1979
Le Journal des Finances (Hebdomadaire)	65.000	1979
Le Nouveau Journal (Quotidien)	49.000	1979
Le Revenu Français (Mensuel)	85.000	1978

Annexe 2: LISTE DES TITRES DISPONIBLES

A LA "MAISON DE LA PRESSE", Rue de la République  
à LYON (fin mai 1980).

ECONOMIE GENERALE: L'Expansion (Bimensuel)  
 Le Nouvel Economiste (Hebdomadaire)  
 L'Economie (Hebdomadaire)  
 Les Echos (Quotidien)  
 Forum International (Quotidien)

FINANCE ET PATRIMOINE: Le Nouveau Journal (Quotidien)  
 Cote Desfossés (Quotidien)  
 Le Journal des Finances (Hebdomadaire)  
 Mieux-Vivre (Mensuel)  
 Patrimoine (Mensuel).

MILIEUX PATRONAUX: Les Affaires (Mensuel)  
 Banque (Mensuel)  
 Forum Gestion (Bimestriel)

CRITIQUE DE L'ECONOMIE CAPITALISTE: Economie et Politique (Mensuel)  
 Economie et Humanisme (Bimestriel)

SOIT: 15 TITRES



A retourner à J. DEPALLENS  
Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques  
17/21 bd du 11 novembre 1918 69100 VILLEURBANNE

Q U E S T I O N N A I R E

Ce questionnaire est, bien entendu, purement indicatif: vous pouvez le modifier ou le compléter à votre convenance.

I) CARACTERISTIQUES DE LA PUBLICATION:

- Titre de la publication: .....
- Périodicité: (Nbre de numéros par an) .....
- Date de la 1<sup>ère</sup> parution: .....
- Prix du numéro: .....
- Prix de l'abonnement (avec réductions éventuelles): .....
- .....
- Société ou Association éditrice: .....
- .....
- Directeur de la publication: .....
- Editions ou suppléments spéciaux éventuels .....
- .....
- .....

II) DIFFUSION

- Tirage moyen en 1979: .....
- Nombre d'exemplaire vendus au numéro: .....
- Nombre d'abonnés ( en distinguant, si possible, entre les particuliers et les entreprises ou collectivités): .....

## QUESTIONNAIRE - page 2

- Mode de diffusion:

\* Circuit commercial (nom du diffuseur): .....

\* Circuit associatif, syndical, professionnel ....

.....

--- Diffusion Province/Paris ( en %; ex.: Province: 20 %. Paris 80 %):

.....

III) OBJECTIFS DE LA PUBLICATION:

- Comment définir le rôle des informations que vous diffusez (destinées surtout à la vie professionnelle, à la connaissance des entreprises et des mécanismes économiques, à la gestion du patrimoine, à la compréhension de l'actualité...):

.....

.....

.....

.....

IV) ORGANISATION:

- Nombre de journalistes permanents employés dans votre publication:

.....

- et leur répartition éventuelle au sein des différents services spé-

cialisés: .....

.....

.....

L'envoi d'un exemplaire de votre publication, ainsi que toute documentation complémentaire, faciliterait beaucoup notre travail. MERCI.

INDEX DES TITRES

(L'astérisque (\*) signifie que nous avons reçu une réponse à notre questionnaire reproduit en annexe 3)

Pages

- LES AFFAIRES	41
- AGENCE ECONOMIQUE ET FINANCIERE *	20
- L'ARGUS *	55
- BANQUE *	56
- CNPF-PATRONAT	34
- LE COMMERCE MODERNE *	57
- COOPERATION DISTRIBUTION CONSOMMATION *	58
- COTE DESFOSES *	21
- DIRIGEANT *	35
- LES ECHOS *	9
- L'ECONOMIE *	11
- ECONOMIE ET HUMANISME *	63
- ECONOMIE ET POLITIQUE	64
- L'ECONOMIE EN QUESTIONS *	62
- L'ECONOMISTE DU TIERS MONDE *	65
- ENERGIES *	59
- L'EXPANSION	13
- EXPORTER	48
- FORUM GESTION *	42
- FORUM INTERNATIONAL	15
- HOMMES ET COMMERCE	36
- HUMANISME ET ENTREPRISE *	37
- INDUSTRIES ET TRAVAUX D'OUTREMER *	49
- L'INFORMATEUR DES CHEFS D'ENTREPRISE LIBRES *	44
- INVESTIR *	23

	<u>Pages</u>
- JOURNAL DES FINANCES *	25
- JOURNAL DU COMMERCE & ET DE L'INDUSTRIE DE L'EUROPE *	45
- LE JOURNAL DU PARLEMENT	46
- MARCHES TROPICAUX ET MEDITERRANEENS *	51
- LE MOCI (MONITEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL) *	53
- MIEUX-VIVRE	29
- LE NOUVEAU JOURNAL *	26
- LE NOUVEL ECONOMISTE	17
- NUISANCES ET ENVIRONNEMENT	60
- PATRIMOINE	31
- LA PRESSE FRANÇAISE *	47
- PREVISIONS ECONOMIQUES ET FINANCIERES	27
- PROFESSIONS ET ENTREPRISES *	39
- LE REVENU FRANÇAIS	32
- SOCIALISME ET ECONOMIE *	66
- LA VIE FRANÇAISE *	28
- LA VOLONTE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE ET DES PRESTATAIRES DE SERVICES	40

