

La presse écrite en France

Malgré la concurrence d'autres médias

comme la télévision et la radio, la presse écrite se porte bien en France. Chaque jour, 8 millions de quotidiens sont vendus et lus par 25 millions de personnes. Nous consacrons 30 minutes par jour à lire la presse et sommes les plus gros consommateurs de presse magazine au monde.

Chaque jour, 66,4 % des Français lisent au moins un magazine.

Nombre d'exemplaires vendus en France en 1999

QUOTIDIENS NATIONAUX

Le Parisien Libéré + Aujourd'hui en France
478 152

L'Equipe
374 263

Le Figaro
353 309

QUOTIDIENS RÉGIONAUX

Ouest-France
759 732

Sud Ouest
334 851

La Voix du Nord
321 070

NEWS

Le Nouvel Observateur
452 280

L'Express
421 791

Le Point
301 423

MAGAZINES GRAND PUBLIC

Femme Actuelle
1 641 767

Notre Temps
975 149

Prima
955 624

MAGAZINES TÉLÉ

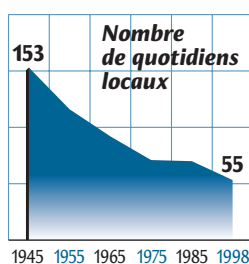
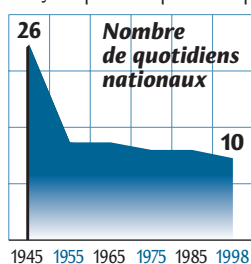
Télé 7 jours
2 464 959

Télé Z
2 261 368

Télé Loisirs
1 836 280

La lente érosion de la presse quotidienne

Chaque jour en France, 8 millions de quotidiens sont vendus et lus par 25 millions de personnes. La presse quotidienne française perd chaque année plusieurs milliers de lecteurs.



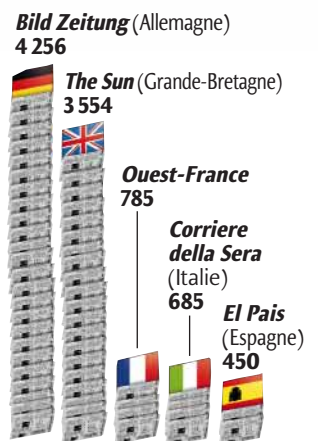
La progression de la presse magazine

Le nombre de lecteurs de magazines a augmenté de 1,4 % en un an, au profit, surtout, des mensuels (+2,2 %). Forte hausse des magazines « populaires » (Le Paris, +17,2 %), des titres sportifs (France football, +16,9 %) et des magazines féminins (Biba, +22,6 %).

Les grands quotidiens d'Europe

Les Anglais sont les premiers lecteurs de presse quotidienne au monde avec 6 titres parmi les 15 premiers mondiaux. Viennent ensuite les Allemands et les Russes. La France arrive en 11^e position avec Ouest-France, premier quotidien au monde de langue française.

Les cinq grands quotidiens européens en milliers d'exemplaires vendus.



Pour couvrir

de façon exhaustive le territoire du Grand Ouest, la France et l'international, le journal Ouest-France dispose d'un réseau de compétences, composé de 536 journalistes. Chacun témoigne et apporte sa pierre à l'édifice que constituent les 42 éditions quotidiennes de Ouest-France et les 9 éditions du dimanche.

Ouest-France, l'information au quotidien



1 Les correspondants. Pour témoigner avec authenticité de tous les événements locaux, *Ouest-France* utilise les talents de plus de **2 600 correspondants** : instituteurs, assureurs, mères de famille... Tous sont intégrés à la **vie locale**. Ils rencontrent les gens, couvrent l'actualité de leur secteur, rédigent les articles sur ordinateur et prennent des photos de plus en plus souvent avec un appareil numérique.



2 Les rédactions locales Le journal compte **63 rédactions** dans les 12 départements du Grand Ouest et une rédaction à Paris. Le chef de rédaction, les journalistes, les reporters et les secrétaires d'édition ont à charge de **relire les papiers** et de définir leur place dans les pages en fonction de leur importance. Chaque matin, les rédactions locales se concertent avec les services du siège pour fixer et confirmer les **sujets du jour**. Les articles locaux et les photos apportés chaque jour par les correspondants sont traités à la rédaction locale en MPAO (mise en pages assistée par ordinateur).



3 La rédaction du siège La rédaction de Rennes-Chantepie, composée de quelque **70 journalistes**, coordonne la fabrication du journal, réalise les pages nationales, internationales et spécialisées. On y rédige les rubriques politique, économie, société, sport, magazine... La rédaction en chef **organise et hiérarchise** les choix de contenu au cours de 3 conférences de rédaction quotidiennes, dont une téléphonique.

Le **unier** est le journaliste chargé de rédiger la première page, vitrine du journal. Celle-ci peut changer à tout moment, en fonction de l'actualité et de l'édition : un événement majeur pour une région ne l'est pas forcément pour une autre.

Un site étudié pour l'efficacité

Construits en 1969 et 1972, les locaux de *Ouest-France* traduisent une réelle volonté d'efficacité et de gain de temps dans un seul but : être réactif afin de servir l'information. Toutes les étapes se succèdent avec logique.

La situation stratégique de *Ouest-France*, en bordure de la rocade de Rennes permet aux camions de livrer plus rapidement les dépositaires.

Ce bâtiment, dans lequel se situe l'entrée principale, abrite sur six étages toute l'organisation administrative.

Le train arrive directement sur le site pour livrer le papier. Pour gagner du temps, les bobines de 850 kg sont déchargées directement dans le stock papier. Le journal requiert environ 120 bobines par nuit.

L'atelier des plaques fabrique chaque nuit 2 700 plaques offset, pour imprimer les 500 pages du journal.

Le secrétariat de rédaction

Les conférences de rédaction ont lieu le matin de 10 h 00 à 10 h 30 pour évaluer les sujets et la pagination, le soir à 17 h 45 pour le choix du contenu et des titres de la une.



4 La mise en pages et la relecture

Au cours de cette étape, photos, dessins, infographies, textes et publicités sont **assemblés et organisés** grâce aux ordinateurs dans les pages prévues. Les **secrétaires de rédaction** rédigent les légendes photos et les titres puis vérifient l'authenticité des informations, leur conformité à la ligne éditoriale et la qualité de l'expression.

La documentation Les photos et les textes sont archivés et forment une documentation riche de milliers d'éléments, accessibles rapidement sur papier ou sur écran.

L'informatique Elle joue un rôle central à *Ouest-France* et dans le journalisme en général : articles et photos se transmettent le plus souvent par lignes téléphoniques à haut débit. On raccourcit ainsi le trajet de l'information.

Le centre d'expédition prépare les commandes des dépositaires. Un tapis roulant remplit directement les camions.

L'imprimerie compte 6 rotatives qui éditent chaque nuit 750 000 exemplaires. Les éditions des régions lointaines sont imprimées les premières afin de respecter le délai de livraison.

La publicité Elle représente plus d'un tiers du journal et 43 % des recettes brutes. Une régie commercialise la publicité nationale. Pour chaque édition, des commerciaux travaillent avec les industriels et les commerçants locaux.

L'infographie Une équipe de 5 spécialistes réalise plus de 4 000 infographies par an, de la petite carte à la double page. Elles viennent faciliter la compréhension des informations et enrichir les pages.

La coordination Pour anticiper le flux des infos et de la publicité, le service coordination est indispensable. Son responsable utilise un logiciel qui permet de visualiser les pages 8 à 10 jours à l'avance, de prévoir l'encombrement des sujets et des publicités.

Les événements du monde entier Les pages nationales et internationales sont nourries par des envoyés spéciaux, des correspondants et deux grands reporters. Les dépêches sur l'actualité mondiale des grandes agences de presse AFP (Agence France Presse) et AP (Associated Press) sont accueillies 24 heures sur 24.



5 Le pré-press. Les textes et les photos préparés par les journalistes sont remis à des **techniciens** chargés de finaliser la mise en pages. Toutes les pages sont imprimées, après vérifications, sur un **film négatif** au même format. Celui-ci est reproduit par insolation (exposition à la lumière) sur des **plaques offset** : minces couches d'aluminium photosensibles qui, calées sur les rotatives, serviront à imprimer les pages du journal.

Comment faire bonne impression

Les journaux sont imprimés sur des rotatives offset, énormes machines de 40 m de long pour 11 de haut. Des bandes de papier circulent à grande vitesse entre les rouleaux. Les pages s'y impriment recto verso.



Le papier, long de 12 km, doit être solide et réceptif à l'encre pour s'imprimer et résister à la vitesse des rotatives.

1. Alimentation. Sous les rotatives, les bobines de papier sont chargées par trois sur un trèfle. Un système de collage automatique permet à une bobine épuisée d'être relayée par une neuve sans interrompre l'impression.



Le papier, recyclé jusqu'à 90 %, passe entre le cylindre porte-blanchet et le cylindre de contre-pression.

2. Impression. Le procédé offset utilisé pour imprimer la plupart des journaux fonctionne selon le principe de répulsion des encres grasses et de l'eau. Le papier ne vient pas en contact direct avec les plaques imprimantes, il reçoit son impression d'un cylindre revêtu d'une couche de caoutchouc, dite blanchet, elle-même préalablement entrée en contact avec les plaques offset encrées qui s'y sont décalquées.



La plieuse comporte un cône métallique qui guide et forme un pli dans le sens de défilement du papier.

3. Pliage. Les multiples barres de la rotative guident les différentes pages et les font parvenir dans le bon ordre à la plieuse.



Les journaux imprimés sortent de la rotative, pliés, sur un tapis roulant. Après contrôle, ils sont dirigés directement dans le hall d'expédition.

4. Sortie. La bande pliée est détaillée par le couteau rotatif puis repliée de façon à former un cahier.

Les chemins qui mènent au lecteur

La distribution de la presse quotidienne est chaque jour un véritable défi. Ouest-France a été précurseur dans l'adoption de nouvelles méthodes de distribution avec le développement du portage à domicile et des abonnements.

DE MINUIT À 3 H 30 DU MATIN

Les premiers exemplaires sortent des rotatives de *Ouest-France*. Le service expédition prépare les paquets de journaux en fonction de leur destination.

DE MINUIT À 4 H 00

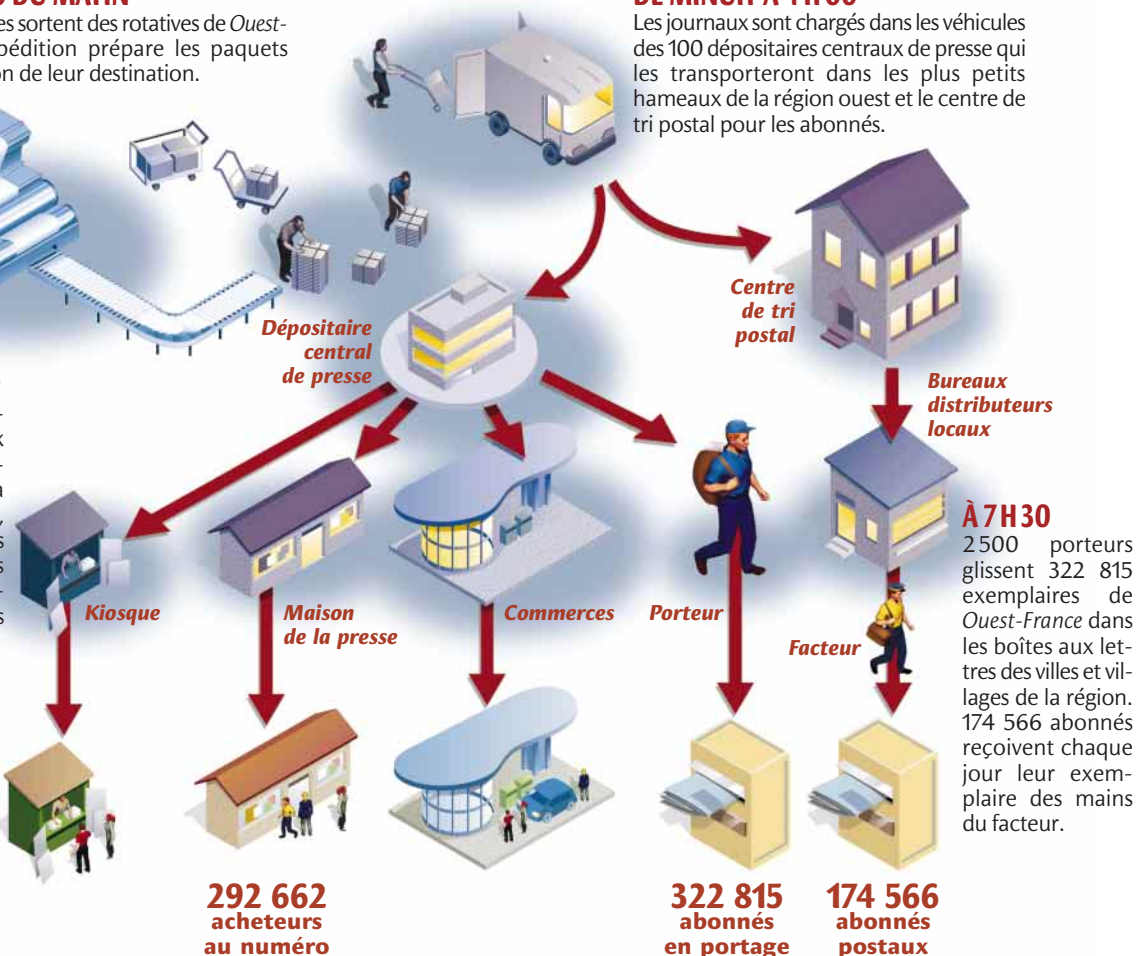
Les journaux sont chargés dans les véhicules des 100 dépositaires centraux de presse qui les transporteront dans les plus petits hameaux de la région ouest et le centre de tri postal pour les abonnés.

A PARTIR DE 5 H 00

Les dépositaires redistribuent les journaux vers les diffuseurs (kiosques, maisons de la presse, stations-service, etc.) et les porteurs. Les bureaux distributeurs locaux de la poste reçoivent les journaux des abonnés.

A PARTIR DE 9 h 00

8 400 commerces de la région qui portent l'encre *Ouest-France* distribuent chaque jour 292 662 exemplaires du journal.



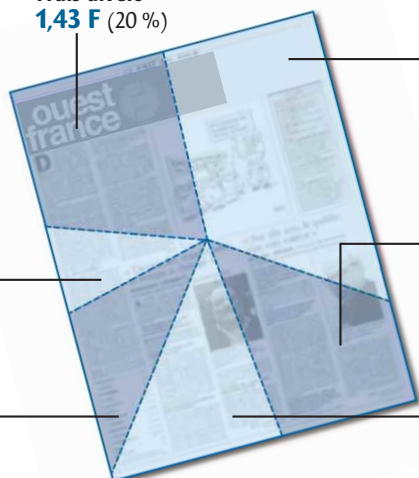
Le prix de revient d'un exemplaire de *Ouest-France*

Grâce aux recettes provenant de la publicité, le prix de vente au numéro de *Ouest-France* (édition semaine) est de 4,50 F malgré un prix de revient de 7,25 F. La publicité représente 43 % des recettes du journal et les ventes 53 % (4 % de recettes diverses).

Autres (Consommations et sous-traitance)
0,65 F (9 %)

Commission publicité
0,81 F (11 %)

Frais divers
1,43 F (20 %)



Frais de personnel
2,50 F (34 %)

Commission ventes
1 F (14 %)

Papier/encre
0,86 F (12 %)



Lexique des mots « pro »

L'ours : c'est un espace publié dans chaque numéro d'un journal (à la fin généralement) qui indique les noms des principaux collaborateurs.

Le chapô ou chapeau : c'est un texte court situé au-dessus de l'article, sous le titre, qui résume l'essentiel des informations du sujet et incite le lecteur à lire l'article.

Une coquille : c'est une faute d'orthographe, de typographie ou de syntaxe qui se glisse dans un article malgré le travail de relecture du correcteur et/ou du secrétaire de rédaction.

Le bouillon : c'est le nom donné aux exemplaires non vendus d'un journal.

La chute : c'est la dernière phrase d'un article.

Pour en savoir plus

• **Livres** : Réaliser un journal d'information/Milan ; L'Histoire à la Une : la grande aventure de la presse/Gallimard ; Je réalise mon premier journal/Vuibert • **Internet** : www.wan-press.org ; www.pressemagazine.com ; www.theworldpress.com

Sources : Ouest-France, NMPP (Nouvelles messageries de la presse parisienne), DDM (Direction du développement des médias), Diffusion contrôle (OJD), APPM (Association pour la promotion de la presse magazine), World Association of Newspapers, IFP (Institut français de la presse).

Retrouvez le Journal sur Internet :



www.journal.carrefour.fr