

LES JEUNES ET LA LECTURE DE LA PRESSE
QUOTIDIENNE D'INFORMATION
POLITIQUE ET GÉNÉRALE

Résumé des propositions

Rapport de Bernard Spitz

La lecture par les jeunes de la presse quotidienne d'information politique et générale se heurte en France à un triple problème de prix (trop élevé pour une clientèle souvent dépourvue d'autonomie financière), de distribution (éloignée des lieux de passage des jeunes dans leur vie réelle) et de contenu (souvent peu adapté à cette population). C'est sur fond de ces faiblesses structurelles que la presse quotidienne doit affronter la concurrence des magazines mais aussi de celle de l'audiovisuel, la montée en puissance de l'Internet et l'avènement de la culture du gratuit. Il en résulte que si nos concitoyens sont déjà de faibles lecteurs de presse quotidienne, les jeunes Français en sont de moins fidèles encore, en regard des autres pays. Ce phénomène est préoccupant en ce qu'il reflète le rapport plus distant des jeunes avec l'engagement et la participation au débat public. D'un point de vue économique, il constitue à l'évidence une menace pour la presse quotidienne qui voit amputé son lectorat actuel et surtout son lectorat potentiel de demain.

Sans inférer directement sur les contenus, et dans le respect des principes fondamentaux de pluralisme, d'égalité de traitement, de neutralité et de liberté du commerce et de l'industrie, les propositions qui suivent visent à agir sur la demande en privilégiant les leviers du prix et de la distribution et, plus généralement, à offrir aux jeunes une expérience personnelle de la presse quotidienne, en tenant compte, par une palette variée de dispositifs, de la grande hétérogénéité de la population des 15 à 25 ans. Leurs objectifs sont les suivants:

- renforcer la familiarité des jeunes vis-à-vis du journal en tant que produit quotidien ;
- offrir une expérience durable d'appropriation du journal par son lecteur ;
- faciliter l'accès du support papier aux jeunes par une distribution de proximité ;
- aider l'accès aux services électroniques complémentaires, notamment les archives ;
- soutenir des formules payantes, grâce à des prix incitatifs pour le public des jeunes ;
- positiver très tôt l'image de la presse quotidienne dans l'imaginaire des jeunes ;
- encourager des évolutions éditoriales mieux dédiées aux jeunes.

Il s'agit donc d'amorcer une dynamique consistant à élever le nombre de jeunes lisant la presse quotidienne et à inciter les éditeurs qui le souhaiteraient à renouveler leurs contenus éditoriaux.

Les propositions suivantes couvrent ainsi un large éventail de situations à l'intention du public des 15-25 ans. Elles ne sont pas fondées sur une logique de subvention mais sur une dynamique de marché et de concurrence. Elles reposent sur une démarche volontaire des acteurs concernés, gage de leur motivation, tant du côté de l'offre que de la demande, et sur une double logique « gagnant-gagnant » et « donnant-donnant » Elles préconisent des actions opérationnelles limitant les coûts de logistique et d'administration au profit de l'efficacité. L'évaluation du dispositif est prévue après un an et un comité de suivi est constitué à cet effet.

Proposition 1 : abonnement gratuit à 18 ans

Au moment de l'accession à la majorité civique, seront offerts via une procédure simple, souple et sécurisée utilisant Internet, deux mois d'abonnement gratuit au quotidien

d'information politique et générale choisi par le bénéficiaire. La population ciblée est celle de la classe d'âge qui aura 18 ans dans le courant de l'année (780 000 personnes par classe d'âge). L'Etat prendrait en charge une partie des frais postaux, pour un coût compris entre 0,4 et 1,8 M€ selon les hypothèses retenues, les exemplaires concernés étant inclus dans la catégorie « France payés » de l'OJD. Cette action sera engagée dans la durée afin de toucher à terme l'ensemble d'une génération. Dans un premier temps, cette proposition pourrait n'être engagée qu'avec un groupe pionnier de titres motivés, dans la logique de démarche volontaire des acteurs concernés.

Proposition 2 : la presse support pédagogique

Chaque classe de collège et de lycée se voit offrir la possibilité d'utiliser gratuitement la presse comme support pédagogique, à tout moment dans l'année scolaire, et à hauteur de 40 € par an. La population ciblée est celle de l'ensemble des élèves scolarisés dans les collèges et lycées (5,6 millions de personnes dans 250 000 classes). L'Etat et la région prendront en charge les frais de transport des quotidiens mis à disposition gracieusement par les éditeurs.

Proposition 3 : vente de la presse dans les lycées

On renforcera la « capillarité » du système de distribution en permettant aux jeunes d'acheter des quotidiens à l'intérieur des établissements, à un tarif réduit pouvant aller jusqu'à la moitié du prix facial, dans des conditions dûment validées auprès des distributeurs de presse. L'ensemble des élèves de lycée (2,2 millions) est concerné. Cette proposition ferait l'objet d'une expérimentation dans un nombre limité d'établissements volontaires. Une circulaire aux chefs d'établissement en précisera ultérieurement les modalités d'extension.

Proposition 4 : incitation à l'application de la loi mécénat aux initiatives en faveur de la lecture de la presse chez les jeunes

L'objectif est de permettre à des entreprises de bénéficier des dispositions de la loi sur le mécénat (réduction d'impôt à hauteur de 60% des versements) pour les initiatives visant la lecture de la presse chez les jeunes. Cette proposition suppose la promotion d'une interprétation rénovée de la loi ; la constitution d'une fondation spécialement consacrée à la lecture de la presse chez les jeunes pourrait également être envisagée.

Proposition 5 : utilisation du fonds de modernisation pour des investissements consacrés à la lecture de la presse par les jeunes

La proposition vise à orienter une partie des ressources du fonds vers le financement des investissements réalisés par des éditeurs et visant spécifiquement les jeunes (exemple : édition d'un supplément ou d'un cahier spécial destiné à ce lectorat).

Proposition 6 : promotion de la lecture de la presse dans l'audiovisuel public

Elle pourrait prendre la forme de revues de presse spécifiques ou de programmes télévisés éducatifs ou de divertissement autour de la thématique du journalisme, dans tous les genres télévisuels, y compris la télé-réalité. Le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions pourrait être précisé en ce sens, notamment pour France 5. Il est également proposé de faire de la lecture de la presse chez les jeunes la « grande cause nationale » 2005.

Proposition 7 : Favoriser l'accès aux quotidiens et aux archives sur Internet

L'objectif est d'ouvrir gratuitement les archives Internet des quotidiens à tous les étudiants se connectant à partir de leur université, en contrepartie d'un dédommagement des éditeurs versé par l'Etat et la région. Cette proposition s'insérerait dans le projet « Espace numérique des savoirs » du ministère de l'éducation nationale. Par ailleurs, il est proposé d'insérer une offre d'accès Internet aux archives des quotidiens dans l'offre plus globale d'ordinateurs portables compatibles wi-fi à prix réduit prévue pour septembre 2004. L'ensemble de ces actions pourra être éligible aux dispositions prévues dans la proposition 4.

Proposition 8 : Constitution d'un comité du suivi et d'évaluation