## Beaucusp pus de de poriessinalisne LES JOURNAUX MUNICIPAUX

-Source d'informations locales, les journaux municipaux, de mieux en mieux faits, sont très appréciés des Français.

## ['essentiel

- L'activité

Elle est flotisante pour ce mélia
ai constitue un levere poitiede qui constitue un levier poititiue
gére au plus pres par les es élus gere au pus près
et eurs equipes.

- Les perspectives

Eles perspectives Elles sont exelelintes pour des
journax en ene mieux en mieur realises
Jet dont et dont le suporont papier garde
la peiference des citovens. la prééterence des citovens

- Les donneurs d'ordre Élus socaux, techniciens.journaistes
et equipes de communication. - Les prestataires de service Des prestataires trits eauipés
pour des trages importants pour des trages inportants sa sortil
danns des deialis rapides et souvent changeants.

Dossier realise pa
Mireile
Pinsseau

Tmondedes le mieux dans le tout ce qui concerne information termonde des journaux municipaux. Ici, il n'y a pas de baisse de tirages, pas ou peu de publicite, et ces journaux sontéditées avec les budgets des communes. Les journaux locaux, de mieux en mieux écrits et illustrés filent donc des jours heureux. Qu'ils soient trimes daires, ils égrènent la chronique des citésp ponctuéeparlescommentairesdes
maires, et plus rarement par ceux des maires, et plus rarement par ceux des
habitants. Les Français les adorent et en redemandent. C'est ce quir ressort de l'agence IDcommunes en partenariat avec Cap'Com, et intitulué «Les Francais et la communication locale». Menée à partir d'un sondage reaalise les et 6 mai 2009 , cette enquete révéle du'illn'y apas assezdecommunication dans lescommunes. «Loin dêtreconsiz dérée comme une intrusion ou un gassillage, la communication locale fait partie des services attendus de le part des collectivités», expliquent les
rapporteurs. Grande spécialiste de ce apporteurs. Grande specialiste de ce
segment, quelle etudie depuis des annêes, Dominique Mégard, déléguée générale de Cap' Com, note également que «dans certaines zones rurales ou urbaines un peu excentrées, c'est
la seule presse qui arrive et la seule a seule presse qui arrive et la seule
source dinformations locales». Elle ajoute que les attentes sont fortes sur
itoriale et toute 'inercommunali lire l'encadré). Devant ce constat positif, certains objectent régulièrement que c'est facile
puisque la presse municipale est la tribune des élus payée par les citoyens, qu'elle est une sorte de «presse du
 ce qui vabien. Lenquûte CSA confirme
le sentiment un peu suspicieux des Un vrai service apporté aux citoyens
lecturrs à son endroit. Elle révèle que la communication émise par les col-
lectivité est source de méfiance et «souffre à leurs yeux [ceux des citovens] d'un déficit de proximité dobjectivité et de transparence»,en budgets et les dépenses publiques. Les lecteurs sontégalement «une majorité a trowver que la communicanion locale ne donne pas le sentileurs quee lecce elus sont proches de Toutefois, Dominique Mégard rétorque aux railleurs que «le lecteur n'estpas dupe. Il regarde avec un oeil critique
dans une sorte de contrat de lecture dans une sorte de contrat de lecture.
Les gens savent que cest le journal Les gens savent que cest le journal
du maire, cequi ne transparait pas dans de nombreuses rubriques. $C$ C

## Le best-seller


uitransparaît, cestl'équipe en pré sence. Mais bon, c'est la loi du genre $t$ les citoyens ne sont pas des imbéiles. En fait, 'c'est une presse dacdune collectivité est dexpxliquer aux citovenspourquoiles êus ontpris telle lécision et comment ils sont arrivés à la prendre, par exemple pour les quartier: Lobjijectif est d dapporter des deartients Lobjectij est dapporter constitutifs pour forger linformation des babitants, pour quiensuite ils soient libres de penser ce quills veulent, quills soient daccord ou pas. Ce riest pas une presse Leotidienne dinformations». d'ailleurs à auvrir leurs colonnes à d'autres partis que ceux de leur majorité. C'est le cas dans Les Carnets de Quimper avec sa rubrique intitulée
«Libre expression des groupes poli«Libre expression des groupes p

Des spécialistes de la communication
Lune des grandes nouveautés de ces dernières années est la multiplication
dans les mairies de vrais servica de communication qui gèrent le journal local. Ces spécialistes s'attachent à ce que les reproches d'une presse trop visorte que la la présence du du maire devient orte que la presence du maire devient
moins ostensible. En dehoris d un éditorial qui n'est plus systématiquement
de la communauté d'aggloméra-
tion qui regroupe 39 communes. Cécile Augoyard, rédactrice en
chef des deux journaux, souligne chef des deux journaux, souligne en particulier racrce "quilis presentent differentes entrées
de lecture sur un même sujet, ce que l'on rencontre rarement dans les magazines et qu'a repér
le jurr. C'est une façon de faire plus attractive pour le lecteur, avec un article de fond accompa-
gné d'une interview. Ce n'est pas

Le premier groupe de presse français


Les journaux territoriaux sont une réelle contribution à la valorisation du teritoire et au quotidien des habitants, Ils ont un faible impact sur la vie politique locale (enquête CSA 2009).
placéen ouverture du journal, c'est au
fil des pages, lors desévénemets fil des pages, lorr des événements rela
tés, que le maire et ses conseillers municipaux marquent leur présence. «Linformation est un servicepublic pour tous. Le journal est mis en cewrepar la municipalité, wece une est la mise en valean des Lillois leursinitiatives, des associations, des commerces. On trouve aussi la culture, les activitéssportives, lespro-
jets éducalifs de lo ville. jets éducatifs de la ville, le grand proartier Eridemment linformation

Blanc-Mesnil ( 93 ), forte de 50000 ha bitants et de 220000 foyers, a fait réaIiserpar I Institut de sondages CSA une voirsil fall aitchanger lapériodicitédu mensul. Sept habitants sur dix ont dit «quils en voulaient plus, surtout
une information plus réactive,, exune information plus réactive», ex-
plique Roumania Ougartchinska, 1a plique Roumania Ougartchinska, 1 la
rédactriceen chef. Deps ' 'automne 2008, redactriceench che.f Des automne 2008, Une seconde enquête d'évaluation réalisée en septembre 2009 par Ipsos Public Affairs, a révélé que $26 \%$ de

| La presse territoriale, un phénomène récent |  |  |
| :---: | :---: | :---: |
| es journaux territoriaux se déveLloppent, malgré l'importance explique communication en ligne", déléguée générale de Cap'Com. C'est un phénomène récent et important, lié à la loi Chevènement du 12 juillet 1999 qui a créé les structures de coopération intercommunale actuelles. Ces structures couvrent maintenant la quasi-intégrité du territoire (à 95\%), y compris en région parisienne. Elles doivent se faire | connaitre, expliquer à quoi elles servent et ce qu'elles font. Les attentes sont fortes. Selon le sondage 2009 CSAADCommunes, $62 \%$ des personnes interrogées pensent qu'il est important d'être informé à la fois sur la commune, l'intercommunalité, le département et la région. C'est dans ce sens qu'a œeuvé la mairie de Quimper (29) et de Quimper Communauté, remplaçant leurs deux journaux (un mensuel et un bimestriel) par un seul. | Le nouveau magazine, Le Mag, est distribué chaque mois dans les boites aux lettres des sept communes de l'agglomération. II est composé d'un cahier "communautaire" de 20 pages distribué à tous, et d'un cahier Les Carnets de Quimper, inséré uniquement pour les lecteurs quimpérois. La ville d'Ergué-Gabéric (29) rejoint la formule, avec un cahier spécifique de 8 pages glissé dans le magazine communautaire, mais seulement un mois sur deux. |

nouveau Le Journal. $37 \%$ lisent ce qui les interesese, $20 \%$ le parcourent et $17 \%$ ne 'ouvrent jamais, tandis que
$66 \%$ le trouvent utile et $69 \%$ objectif. <Pour nous, c'est une réussite, remarque Roumania Ougartchinska. Le porter, la maquette a êté refaite et nous avons multitlié les rubrigues wec beaucoup plus de sport et diach hyi tassociations." Une équipe stes, s.occoper, dont cinq journae taux de ce cevertur des municipaux est de $81 \%$ de la populalaion nationale. Les communes trop petites pour éditer leur propre journal nestient dun journal de territoire, est-̀̀-dire lié au regroupement de communes voisines, au departement
ou à la région. Le support papier est uà la région. Le support papier est souvent de versions audio et braille. Outre le service qu'ils apportent aux habitants, ces journaux pèsent de tout eur poids dans la presse régionale aotadienne et hebdomadaire, et es aussi $y$ chercher des informations. Dans le monde en crise de la presse apier, ils sont une particularite

## Illarchés

## Les donneurs d'ordre

## Tous les élus et des spécialistes de la communication locale

-L'entente est, normalement, parfaite entre le maire et son équipe de communication.

Surenviron 36700 c
$\qquad$ deplus de 5000 habitants, que Compte la France métropolitaine, le
nombre de journaux municipaux est considérable tre les plus petites communesd entent pas directement, elles participent pour un grand nombre d'entre elles à un journal intercommunal. De toute façon, quelle que soit l'im-
portance de la commune, le donneur


#### Abstract

d'ordredu journal municipale stetreste le maire. Communiquer est aussi imle maire. Communiquer est aussi im- portant pour informer quepourséduire et rallier les suffrageges. De la modeste lettre d'information, réalisée avec quelques proches, au magazine de queiques proches, au magazine de derédaction etder réalisation,toutpasse le cabinet du maire. C'est lui quif fix la ligne éditoriale et c'est l'équipe de communication qui exécute. Le choix des prestataires se fait par ap pels d'offres. Les petites et moyennes municipalités lancent leurs appels àla municipalities ancent leurrs appels à la concurrence dans le bulletin municipal, dans lapresssel localee etsur Internet «Tout est fivé davance, les dés son pités, explique avec une certaine amer- tume un imprimeur qui souhaite gartume un imprimeur qui souhaite gar- der l'anonymat. Je me suis retivé de der anonymat. Je me suis retive de fais donc plus de journaux municipauxx Nous sommes une entreprise familiale centenaire. Nous connais-

\section*{Des marchés compliqués} $\qquad$ Tous les prestataires soulignent la complexité des appels d'offres lancés par les communes. Mais, là, le maire n'ypeutrien. La question des marchés publics de communication pose un réel problème, que souligne Teel problème, que souligne Domi- nique Mégard déléguée générale

Cap'Com: «Leproblème de ces mar. Cbes est extremement compliqué. Nous avons organisé un colloque sour ce thons orge, en juinise 2009, intitutulé *Restaurer la confiance et la performance», dont les actes n'ontpas encore étépubliés. La conclusion est quil est nécessaire de travaille en quil est nécessaire de travailler en- semble. La tentation des collectivites locales est de toujours aller vers les moins-disants. Or, les "dircoms" savent bien que ce riest pas la meilleure solution pour choisir les meilleure solution pour choisir les agences ou les imprimeurs. If faut agences ou les imprimeurs. Il faul ajouter aussi le rapport du travail et de sa qualitée face aut réel.," Pour 1'heure, le choix des prestataires ne se fait pas uniquement dans la ré


gion proche, comme on pourrait sy attendre, ce qui ne laisse asas d'étonner souvent des contraintes qu'imposent des journaux à fort tirage.
Par exemple, le mensuel Lille Magazine, avec ses 44 pages habituelles
(48 pages lors de grands événements comme la Braderie de Lille) tirées à 110000 exemplaires, est imprimé à SIB Imprimerie à Boulogne-sur-Mer (62), et les dix éditions locales de 4 pages chacune, tirées entre 10000 et
15000 exemplaires selon 15000 exemplaires selon les quartiers,
sontimprimées à LAttéienne à Lievin également dans le Pas-de-Calais
Quant au studio qui réalise la ma
quette, Scoop Communication, il se
rouve à Olivet dans le Loiret, «cequi ne pose aucun problème, explique cation, puisquevenous travaillonspar elépponene et par Internet». Une réaité désormais incontournable «Pour faire des économies, nous
gérons tout, explique, de son côté, Cérons tout, explique, de son côté des journaux de Chalon-sur-Saône. Nous avons passé plusieurs appels d'offres, et donné un lot pour l'agence qui a créé la maquette et tion lot pour le soit, pour les deux journaux C'Cbalon et Grand Cbalon, deux agences pour la conception et deux autres pour la réalisation. -

## Impérativement

 être à l'heure

Les prestataires de services
Sur rotatives offset ou machines feuille selon lestirages

explique Pierre Sonné, qui suit le
dossier chez Rampazzo dossier cher Rampazzo. Quant au. mandation pour des papiers recyclés de 80 g , en sachant tuue le poids doit être limité puisque les envois
sont faits par La Poste .

Des choix écologiques Les municipalités sont devenues tentives à la préservation de l'envi-
ronnement, ce qui n'était pas le pour toutes ily a encore quelques années. «Cela a beaucoup bouge remarque Marguerite Deprez, direc trice de limprimerie Leonce Deprez à Ruitz (62). Les municipalités son
désormais intransigeantes sur désormais intransigeantes sur c sine qua non dans les appels d'offres, non seulementpour lespapiers mais aussi sur la norme environ nementale ISO 14001, que nous
sommes d'ailleurs en train d'acsommes dailleurs en train d'ac
quéri: Concernant les papiers nous recommandons les papiers labellisés PEFC et FSC plutôtque les recyclés, qui couttentplus cher et qui consomment beaucoup d'encre.," Les journaux territoriaux représenten
$15 \%$ du chiffred affaires del 1 imprime rie Léonce Deprez, dont les clients sur ce créneau viennent de toute la France du Nord, de la région parisienne,


Le prépresse
quà 30000 exemplaires, la maSans être des chine feuille est utilisée. Au-delà, les journaux micerw sont belle qualité. Des équipes de comc'est la rotative. Les imprimeurs lopour les petits et moyent sollicités munication gèrent à la fois la répour les petits et moyens tirages.
Pour les gros tirages, la procedure daction, confiee a ades journalistes, d'appels d'offres publics restreint la recherche d'illustrations, faite par des documentalistes, la mise
en page et la réalisation confiées en page et la réalisation, confíées
souvent à des agences spécialisés, quelques des possibles, et seuls
et bien entendu, le respect
dates de sortie. Limprimeur reçoit,
La finition
comme pour toute presse désor presse est, dans les grandes municipalités, confié à des prestataires

## Les papiers

Toutes les municipalités se sentent concernées par le développement
durable. On trouve donc des papiers durabie. On trouvedonc des papiers
recycles et des papiers provenan de forêts gérées durablement. Les grammages peuvent descendre jusqu'à 60 g , jusqu'à la limite de
la transparence La movenne se la transparence. La moyenne se
situe aux alentours de 80 g. Les couvertures sont faites très souvent dans le même papier que l'intérieur. Ce sont les imprimeurs qui

L'impression
La quadrichromie est de mise qua-
La quadrichromie es de mise qua-
siment à toutes les pages. Le choix
desmachine dend
siment à toutes les pages. Le cho
des machines dépend du tirage. Ju

Un journal municipal qui aurait une apparence luxucueuse ne conviendrait guère aux contribuables. La
finition est donc simple, faite de finition est donc simple, faite de dos carré collé vient enjoliver un hors-série. Les vernis de couvertures Les délais
Ils sont tres courts. Comme pour les hebdos ou les mensuels de presse classique, tout se joue dans les derniers jours, voire les dernières
heures, pour permettre de capter les heures, pour permettre de capter les
evenements les plus récents, notamevenements lesplus recents, notam-
ment
dur le plan politique. Les ates de sortie des journaux sont fixées de façon stricte, d'abord pour rester en
concordance avec la vie de la cité concordance avec la vie de la cité,
ensuite compte tenu de la distribuensuite compte tenu de la distribu-
tion qui est planifíe de longue date, tion quit estplaninitiee del ongue date,
particulièrement dans les grandes particulierement dans les grandes
villes, où cette distribution est faite Ir l'intermédiaire de sociétés

