

Quelle place pour le print dans la com publique ?

11 juillet 2024

SOMMAIRE

- 01** Introduction p.3
- 02** Un contexte défavorable pour le print ? p.6
- 03** Print et com publique : la question des usages p.12

- 04** Témoignage d'acteurs publics : Région Bretagne et ANRU p.19
- 05** Questions p.

01

Introduction Citizen
Press

Le print : chronique d'une mort annoncée ?

De 2011 à aujourd'hui, une question récurrente...

Forbes

LEADERSHIP • ENTREPRENEURS

Print is Dead? Not so Fast.

Newtek - Your Business Solutions Company
Contributor © [Follow](#)

Jun 28, 2012, 08:55am EDT

Updated Jul 31, 2012, 07:31am EDT

This article is more than 10 years old.

Is print dead? This is a question that has been buzzing around the marketing world since the rapid surge of the Internet and

La mort des journaux papier: 2017 aux Etats-Unis, 2029 en France?

[Slate.fr](#) - 23 décembre 2011 à 12h18

Who Says Print is Dead?



Jill 'PR Superstar' Kent
Media Geek; Senior Journalist; PR Consultant; Entrepreneur, CEO &...



7 avril 2023

Medium

Is Print Dead?



Top Boss · [Follow](#)

3 min read · Aug 25, 2023



Le papier n'est pas mort ! Trois revues à découvrir

Par DAVID-JULIEN RAHMIL - Le 20 mai 2024

Le print : chronique d'une mort annoncée ?

... et un constat : le print n'est pas mort !

Et notamment dans la com publique : certaines collectivités et institutions y reviennent après l'avoir abandonné.



02

Un contexte
défavorable pour le
print ?

Le papier, face à un contexte défavorable...

Le recul de la presse papier se confirme et certains titres de presse font face à des difficultés.

Le journal gratuit "20 Minutes" va mettre fin à son édition papier

Ce quotidien créé en 2002 est le dernier journal papier gratuit distribué en France. Il fait face à des difficultés financières ces dernières années.



Publié le 16/05/2024 22:08 | Mis à jour le 16/05/2024 22:14

🕒 Temps de lecture : 1 min

Face à la baisse des ventes papier, le groupe Sud Ouest annonce 118 suppressions de postes

Malgré son début de diversification dans l'audiovisuel et l'événementiel et des efforts pour réaliser des économies, le groupe de presse de Bordeaux est rattrapé par la baisse continue des ventes de journaux papier et la hausse des coûts.

Apurer à mes articles | Commenter | Partager | Emploi & Salaires | Google



C'est dernier, la baisse des ventes de journaux papier de 5 % en moyenne par an, il est accélérée avec un recul allant jusqu'à 8 % notamment à cause de la fermeture de certains points de vente comme les boulangeries. (Quentin Top/Khans Lucat/Via Reuters)

Par Frank Niedercorn
Publié le 6 mars 2024 à 18:05 | Mis à jour le 6 mars 2024 à 19:35

Annonces Google
Bloquer l'annonce

Le groupe Centre France annonce un projet de plan de départs volontaires au quotidien « La Montagne »

Le groupe de presse a annoncé, mardi, la suppression de 70 postes au sein du quotidien régional. Le groupe a également annoncé la fermeture pour la fin de 2024 de son agence de Riom, située à une quinzaine de kilomètres au nord de Clermont-Ferrand.

Le Monde avec AFP

Publié hier à 21h21, modifié hier à 21h21 · 🕒 Lecture 1 min.

Le papier, face à un contexte défavorable...

- Des prix en hausse
- Des volumes d'impression en baisse



La revue des médias /



Prix du papier : pour la presse écrite, une ascension à haut risque

Le prix du papier a atteint des niveaux records en 2022, avec la crise du Covid et la guerre en Ukraine. Il s'est stabilisé aujourd'hui... Mais les conséquences sont loin d'être effacées pour les journaux. Décryptage.

par **Marie Deshayes**

Publié le 02 mai 2024

Le Monde

ÉCONOMIE • ENTREPRISES

HP : « A l'instar du courrier papier ou des disques vinyles, l'impression papier est en voie de marginalisation »

CHRONIQUE



Philippe Escande

Le volume des impressions est en chute libre depuis la pandémie liée au Covid-19. Le leader mondial du secteur Hewlett-Packard acte l'inéluctable déclin du papier, note Philippe Escande, éditorialiste économique au « Monde ».

Publié hier à 11h35 | 🕒 Lecture 2 min.

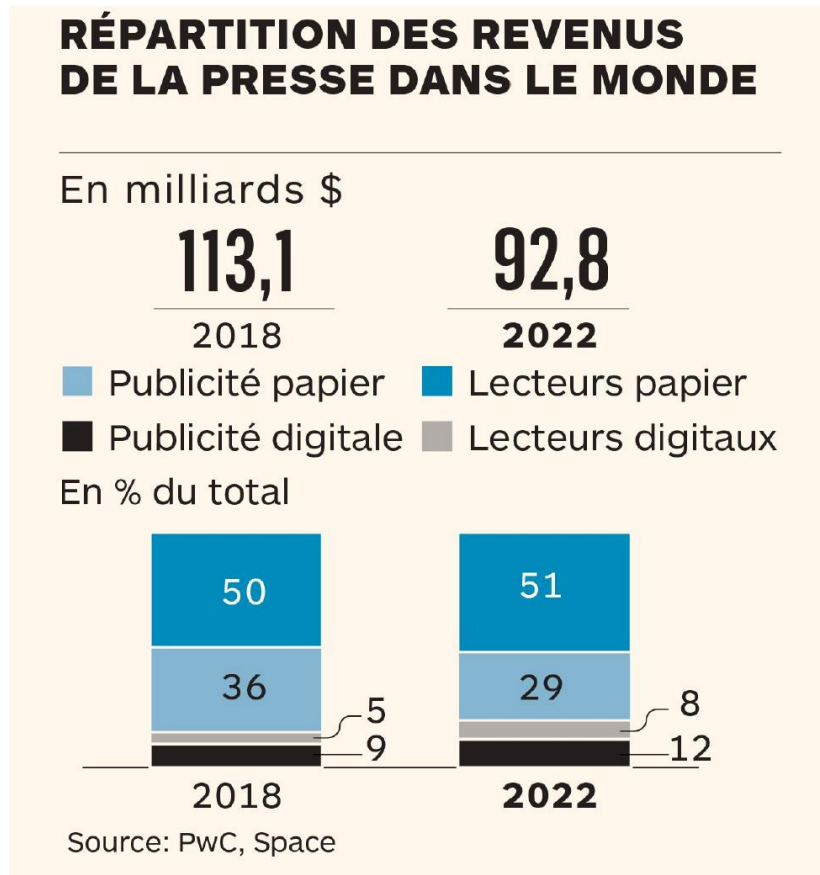
...mais un déclin à relativiser

D'un point de vue économique, le papier reste plus rentable que le digital

« Malgré la hausse des coûts du papier et de la logistique, **l'abandon du papier n'est pas à l'ordre du jour** chez nous, car tant sur le marché des lecteurs que sur celui des annonceurs il rapporte momentanément encore plus de revenus que le digital »

Peter Quaghebeur, CEO de Mediafin, éditeur de L'Echo et du Tijd.

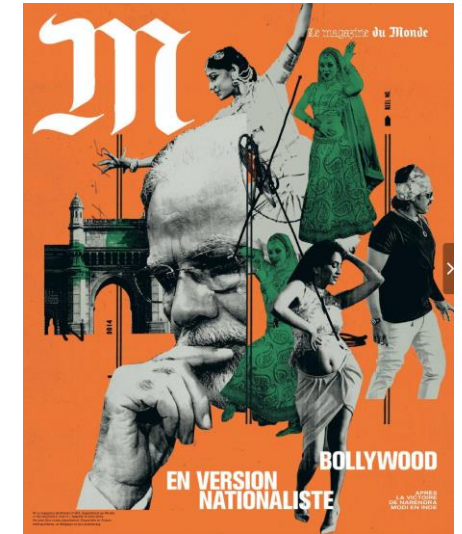
L'Echo
ACTU | ENTREPRISES | MÉDIAS & DIVERTISSEMENT
Pourquoi la presse papier n'est pas près de disparaître



...mais un déclin à relativiser

Quelques exceptions en témoignent :

- Publications de niche ou ultra spécialisées
- Suppléments papiers des journaux : *M le magazine du Monde*
- Créneau haut de gamme : *Mooks*, revues qui ont vocation à demeurer et dont certains titres naissent malgré les difficultés du secteur : *Zadig*, *Kometa*, *la Déferlante*...





Le print, un enjeu pour la communication publique

- Pour les institutions et les collectivités , plusieurs questions se posent et s'entremêlent :
 - La question de l'universalité de la com publique
 - La question économique
 - La question du mix communicationnel
- **Au fond, la question posée est celle des usages du print au sein de la communication publique.**

03

Print et com
publique : la
question des usages

Com publique : le print demeure incontournable

« S'il touchait près de 90 % de la population en 2009, il n'en intéresse plus que 71 %. Mais il reste le support d'information qui a le plus d'impact parmi ceux que peuvent proposer les collectivités. Quelle que soit la taille de la collectivité, la tranche d'âge ou la catégorie sociale, **le journal territorial demeure le média public le plus efficace.** »

Baromètre Capcom 2020

CAP'
COM

Le print existe au sein d'un mix communicationnel

Miser sur la **différence des usages**

En IMMERSION

NANTES

LA MUE RÉUSSIE DU QUARTIER MALAKOFF – PRÉ-GAUCHET



Depuis 2004, Malakoff se transforme dans le cadre du Programme National de Rénovation Urbaine. Tout l'enjeu du Grand Projet de Ville (GPV) Malakoff - Pré-Gauchet est d'ouvrir le quartier, de diversifier l'habitat et de renforcer son attractivité sociale et économique.

Son inauguration était très attendue par les habitants de Malakoff. Après cinq ans de fermeture, la nouvelle maison de quartier des Haubans a rouvert ses portes le 17 septembre. Cet événement constitue le point d'orgue de vingt ans de rénovation urbaine pour ce quartier nantais. Classé comme un site Grand Projet de Ville en 2000, Malakoff - Pré-Gauchet fait l'objet d'une convention avec l'ANRU depuis 2004. « Cela a été un engagement très fort de la ville, de la Métropole, des bailleurs, mais aussi des associations, des habitants », explique Johanna Rolland, maire de Nantes. Dans ce quartier prioritaire à deux pas du centre-ville, près de la moi-

tié des actifs est au chômage et 50 % des ménages vivent sous le seuil de pauvreté. Les objectifs poursuivis par ce grand projet urbain touchent tant à l'habitat qu'à l'amélioration du cadre de vie. L'ANRU y a contribué à hauteur de 48,4 millions d'euros.

Reconnecter le quartier
Premier chantier : la diversification de l'offre de logements pour favoriser la mixité sociale. Dès 2004, un chantier de réhabilitation est lancé par les bailleurs sociaux pour améliorer le confort et la qualité de 1310 logements. Les « bananes » Sicile et Portugal sont démolies, tout comme une partie du linéaire Pays-de-Galles. « Rénover les logements, c'est essentiel, mais ce n'est pas suffisant. Il faut faciliter l'accès à la santé, aux services publics et à des espaces de qualité », poursuit l'élue. Bruno M. habite Malakoff depuis 1978. Pour lui, cette rénovation urbaine est une réussite. « Les travaux ont permis d'ouvrir la cité, d'ouvrir sur l'extérieur. D'un point de vue architectural, c'est beaucoup



La rubrique « En immersion » du magazine de l'ANRU *En Villes* fait l'objet d'un reportage vidéo diffusé sur le web et les RS.

Le print existe au sein d'un mix communicationnel

Utiliser **l'interactivité** permise par le web ou les réseaux sociaux pour alimenter le print.

Dans *Nantes Passion*, le magazine de l'actualité municipale de la ville de Nantes, les questions à la maire Johanna Rolland sont posées par les internautes.

Johanna Rolland répond à vos questions

C'est pour quand les caméras de surveillance dans le centre-ville ?

📍 #zklinas.

À Nantes, pour la sécurité des Nantaises et des Nantais, nous renforçons la présence humaine, premier rempart contre l'insécurité, au côté de l'État avec les 70 policiers nationaux supplémentaires obtenus du ministère de l'Intérieur, et avec l'unité métropolitaine des transports en commun et les agents de la police municipale qui sont au quotidien sur le terrain et dont nous nous sommes engagés à doubler les effectifs sur ce mandat. Afin d'apporter une réponse complémentaire, j'ai fait le choix dès 2014 de déployer un service de vidéoprotection dans toute la ville. C'est un outil concret, car les caméras permettent notamment d'accroître significativement la capacité de résolution des affaires. Ces caméras sont en lien direct avec un Centre de supervision urbain (CSU) métropolitain piloté 24h/24 et 7j/7 avec 19 agents affectés aux postes de visionnage. Nous nous étions engagés à installer 250 caméras pour 2026, cet objectif a été atteint dès la fin de l'année 2023 alors que, je veux le rappeler, il n'y en avait aucune en 2014. Et je viens d'annoncer, le mois dernier, l'installation de 80 caméras supplémentaires pour cette année. Le secteur du centre-ville compte déjà 82 caméras et en 2024 ce sont 27 caméras supplémentaires qui y seront installées pour répondre aux besoins identifiés par la Ville et la police nationale.

Quelles actions concrètes pour lutter efficacement contre la «tagguification» du centre-ville ?

📍 #Le Lasseur

Nantes Métropole procède au retrait de tous les graffitis et les tags non autorisés présents sur des façades, publiques ou privées, jusqu'à 3 mètres de hauteur, à partir du moment où la façade est contiguë au domaine public. Nous faisons la différence entre les inscriptions qui peuvent troubler l'ordre public, que nous enlevons en moins de 48 h et les autres que nous retirons sous 15 jours. C'est un dispositif gratuit pour les riverains et qui permet d'être ensemble plus réactifs pour limiter les atteintes au cadre de vie des habitants que constituent ces graffitis et ces tags. Entre 100 000 m² et 125 000 m² sont effacés chaque année. Dans le centre-ville, ce sont 1000 m² de graffiti enlevés par an et par kilomètre de voirie ! Je veux enfin rappeler que ces opérations mobilisent un budget annuel de plus de 2 millions d'euros et le travail de 13 agents sur le territoire de la ville de Nantes, complété par celui d'un opérateur privé.

Nous constatons les efforts de la Ville pour favoriser le vélo comme moyen de transport. Toutefois, on ne peut que constater le manque de civisme de tous les usagers sur la route. Quelles solutions pour dissuader les comportements dangereux (verbalisations, infrastructures, mesures éducatives) ?

📍 Marine D.

À Nantes, la règle est claire : la priorité va au plus « fragile », par exemple aux vélos par rapport aux voitures, et donc aux piétons par rapport aux vélos. Un cycliste qui roule sur un trottoir, qui ne s'arrête pas à un feu rouge ou ne respecte pas le code de la route s'expose à une contravention, comme tous les véhicules. La police municipale est là pour y veiller. Elle sera, dès la rentrée, renforcée par 44 agents de la brigade de l'espace public pour lutter contre toutes les incivilités (par exemple un véhicule mal garé sur une piste cyclable qui conduirait les cyclistes à le contourner en passant par le trottoir). De plus, nous avons demandé l'installation de panneaux de signalisation à l'entrée des aires piétonnes pour rappeler les règles d'usage : les vélos y sont autorisés, mais en roulant doucement. L'effet de cette campagne sera évalué et nous nous réservons la possibilité d'autres actions si les piétons sont mis en danger.

POSEZ VOS
QUESTIONS

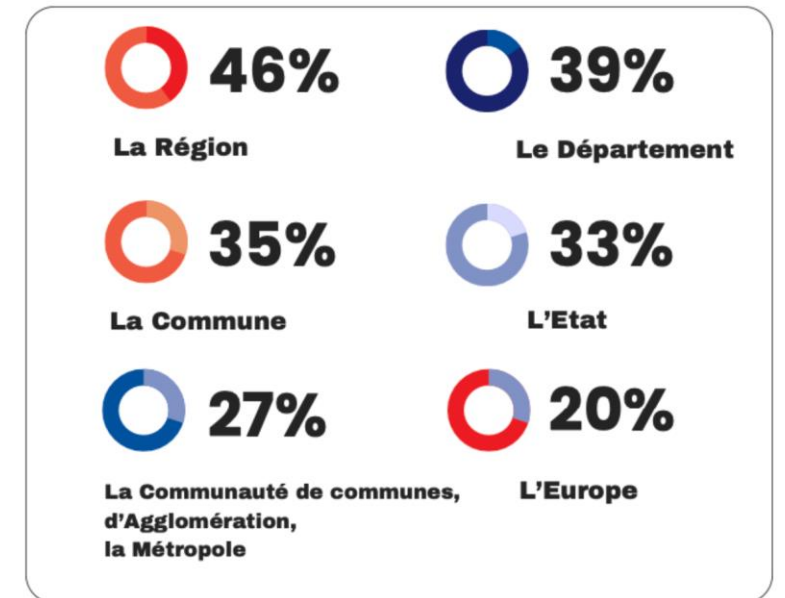
metropole.nantes.fr/
questions-jr
(site web)
contact@mairie-nantes.fr
(e-mail, objet :
« Nantes Passion »)
Ou par courrier
à Nantes Passion
(adresse : Nantes Passion,
2, rue de l'Hôtel-de-Ville,
44096 Nantes cedex)
Retrouvez toutes les
questions posées à Johanna
Rolland
et ses réponses, sur
metropole.nantes.fr/
questions-johanna-rolland.

Le média papier, adapté aux enjeux de communication des collectivités et institutions

Renforcer la confiance

- Face au constat de la défiance vis-à-vis des institutions, le média papier apporte de la **confiance**
- Le print incarne la **fiabilité** aux yeux des lecteurs
- Le print permet à la collectivité ou à l'institution d'avoir une **existence physique** (vs. Dématérialisation du numérique).

À quel échelon territorial faites-vous le plus confiance pour répondre aux défis de l'avenir ?



Sondage IFOP pour Ouest France (2024)

Le média papier, adapté aux enjeux de communication des collectivités et institutions

Faire la pédagogie de l'action publique

- Le média papier permet de faire la **pédagogie** de l'action publique, qu'elle soit communale, départementale ou régionale.
- Le print favorise la **mémorisation** et permet de fixer l'attention du lecteur.

L'Abeille, magazine des collégiens des Hauts de Seine.



Le média papier, adapté aux enjeux de communication des collectivités et institutions

S'adresser à toutes et tous

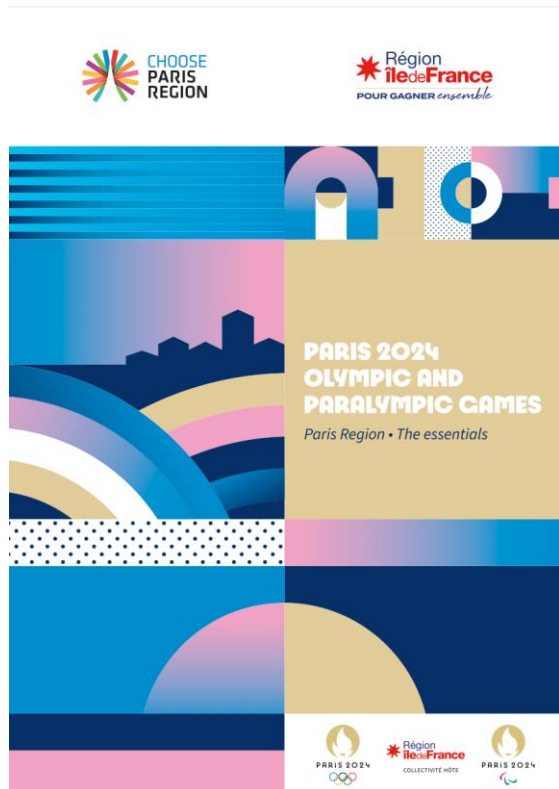
Le média papier permet de répondre à **l'impératif d'universalité de la com publique**, tout en ciblant en particulier certaines catégories de publics

Le magazine de la Région AURA est tiré à plusieurs millions d'exemplaires, et décliné en différentes éditions locales.

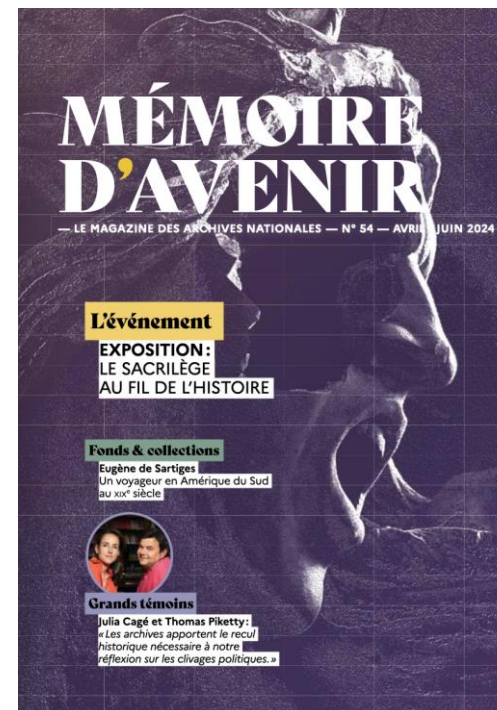


Le média papier, adapté aux enjeux de communication des collectivités et institutions

Le papier, un support attractif et premium



L'agence d'attractivité de la région Île-de-France a distribué à un groupe d'investisseurs internationaux un petit guide contenant les chiffres clés de la Région



Mémoire d'avenir, le magazine des Archives Nationales, reprend les codes d'un magazine artistique et culturel.



Le média papier, adapté aux enjeux de communication des collectivités et institutions

Print et durabilité : une alliance pas forcément contradictoire

« Plus un document a une durée de vie longue et est manipulé par de nombreuses personnes, plus il est judicieux de l'imprimer. En revanche, si le document a une durée de vie courte et ne nécessite pas d'être conservé, il est préférable d'utiliser un format numérique »

ADEME

04

Témoignages
d'acteurs publics : la
Région Bretagne et
l'ANRU

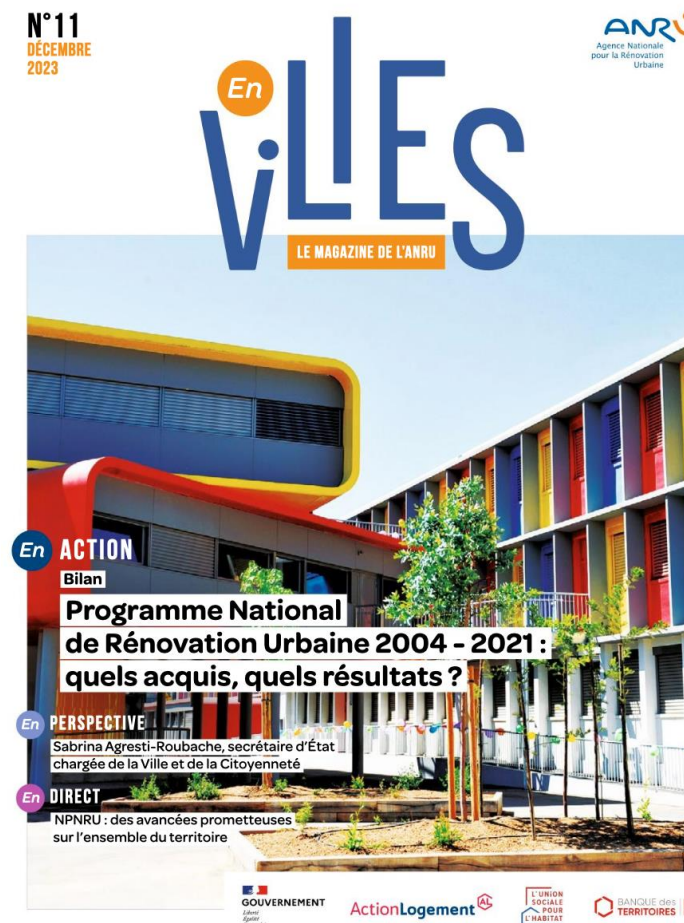
La Région Bretagne : un magazine papier distribué dans toutes les boîtes aux lettres

Christelle Bayon, cheffe du service de l'information de la région Bretagne



L'ANRU : un important dispositif éditorial print pour toucher la communauté du renouvellement urbain

Maxance Barré, directeur de la communication de l'ANRU



05

Questions

Quelques mots pour conclure

« Gardez confiance en l'écrit, contrepoint indispensable au flot d'images qui rendent aveugles et sourds à force d'être assailli. L'attention que réclame la presse éloigne de la condition de boule de flipper à laquelle nous assignent l'activisme inlassable des réseaux sociaux et les vagues permanentes qui exigent de réagir à chaud sans réfléchir.»

Jean-Claude Raspiengeas, *La Croix*, 6 juillet 2024

MERCI

CITIZEN PRESS