

Enquête : des lecteurs satisfaits, mais impatientes

Autor(en): **Danesi, Marco**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **42 (2005)**

Heft 1629

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1013366>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Des lecteurs satisfaits, mais impatientes

Les abonnés de DP se distinguent par leur fidélité et par un intérêt hors du commun à l'égard des affaires publiques. Les résultats d'une recherche réalisées cette année préparent ainsi l'évolution du journal.

Domaine Public peut compter sur la fidélité de ses abonnés. Sur deux mille, huit cents le lisent depuis plus de vingt ans. L'enquête menée en 2004 souligne l'attachement des lecteurs au journal. C'est une base réjouissante pour entreprendre le renouveau nécessaire de la publication. En effet, et malgré une place à part dans le paysage romand, DP doit également faire face à la crise qui affecte la presse écrite.

Les médias «indépendants» s'interrogent sur la nécessité de périodiques d'opinion, parfois liés à un courant ou à un parti politique. Surtout quand les rubriques consacrées aux éclairages et réflexions se multiplient un peu partout à grand renfort d'invités de renom. Il s'agit ainsi de contrer l'immédiateté imparable d'Internet et la présence en continu de la radio et de la télévision.

Domaine Public n'a cependant pas épuisé son mandat: penser en toute liberté et rigueur la vie politique, sociale et économique de la Suisse. Au contraire, l'exigence de débats et de confrontations grandit au

fil des événements et du temps. Mais pour la satisfaire il faut réinventer la méthode et se doter d'outils en phase avec les nouvelles technologies de la communication répondant aux attentes d'une nouvelle génération de citoyens concernés par les affaires publiques.

C'est la raison pour laquelle, DP a décidé de mieux connaître son lectorat, afin d'imaginer son avenir via des formes et des contenus à découvrir au cours de cette année. Pour l'heure, voici la synthèse des données recueillies. La recherche a été conçue et réalisée par François Huguenet dans le cadre d'un travail de diplôme pour l'obtention du titre de directeur de communication auprès du Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication (SAWI) et de l'Institut suisse de relations publiques (SPRI) à Lausanne.

Des réponses en nombre

Au printemps 2004, 500 questionnaires ont été adressés aux abonnés anciens (plus de trois ans) et récents (depuis 2003), ainsi qu'aux lecteurs qui venaient de renoncer à DP. Plus de deux cents personnes ont répondu, soit près de la moitié de l'échantillon. En bref, le «dépêste» type est un homme proche de la soixantaine qui vit dans une ville du canton de Vaud. Il est souvent enseignant ou éducateur, actif dans les domaines de la santé et du social. En général salarié avec un diplôme universitaire,

il mène une carrière professionnelle au sein de la fonction publique. Il s'engage dans des associations aussi diverses qu'un syndicat, le WWF, Pro Natura ou l'ATE, Amnesty international ou encore la Déclaration de Berne. Il s'intéresse à la politique, mais avec un certain recul. Un lecteur sur trois est membre d'un parti (socialiste et verts en tête). On retrouve la même proportion quand on décompte les élus dans un exécutif ou un législatif au niveau communal, cantonal et national.

Le goût de l'indépendance

Domaine Public vit de son autonomie vis-à-vis des partis, mais également à l'égard des médias commerciaux et de la publicité. Les lecteurs apprécient son indépendance. Les analyses et les prises de position qui en découlent influencent les opinions des abonnés prêts à partager avec la rédaction une communauté d'esprit et de sensibilité qui déborde l'exigence d'information rigoureuse.

Les textes de qualité, des auteurs compétents et ces articles que l'on ne trouve pas ailleurs sont la marque de fabrique du journal. L'actualité politique, loin de les décourager, attire les lecteurs. Sans parler des chroniques et feuilletons d'Anne Rivier qui provoquent l'enthousiasme et jouissent du soutien indéfectible de compagnons de route assidus et passionnés.

On s'abonne via Internet (un sur deux) et on part au bout de

cinq-six ans. Dépassé ce cap - c'est pourquoi fidéliser devient primordial - les lecteurs ne comptent plus, ils restent. Malgré l'essor du Web, et des éditions électroniques (environ deux cents copies en PDF), la version papier plaît davantage.

Le porte-monnaie vide, le temps qui presse, la lassitude éloignent les lecteurs. Tandis que l'information indépendante, le regard de gauche, la politique du pays, et le soutien pur et simple à la presse d'opinion motivent les nouveaux venus.

Une cure de jouvence

L'enquête tournerait à l'apologie sans quelques critiques émises essentiellement sur le format de DP. Au milieu des louanges qui s'expliquent par un lectorat composé exclusivement d'abonnés, congénères des rédacteurs, on ressent le besoin de quelques innovations. Pas de révolution, toutefois. Il s'agit plutôt de revoir les habitudes, la routine du miracle hebdomadaire, et quelques principes désormais indiscutables. En vrac: la page A4, le noir et blanc, la sobriété qui frise l'ennui, le papier économique, l'absence de rubriques fixes, la densité assomante des articles, une mise en page répétitive, la monotonie des genres journalistiques (peu d'interviews, d'enquêtes ou de reportages, beaucoup de dissertations un rien abstraites). Les questionnaires soulignent aussi l'absence d'éclairages sur le monde et la tendance à réagir au lieu d'imposer des thèmes de discussion. *md*

Domaine Public souhaite remercier tous les lecteurs qui ont participé à l'enquête. L'abondance des questionnaires reçus est un gage du renouveau en cours.