

Les Français et la presse catholique

La fédération de la presse catholique a commandé à l'occasion des journées annuelles François de Sales à Annecy les 27 et 28 janvier un sondage sur le thème "Les Français et la presse catholique" à l'institut TNS-Sofres. Réalisé entre le 26 et le 29 novembre 2010, ce sondage a porté sur un échantillon de 1 000 personnes. Il nous parle de vous, de nous... Il confronte les envies et habitudes de nos lecteurs à l'offre rédactionnelle que nous leur livrons.

L'analyse de Jean-François Barbier-Bouvet

Sociologue, spécialiste des médias

► L'impact de la presse catholique dans la population française

Quatre niveaux :

- la connaissance de son existence : 44 % (plus de 4 Français sur 10)
- le contact (même rare) avec un de ses journaux : 22 % (environ 2 Français sur 10)
- la lecture (souvent ou de temps en temps) : 11 % (environ 1 Français sur 10)
- la fidélité à un ou plusieurs titres : 3 %

► Des marges de progression chez les catholiques

- La probabilité de connaître l'existence de la presse catholique, d'avoir déjà tenu en main un de ses titres ou d'en lire est sensiblement plus élevée chez les catholiques que dans le reste de la population. On pouvait s'en douter. Moins attendu, l'enquête fait apparaître que les réponses des catholiques « culturels » sont en réalité très proches de celles des sans religion et non de celles des catholiques pratiquants. Chez ces derniers, la grande majorité connaît l'existence de cette presse. Mais 30 % n'en ont jamais entendu parler : déficit de notoriété. Plus de la moitié des catholiques pratiquants ont déjà ouvert

des exemplaires de cette presse. Mais 42 % n'en ont jamais tenu en main : déficit de contact.

- 40 % des catholiques pratiquants lisent la presse catholique (chiffre qui monte à 58 % chez les pratiquants réguliers). Rapporté au score d'autres journaux « à centre d'intérêt » au sein de leur population naturellement destinataire, c'est loin d'être négligeable. Presse catho= lectorat catho ? Pas si simple : tous les catholiques ne lisent pas la presse catholique. Mais tous ceux qui la lisent ne sont pas forcément catholiques... (22 % de lecteurs « culturels », 63 % de catholiques pratiquants, 15 % de non catholiques). Certes nous avons vu que la propension à la lire est beaucoup plus faible chez les non catholiques et chez les « catholiques culturels » que chez les pratiquants. Mais leur proportion au sein du lectorat est pourtant loin d'être négligeable. Paradoxe ? Non, règle de trois : comme ces catégories sont au départ beaucoup plus nombreuses dans la population française, un petit pourcentage d'un gros bataillon fait parfois plus de monde qu'un gros pourcentage d'une petite troupe. Au total, malgré un centre de gravité sociologique très logiquement « cathocentré », la presse catholique trouve aussi

des lecteurs au-delà de son bassin naturel de recrutement.

► Où sont les lecteurs de la presse catholique ?

La répartition géographique des lecteurs est assez proche de l'implantation de la population nationale, au moins dans ses grandes masses. Le ratio région Parisienne/Province en particulier est relativement bien respecté, avec à peine une légère surreprésentation des Parisiens : 21 % parmi les lecteurs, contre 15 % en moyenne. 36 % dans le grand Sud (d'Est en Ouest), 23 % du centre à la Bretagne, 20 % du Nord à l'Est.

► Les fonctions de la presse catholique

La hiérarchie des priorités que doit remplir la presse catholique est claire :

- D'abord une approche empathique : faire partager, au-delà du seul public catholique, un regard différent sur le monde (41 % en première réponse, 61 % en première et seconde réponses cumulées).
- Ensuite une approche analytique, à l'usage de la communauté catholique : s'informer et débattre de tous les sujets, confessionnels comme non confessionnels.
- Quant à l'approche médiatique (donner une visibilité, dans la société, au point de vue catholique) et à l'approche hiérarchique (la presse catholique comme courroie de transmission des autorités de l'Église), elles se situent loin derrière.

► L'image de la presse catholique

Cette image est extrêmement floue chez ceux qui ne l'ont jamais ouverte (plus de 60 % de non-réponses) : l'absence de connaissance s'accompagne logiquement d'une absence d'image. - Le positif l'emporte sur le négatif sur trois registres : c'est une presse proche, engagée et ouverte.

- Le négatif l'emporte sur le positif sur deux registres : ce n'est pas vraiment une presse dynamique, ni moderne.

► Le positionnement de la presse catholique

Les journaux catholiques doivent-ils exprimer seulement l'enseignement de l'Église, ou peuvent-ils proposer une opinion propre, même divergente ? La position des lecteurs est sans ambiguïté : plus de deux sur trois estiment que les journaux catholiques sont libres et doivent pouvoir contribuer au débat même si leurs positions sont décalées par rapport aux positions officielles. Ce qui n'empêche pas une minorité de continuer à défendre une stricte orthodoxie. En tout cas la question ne laisse pas indifférent : c'est celle qui a généré chez les lecteurs le moins de non-réponses dans tout le sondage. De manière plus générale, si on élargit au-delà des lecteurs pour inclure l'ensemble des catholiques pratiquants, qu'ils lisent cette presse ou pas, l'ordre des opinions est identique, même si l'écart entre l'une et l'autre est un peu moins accentué. La presse catholique est au fond l'expression de la richesse des communautés : l'Église est d'abord le peuple de Dieu, avant d'être une organisation temporelle ou une hiérarchie.

Les catholiques en France

Le poids des différentes attitudes religieuses dans la population française :

- . Catholiques pratiquants : 17 % (dont réguliers -au moins une fois par mois- : 7 % et occasionnels - grandes fêtes, événements... - : 10 %)
- . Catholiques « culturels » (se déclarant catholiques mais ne pratiquant pas) : 41 %
- . Sans religion : 35,5 %
- . Autres religions : 6,5 %.

■ Notoriété des journaux et magazines catholiques

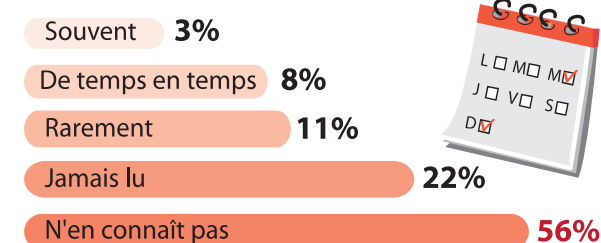
Connaissez-vous des journaux et magazines catholiques français, nationaux, régionaux ou paroissiaux ?

OUI	44%
NON	56%



■ La fréquence de lecture

À quelle fréquence vous arrive-t-il de lire des magazines ou journaux catholiques ?



■ Le rôle de la presse catholique est de...

► Permettre aux catholiques de s'informer et de débattre des sujets qui concernent l'Église et la société..... 44%



► Proposer aux lecteurs même non catholiques un regard différent sur le monde et l'actualité..... 43 %

► Donner une lisibilité au point de vue des catholiques dans le débat public..... 28 %

► Faire connaître aux catholiques les positions du Pape et des évêques..... 22 %

► Sans opinion..... 28 %

■ Face aux autres presses...

Diriez-vous que la presse catholique est...

- Pas assez présente 15%
- Trop présente 4%
- Présente comme il faut 47%
- Sans opinion 34%



■ L'image de la presse catholique

Diriez-vous que la presse catholique est...



- engagée... 29%
- proche des préoccupations des gens... 24%
- ouverte... 22%
- dynamique... 15%
- moderne... 16%

Infographie Valérie Gauthier

■ Son positionnement

Les titres catholiques doivent...

Exprimer leurs points de vue même s'ils sont en décalage avec ceux de l'Église	Rester fidèles à l'enseignement de l'Église
selon les catholiques pratiquants réguliers... 54%	selon les catholiques pratiquants réguliers... 34%
... les catholiques pratiquants occasionnels ... 56%	... les catholiques pratiquants occasionnels... 36%
selon les catholiques non-pratiquants... 44%	selon les catholiques non-pratiquants... 31%
selon les sans religion... 45%	selon les sans religion... 17%



« Un temps de rupture pour la presse écrite »

Bernard Bienvenu, directeur de publication et président du directoire du groupe Hebdomadaires Catholiques Régionaux : Voix de l'Ain, Hebdo de l'Ardèche, Drôme Hebdo et Voix de Haute-Marne et président de la fédération nationale de la Presse catholique évoque les journées François de Sales et les enjeux pour la presse catholique.

Pourquoi des Journées François de Sales ?
Bernard Bienvenu : Chaque année depuis 1995 à Annecy, autour du saint Patron des journalistes et des écrivains qui fut évêque de Genève (la Haute-Savoie actuelle et le Pays de Gex) au XVII^e siècle, la presse catholique réunit tous les professionnels qui s'interrogent sur le sens de leur métier dans des entreprises de presse écrite ou qui s'intéressent aux questions de l'information.

En quoi cette initiative est-elle originale ?
BB : La Fédération française de presse catholique est la seule instance à rassembler en un même lieu, sur un même thème et autour des mêmes questions, des gens aussi divers que des directeurs de publications nationales et célèbres, des bénévoles de presse paroissiale ou des journalistes de presse régionale. Ce qui nous rassemble, c'est la passion pour notre mission d'informer et notre volonté de réflé-

chir au sens de nos métiers.

Quel est le thème des Journées 2010 et pourquoi ce choix ?

BB : « Le rôle de la presse catholique dans la société et dans l'Église ? » La presse écrite est globalement en crise grave et la presse catholique voit son vivier de « lecteurs naturels » s'amenuiser sociologiquement. Nous vivons donc un temps de rupture qu'aucune époque n'a connu depuis l'invention de l'imprimerie avec l'irruption de la gratuité et de l'internet. La FFPC n'offre pas de solution toute faite, tant les problématiques sont différentes selon les titres et leur public, mais nous voulons repenser notre rôle, notre mission et repérer les enjeux radicaux pour l'avenir qui sont communs à tous les professionnels de la presse catholique.

Sur quoi cela peut-il aboutir ?

BB : Nous avons constitué depuis bientôt 2 ans, un groupe de travail qui rassemble des professionnels, des théologiens, des sociologues dans l'objectif de livrer d'ici à la fin de l'année 2011, un livre blanc de la presse catholique. Nos travaux à Annecy viendront nourrir et compléter ce travail.

Et que dira ce livre blanc ?

BB : Nous avons listé 7 défis pour l'avenir : le défi de l'identité, le défi du public, celui du

contenu, celui de l'opinion publique, le défi de l'économie de nos entreprises, le défi de l'image et bien sûr, le défi de l'internet. La fédération a l'ambition, après la publication de ce document, d'offrir à chaque entreprise et/ou rédaction, des moyens pour s'approprier le document et le rendre utile à l'exercice des métiers.

La presse catholique est-elle une presse à part ?

BB : Oui et non. Oui parce qu'elle est la seule à partager des réflexions sur le sens de ses métiers, même si quand on est « catholique », il n'est pas anormal de réfléchir ! Mais non, elle n'est pas une presse à part s'il s'agit d'évoquer le contexte économico-professionnel qui est le sien. Tous les catholiques ne sont pas, hélas, des lecteurs fidèles de notre presse, mais tous les lecteurs ne sont pas des catholiques militants. Les lecteurs de nos hebdomadaires régionaux par exemple, recherchent d'abord une information qui leur est utile, et si possible une information qui s'intéresse d'abord au fond des choses et qui pose sur la société et l'humanité, un regard bienveillant... « Dire sans nuire, montrer sans choquer, témoigner sans agresser, dénoncer sans condamner » dit notre charte éditoriale.