



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 13ème législature

quotidiens

Question écrite n° 126369

### Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur l'opération « mon journal offert ». La réponse ministérielle à la question écrite n° 66081 faisait état du « lancement d'une étude qualitative et quantitative de cette opération pour en évaluer le résultat en termes de lecture de la presse par les jeunes et d'en tirer des enseignements pour l'opération qui doit se renouveler en 2010 et 2011 ». Il lui demande de bien vouloir lui faire part des résultats obtenus dans cette étude, de lui dresser un bilan depuis le lancement de cette opération et de lui indiquer ses intentions en la matière.

### Texte de la réponse

A l'issue des États généraux de la presse écrite, le 23 janvier 2009, le Président de la République a annoncé qu'il souhaitait « permettre à tout jeune de 18 ans de bénéficier, l'année de sa citoyenneté, d'un abonnement gratuit à un quotidien de son choix, le journal étant payé par l'éditeur, le transport par l'État ». Le ministère de la Culture et de la Communication a traduit cette orientation présidentielle par une augmentation des crédits accordés au fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale (FDM), afin de financer le projet Mon Journal Offert. 15 000 000 ' supplémentaires ont été alloués au FDM sur trois ans pour financer cette action. Le principe de l'opération était d'abonner 220 000 jeunes âgés de 18 à 24 ans à un quotidien de leur choix, un jour par semaine pendant un an. L'offre de titres portait sur 61 quotidiens, soit la quasi-totalité des titres de la presse quotidienne nationale, régionale et départementale. Le soutien de l'État, de 5 000 000 ' par an, correspond à la prise en charge de 50 % du coût de l'abonnement gratuit. La société A2Presse a été chargée de gérer la collecte et la redistribution des abonnements vers les 59 titres inscrits. En 2009, le comité d'orientation du FDM a accordé une aide de 5 400 410 ' pour l'ensemble du projet. Pour l'année 2010, le projet se compose de deux volets : dépenses de promotion, pour un montant de 54 066 ', et abonnement - volet technique, pour un montant de 5 025 590 '. Pour l'année 2011, le projet se compose également de deux volets : dépenses de promotion, pour un montant de 99 620 ', et abonnement - volet technique, pour un montant de 4 790 851 '. Le bilan de la saison 1 de Mon Journal Offert (campagne 2009-2010) montre que, quatre mois après son lancement, Mon Journal Offert a atteint 95 % de son objectif initial. Sur 212 000 abonnements, inscrits précisément dans la limite des quotas subventionnés par le FDM, 202 000 abonnements ont été enregistrés à la date du 15 février 2010. Au total, en incluant l'Equipe, 213 000 abonnements ont été enregistrés. L'étude de satisfaction, qui a été réalisée à la suite de cette opération pour 2009, montre que 85 % des jeunes interrogés sont satisfaits de l'opération. Les trois quarts des abonnements servis vont à la presse quotidienne régionale, mais la presse quotidienne nationale réalise une performance supérieure à son poids relatif dans l'échantillon des 59 titres. Pour sa deuxième saison (2010-2011), sur un total de 280 000 inscrits, 220 000 abonnements ont été distribués. La plupart des titres ont rapidement atteint leurs objectifs, spécialement les quotidiens nationaux : l'International Herald Tribune, le Monde ou Le Figaro, font l'objet d'une très forte demande. De nombreux titres régionaux et locaux ont également atteint leurs objectifs, notamment Le Petit Bleu de l'Agenais ou Le Progrès de Fécamp. Dans la presse régionale, ce sont les titres du groupe Voix du Nord qui enregistrent les meilleures performances, ainsi que Ouest-France, Le Midi Libre, Le

Dauphiné Libéré. La plupart des titres de presse quotidienne régionale et départementale atteignent 80 % de leurs objectifs. En 2011, une enquête « Bilan d'expérience Mon Journal Offert et perspectives de développement », réalisée par le cabinet Auxipresse, a permis de dresser un bilan de l'expérience de lecture proposée à travers l'opération. Les résultats montrent que l'abonnement a produit des effets sur la fréquence de lecture du quotidien auquel on s'est abonné : elle s'est intensifiée, passant de 23 % à 35 %, pour la lecture plus d'une fois par semaine et de 17 % à 58 %, pour la lecture 1 fois par semaine. Pour les jeunes ayant déclaré vouloir poursuivre leur abonnement après l'opération Mon Journal Offert, la note globale de satisfaction attribuée au journal reçu est de 7,6 sur 10. Après l'opération, 27 % déclarent vouloir s'abonner, 32 % déclarent vouloir l'acheter en kiosque. Pour les jeunes ayant déclaré ne pas vouloir poursuivre leur abonnement après l'opération, le coût d'un abonnement constitue le frein majeur (pour 70 %). A l'issue des trois années de l'opération Mon Journal Offert, l'État poursuit son soutien aux projets de diffusion de la lecture de la presse auprès des jeunes. A ce titre, la troisième section du fonds stratégique, qui sera mis en place en 2012, sera consacrée au développement du lectorat de la presse, comportant notamment les mesures en faveur des jeunes.

## Données clés

**Auteur :** [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

**Circonscription :** Lozère (2<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 126369

**Rubrique :** Presse et livres

**Ministère interrogé :** Culture et communication

**Ministère attributaire :** Culture et communication

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 17 janvier 2012, page 380

**Réponse publiée le :** 1er mai 2012, page 3256