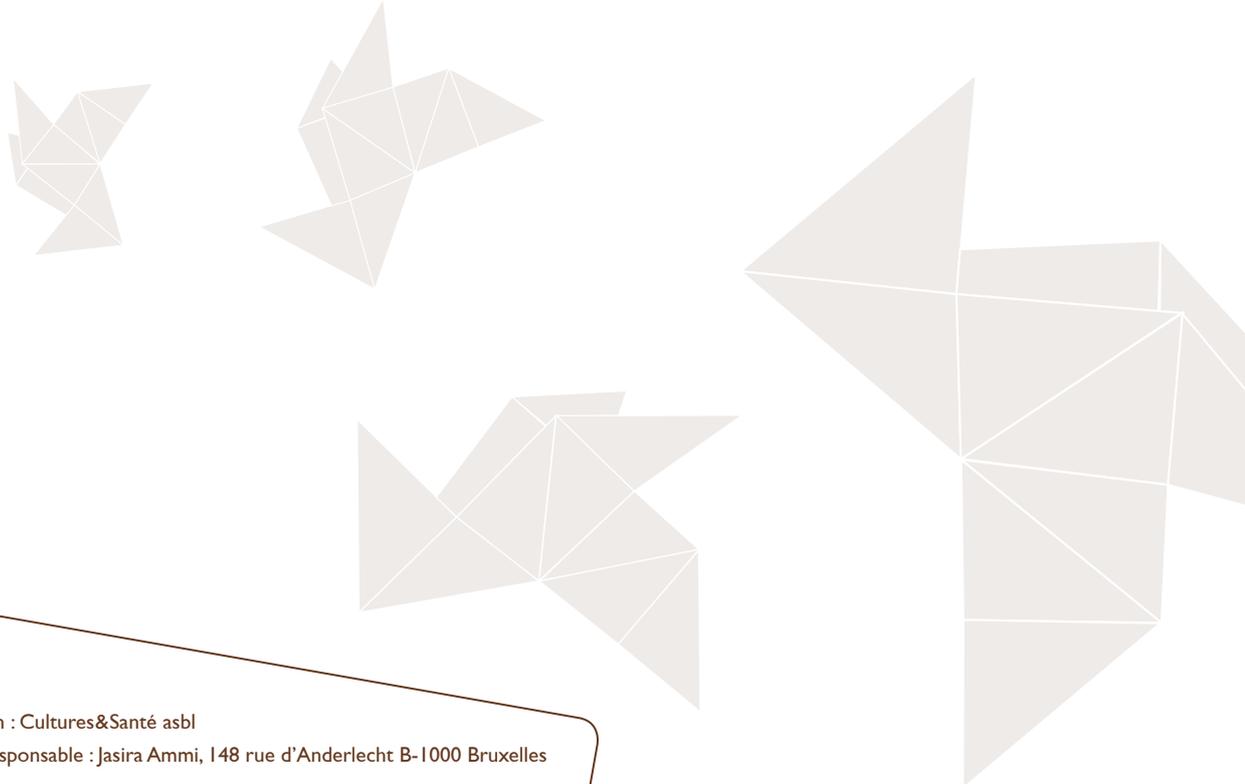




LA PRESSE QUOTIDIENNE EN BELGIQUE FRANCOPHONE

Cultures&Santé





Réalisation : Cultures&Santé asbl

Éditeur responsable : Jasira Ammi, 148 rue d'Anderlecht B-1000 Bruxelles

EP 2010

D/2010/4825/17



Avec le soutien
de la Communauté française



INTRODUCTION

4



LA PRESSE QUOTIDIENNE AUJOURD'HUI

8



LA LIGNE ÉDITORIALE

10



LA UNE

12



LES FORMATS DE LA PRESSE ÉCRITE QUOTIDIENNE

13



LES PROPRIÉTAIRES DES QUOTIDIENS
BELGES FRANCOPHONES

16



GLOSSAIRE

18



RESSOURCES DOCUMENTAIRES

20





INTRODUCTION

Cette publication est un support d'information destiné aux professionnels travaillant en animation ou en formation avec un public d'adultes. L'objectif de ce support est de permettre à ces professionnels de s'approprier des concepts et un vocabulaire relatifs à la presse écrite ainsi que de leur proposer un passage en revue des quotidiens publiés en Belgique francophone. Il s'agit aussi de les encourager à amener la thématique de la presse écrite au sein de leur groupe.

Le support intègre différents éléments. Les sept fiches informatives qui constituent le cœur du support permettent de poser un regard sur la diversité de la presse quotidienne francophone en Belgique. Chacune d'elles présente un des quotidiens francophones de Belgique :

L'Avenir, La Dernière Heure – Les Sports,
L'Echo, La Libre Belgique,
Metro, Le Soir et Sud Presse.

Elles sont accompagnées de ce carnet fournissant quelques repères sur des concepts liés à la presse quotidienne, sur son rôle dans la société de l'information ainsi qu'un glossaire des termes couramment utilisés en journalisme.

Afin que chaque journal soit présenté dans son ensemble, les fiches en dressent le portrait à travers une série d'éléments qui permettent de l'identifier clairement: son histoire, ses propriétaires, ses éditions, sa ligne éditoriale, son contenu.



Ces fiches permettent de percevoir ce que chaque publication entend proposer à ses lecteurs, notamment à travers :

La hiérarchisation de l'information

Quelles sont les informations priorisées ?

Quelles sont celles qui font la une ?

Le style rédactionnel

Quel est le langage utilisé ?

De quelle longueur sont les articles ?

Quelle place est accordée aux témoignages, aux citations, à l'analyse ?

Quelles sont les actualités sélectionnées ?

Quelles sont les sources des journalistes ?

Les titres

Les titres sont-ils plutôt indicatifs, explicatifs, d'opinion, ludiques, énigmatiques, interpellateurs, sensationnalistes ... ?

Sont-ils complétés de sur-titres ou de sous-titres ?

Le graphisme

Quel est le style graphique du journal ?

Plutôt sobre ou tape-à-l'œil ?

Des couleurs sont-elles utilisées ?

Sont-elles vives ou pâles ?

Les illustrations

Sont-elles nombreuses ?

S'agit-il d'infographies, de dessins, de photos, de photomontages ?

Comment servent-elles les articles ?

La publicité

Les publicités sont-elles nombreuses ?

Quelle place occupent-elles dans le journal ?



La présentation de chaque journal sous forme de fiche individuelle a été choisie afin de favoriser la maniabilité et la circulation de l'information au sein d'un groupe, si ces fiches sont utilisées en formation ou en animation.

Par ce biais, Cultures&Santé souhaite favoriser l'approche de la presse au sein des groupes d'adultes en situation d'apprentissage ou en formation. En s'adressant aux professionnels de l'Éducation permanente, il s'agit *in fine* de permettre à tous de se familiariser avec la presse écrite, d'aller au-delà des éventuelles appréhensions qu'un quotidien peut susciter chez des personnes peu habituées à ce support d'information et de fournir des éléments permettant de comparer des journaux entre eux. L'idéal étant de réaliser ces exercices de découverte et de comparaison en apportant les éditions du jour en animation.

Par cette étape de familiarisation, c'est l'accès à la citoyenneté qui est visée. Le quotidien reste, aujourd'hui encore, un support incontournable pour percevoir les enjeux de notre société, pour y porter un regard critique et ainsi participer au débat démocratique.

LA LIBRE BELGIQUE

(Quotidien généraliste national)



www.lalibre.be

Diminutif
La Libre

« Comprendre, C'

43 905 exem

Bruxelles
Namur-Lux

LA PRESSE QUOTIDI

LA DERNIÈRE HEURE - LES

(Quotidien généraliste national)



www.dhnet.be

« C'est du

Prix en Bel

Form

Mini-ta

Parution

Du lundi au dimanche

Tirage quotidien
(1^{er} trimestre 2009 source CIM)

L'AVENIR

(Quotidien généraliste régional)



www.lavenir.net

« L'Avenir e

Slogan

96 273 exem

L'Avenir
L'Avenir Entre-Sambre - et
L'Avenir Luxembourg
Huy-Waremme, L'Avenir

LE SOIR

(Quotidien généraliste national)



www.lesoir.be

Prix en Belg

1,11

Forma

Berlinois

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

89 540 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Bruxelles, B

Éditions régionales

n, Hainaut, Liège

-Luxembourg

Propriétaire

Rosset

L'ECHO

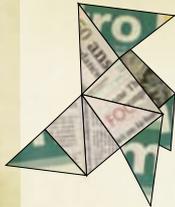
(Quotidien économique et financier)



www.lecho.be

METRO

(Quotidien généraliste gratuit)



www.metrotime.be

Du lundi
mardi et vendredi en

Tirage

290.000 exemplaires (pour les deux éditions / 2010 source CIM)

Éditions régio

Édition française (en s'abonne au journal en version

SUD PRESSE

(Quotidien généraliste régional)



Prix en Belgique
1 €

Format

Berlinois

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

4 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

Walis, Huy-Wa-
Charleroi



LA PRESSE QUOTIDIENNE AUJOURD'HUI

En Belgique comme ailleurs, la vente de la presse écrite quotidienne est en baisse continue depuis un demi-siècle et les recettes publicitaires ont tendance à fondre. Cela s'explique notamment par le fait que les canaux d'information ont évolué et se sont multipliés. Les quotidiens ont vu émerger différents redoutables concurrents au cours du XX^e siècle: la radio, la télévision puis internet. Aujourd'hui, la presse doit prendre en compte l'hégémonie du web social (blogs, forums, réseaux sociaux), média très réactif dans lequel chacun est à la fois consommateur et producteur d'informations.

Pour faire face à la concurrence de ces nouveaux médias, les quotidiens « papier » ont dû évoluer et proposer autre chose que ce qu'ils avaient historiquement l'habitude de proposer. Certains journaux ont misé sur le fond en fournissant plus d'analyses, de réflexions et de mises en perspective de l'actualité, en donnant plus de place aux paroles des experts et des leaders d'opinion, en se voulant plus universels ou au contraire en affirmant plus clairement certaines positions. D'autres journaux ont pris le parti d'être au plus proche des préoccupations des lecteurs, de susciter leur curiosité par différents mécanismes d'accroche, en multipliant les enquêtes de société, en mettant en avant le côté spectaculaire de l'actualité, en surdimensionnant certains de ses aspects ou en donnant de manière plus systématique la parole au citoyen.



Dans tous les cas, au risque de déposer le bilan, les quotidiens ne peuvent plus se limiter à rendre compte de l'actualité mais ils se doivent de faire l'actualité. Cela les conduit parfois à quelques dérives qui leur font oublier leur objectif principal (idéal) : celui d'informer en apportant un regard sur le monde et en suscitant la réflexion.

Du point de vue de la forme également, tous les quotidiens ont dernièrement fait peau neuve : en optant pour de nouveaux formats plus maniables, en choisissant de nouveaux papiers, en adoptant un graphisme plus moderne, en apportant plus de couleur aux éditions ou en améliorant la qualité des images. Tout cela a rendu le quotidien plus pratique et ergonomique.

Internet étant devenu la principale source d'information, être présent sur la toile devient indispensable pour un quotidien. Aujourd'hui, tous les journaux écrits ont développé leur site internet d'information. Les versions web des journaux donnent un accès immédiat à l'information. Celle-ci est mise à disposition de manière brute, sans prise de recul. Les journaux visent donc une certaine complémentarité entre la version web, qui offre un fil d'information continu multimédia et permet au lecteur d'interagir directement, et la version papier qui authentifie l'information et la met en perspective ou en scène, dans le respect d'une ligne éditoriale clairement déterminée.

La presse écrite quotidienne conserve toujours une réelle plus-value au regard de l'information distillée sur le web. Le quotidien offre au lecteur un rapport singulier à l'information, une autre temporalité essentielle pour comprendre le monde. Il reste un média qui permet d'amener des sujets dans l'espace public, de les approfondir et s'affirme plus que jamais comme vecteur d'expression.



LA LIGNE ÉDITORIALE

Élément constitutif de tout média, **la ligne éditoriale** désigne la manière dont est traitée l'information au sein de celui-ci. En d'autres mots, elle détermine l'angle d'approche de l'actualité. Elle est fonction des caractéristiques du public auquel le média s'adresse et traduit une idéologie ou des valeurs portées par la rédaction. La ligne éditoriale assure une cohésion globale à l'ensemble du contenu et définit l'identité du média.

Concrètement, la ligne éditoriale va déterminer :

- la structuration du média, la hiérarchisation des rubriques les unes par rapport aux autres (politique, économie, société, culture, sports...);
- l'importance accordée aux différents sujets ainsi que leur place dans le média (nombre de pages des rubriques, longueur de l'article, grandeur de l'illustration);
- le choix de traitement de l'information : se baser sur des déclarations, faire un reportage ou organiser une interview; illustrer par une photo, insérer une infographie ou ne pas illustrer...;
- l'équilibre adopté entre la restitution de faits, leur analyse et éventuellement une prise de position;
- le ton rédactionnel et graphique.



La ligne éditoriale est en grande partie esquissée par l'équipe rédactionnelle avec, à sa tête, le rédacteur en chef. Elle choisit les sujets à traiter, puis définit la manière dont le sujet va être abordé: sur le plan social, économique ou politique, d'un point de vue plus individuel ou collectif, dans une optique générale ou locale... Par ce biais, le média propose des pistes permettant au public de se forger sa propre vision des sujets traités. Plus la ligne éditoriale est précise et forte, plus le média pourra se distinguer par rapport à d'autres. Elle permettra au public de choisir d'être fidèle ou non au média.

À l'heure actuelle, il n'est plus possible pour une équipe rédactionnelle d'avoir une maîtrise totale sur sa ligne éditoriale. En effet, les journalistes sont soumis à diverses pressions internes (propriétaires et actionnaires du journal, collaborateurs) et externes, qu'elles soient financières (annonceurs publicitaires) ou sociopolitiques (pouvoir en place, lobbies). Une multitude de facteurs d'influence entrent en ligne de compte et déterminent les choix qui sont faits par la rédaction. La ligne éditoriale d'un média dépend donc aussi du caractère de celui-ci, des ressources et surtout de l'esprit d'indépendance de l'entreprise qui l'édite.

Mieux connaître la structure d'un média, savoir quels sont ses propriétaires, quelle est son histoire, quels sont les principaux annonceurs qui le rétribuent, quel public il vise... permet de mieux comprendre la manière par laquelle il traite l'actualité et, par conséquent, de mieux la décrypter.



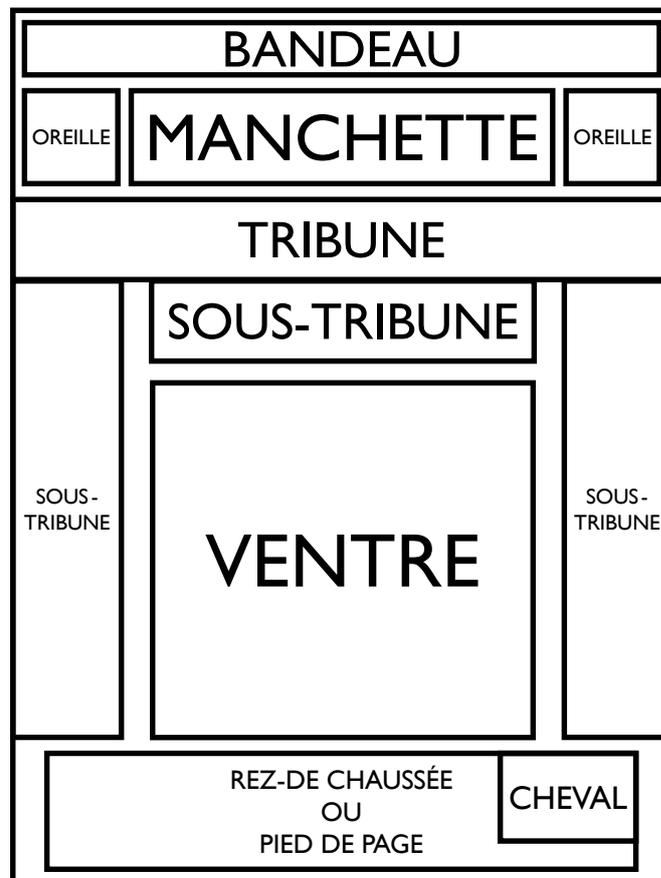
LA UNE

La une est la première page d'un journal, la plus importante. Elle a pour fonction d'attirer l'attention du lecteur. Elle tente d'attiser sa curiosité par de grands titres (notamment en tribune) et par des photographies (notamment dans le ventre). Elle comporte le logo du journal (dans la manchette) qui l'identifie clairement, renseigne sur le contenu de la publication et laisse parfois présager des exclusivités que le lecteur pourra y trouver.

Le schéma suivant montre les différentes parties d'une « une » classique.

Actuellement, chaque journal propose sa propre composition de une qui peut s'éloigner de ce schéma classique.

La rédaction pourra également la faire évoluer en fonction de l'actualité qu'elle souhaite mettre en avant.





Les quotidiens peuvent se présenter sous de plus ou moins grands formats.
Voici leur nom et leurs caractéristiques, du plus grand au plus petit :

Format Broadsheet

95 - 420 x 560 - 600 mm,
en 6 à 9 colonnes de
texte

Appelé également grand format, le Broadsheet était désigné comme le format classique des quotidiens. Il est bien plus rare aujourd'hui car jugé encombrant. Il reflète l'idée de tradition, de sobriété et de continuité. Il connote généralement les journaux de référence.

Die Welt
(Allemagne),
The New York Times (Etats-Unis),
L'Equipe (France)

Format Belge

365 - 370 x 520 - 530 mm.
Il est un peu moins long
et moins large que le
grand format.

Appelé également format rhénan, ce format était, par le passé, utilisé par de nombreux journaux en Belgique. Ce format a été petit à petit abandonné.

L'Echo



Format Berlinois

315-320 x 470-475 mm,
en 6 colonnes

Actuellement, ce format est largement utilisé par les journaux de référence (mais pas uniquement). Précédemment, en format broadsheet, ils ont, dans un souci de modernité, adopté ce format plus maniable.

Le Soir, Sud Presse, Le Monde (France),
The Guardian (Royaume-Uni),
La Repubblica (Italie)

Format Tabloïd

285-290 x 370-410 mm,
en 4 à 6 colonnes

C'est le format résultant du pliage en deux du broadsheet. À l'origine, le format tabloïd était utilisé par la presse populaire. Il connote encore au Royaume-Uni une presse sensationnaliste. Différents journaux (notamment des quotidiens de référence) qui souhaitaient rajeunir leur publication ont adopté ce format plus ergonomique.

L'Avenir, Metro, El Pais (Espagne),
Libération (France),
The Sun (Royaume-Uni)

Format Mini-tab

10-227 x 290-340 mm,
en 5 colonnes

Appelé également demi-berlinois, il est le résultat du pliage en deux du format berlinois. Ce format donne au quotidien un aspect magazine.

La Libre Belgique, La Dernière Heure
– *Les Sports*



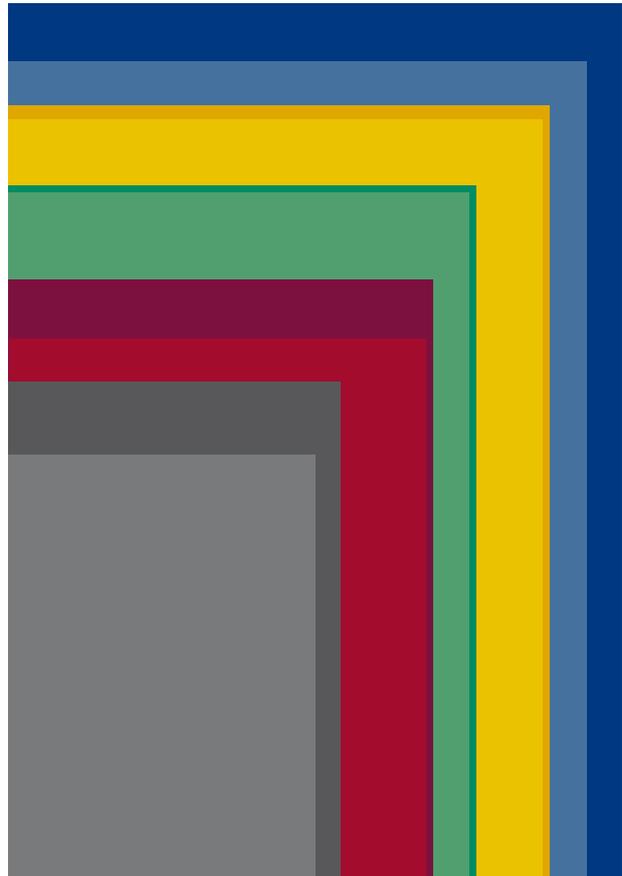
Broadsheet ◀

Belge ◀

Berlinois ◀

Tabloïd ◀

Mini-tab ◀



Ce visuel ci-contre permet
de comparer les 5 formats ▶



LES PROPRIÉTAIRES DES QUOTIDIENS BELGES FRANCOPHONES

En Belgique, la presse est hautement concentrée. Les médias en général et la presse écrite en particulier y sont contrôlés par quelques familles fortunées du pays. Côté francophone, trois grands groupes de presse se partagent les différents titres quotidiens publiés: **Corelio, IPM et Rossel**.

Rossel

Le groupe Rossel est détenu à 100% par la famille Hurbain, famille cousine de la famille Rossel fondatrice du groupe. Le groupe détient totalement ou en partie différents types de média. Il est présent en presse écrite (quotidienne, périodique, gratuite), dans l'audiovisuel et sur le web en Belgique mais aussi à l'étranger. Il possède également plusieurs régies publicitaires. Il détient en partie le capital de Mediafin, avec De Persgroep et celui de Mass Transit Media, avec Concentra. Le groupe Rossel dépasse la moitié du tirage des quotidiens francophones en Belgique.

Quotidiens francophones édités: *Le Soir*, *L'Echo* (via Mediafin), *Sud Presse*, *Metro* (via Mass Transit Media)

Corelio

Corelio est un groupe de presse flamand issu de la VUM (Vlaamse Uitgeversmaatschappij), société d'édition créée en 1976 par André Leysen. Le groupe est aujourd'hui détenu par la famille Leysen et d'autres riches familles flamandes. Le groupe est propriétaire de différents titres quotidiens belges et détient des participations dans différents médias audiovisuels. C'est en 1999, que la VUM rachète Mediabel, éditeur des journaux du groupe Vers l'Avenir jusqu'alors.

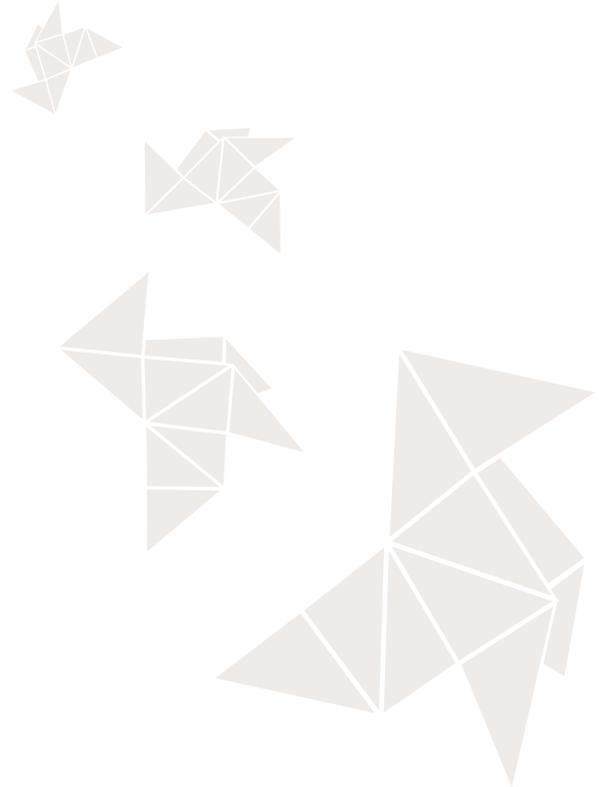
Quotidien francophone édité: *L'Avenir*



IPM

IPM est une société anonyme, propriété de la famille Le Hodey. Le groupe multimédia est présent dans la presse quotidienne, la presse périodique, en radio et sur internet. Il gère également la régie publicitaire RGP.

Quotidiens francophones édités : *La Dernière Heure – Les Sports*, *La Libre Belgique*





Agence de presse: entreprise qui a pour objet la collecte, le traitement et la diffusion d'informations qu'elle propose sous diverses formes (dépêche, photo, article...) aux médias, aux sociétés privées et aux institutions publiques contre paiement.

Annonceur: personne qui paie pour faire passer un message publicitaire dans un média.

Avant-titre: texte précédant le titre.

Brève: information brièvement annoncée (dix lignes maximum). Lorsqu'elle a un titre, on l'appelle « filet ». Dans un cadre, elle devient « encadré ».

Bouillon: ensemble des journaux inventés.

Carte blanche: texte argumenté qui exprime une prise de position, un point de vue particulier suscité par un événement. La carte blanche est rédigée par des représentants de la société civile ou des politiques.

Chapeau: texte généralement court qui précède un article, le présente et invite à sa lecture.

Communiqué de presse: document envoyé aux médias par une institution ou un organisme, dans le but de les informer d'un événement. Le communiqué de presse est destiné à être repris en tout ou partie ou bien à donner envie aux journalistes d'en faire un article plus complet à leur façon.

Éditorial: généralement rédigé par le rédacteur en chef, l'éditorial est un article qui reflète le positionnement de la rédaction sur une actualité ou qui réaffirme l'orientation, la ligne éditoriale du journal.

Dépêche: information rédigée et rapidement diffusée par une agence de presse. Les informations communiquées par dépêche se résument à l'essentiel.

Droit de réponse: possibilité qu'à une personne ayant été citée dans un journal, de soumettre à ce même média un texte de réponse devant obligatoirement être publié.



Entrefilet: court article inséré dans un journal de manière à attirer l'attention.

Hebdomadaire: publication qui paraît une fois par semaine.

Journal de référence: journal qui se caractérise par la sobriété du ton rédactionnel et le sérieux des informations qu'il développe. Il privilégie les informations politiques, économiques et culturelles.

Lectorat: ensemble des lecteurs d'une publication.

Manchette: très gros titre barrant la première page d'un quotidien.

Papier: article destiné à un journal.

Rédaction: ensemble des rédacteurs d'un journal.

Régie publicitaire: société chargée de la vente des espaces publicitaires aux annonceurs.

Sous-titre: titre secondaire placé sous le titre principal d'un article de journal.

Sur-titre: titre complémentaire placé au-dessus du titre principal d'un article de journal.

Tabloïd: le mot tabloïd désigne à la fois un petit format de journal et une typologie de quotidien sensationnaliste.

Titraïlle: ensemble des éléments d'un titre. Elle peut comporter un surtitre, le titre principal et un sous-titre.

Tribune: rubrique offerte au public par un média.

Une: première page d'un journal. Elle présente les informations jugées principales, qui seront détaillées dans les pages suivantes. La une reflète l'image du journal tout entier.



Sélection bibliographique

ALBERT P.

Histoire de la presse

Paris, PUF, 2003, 127p.

CHARON J-M.

La presse quotidienne

Paris, La Découverte, 2004, 121p.

FION C., GREGOIRE A. & alii

Presse écrite, faim de papier ?

in : La revue nouvelle, n°9 (64), 2009, pp 31-79

LE FLOCH P. & SONNAC N.

Économie de la presse

Paris, La Découverte, 2005, 121p.

MATHELART S.

Pour l'histoire des médias en Belgique.

Bibliographie de 1830 à nos jours

Bruxelles, Université Libre de Bruxelles, 1994, 440p.

MUNDSCHAU L.

La presse « écofin » quotidienne belge francophone

in : Médiatiques. Récits et Société, n°28, 2002, pp 8-11

STEPHANY P.

La Libre Belgique: Histoire d'un journal libre, 1884-1996

Louvain-la-Neuve, Duculot, 1996, 576p.

VAN PEEL H.

Vers l'Avenir: Histoire d'un groupe de presse francophone

in : Courier hebdomadaire du Crisp, 19-20 (n°1924-1925), 2006, 56p.



Sélection de sites

www.ajp.be

Association des journalistes professionnels

www.cim.be

Centre d'information sur les médias

www.clemi.org

Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (France)

www.espace-citoyen.be

Portail de la citoyenneté en Communauté française
(sous-thème : Univers des médias)

www.jfb.be

Les journaux francophones belges

www.media-animation.be

Média animation asbl

Cultures&Santé
148, rue d'Anderlecht
B-1000 Bruxelles

+32 (0)2 558 88 10
info@cultures-sante.be
www.cultures-sante.be



www.cultures-sante.be