

Franck Bousquet
Pauline Amiel

La presse quotidienne régionale



La Découverte

Table des matières

Introduction	3
I Naissance et développement de l'information locale et de la PQR	
Des titres anciens	7
Le précurseur : le Bulletin du Bureau d'adresses, 8	
Le développement d'une information sur les territoires : <i>Les Affiches</i> , 9	
Une évolution liée au contexte politique	11
Le tournant de la Révolution, 11	
Un instrument d'affirmation des départements, 12	
□ Encadré : <i>Une croissance exponentielle</i> , 14	
Naissance et développement de la PQR	14
Un contexte favorable à la transformation de la presse locale, 15	
□ Encadré : <i>Le développement des éditions locales</i> , 17	
Une ligne éditoriale politique..., 18	
□ Encadré : <i>Les territoires de la République</i> , 19	
... qui donne du sens au local, 20	
Rachat et disparition de titres, 21	
II Le modèle éditorial de la PQR	
□ Encadré : <i>La notion de territoire</i> , 26	
Un acteur majeur de la vie locale	26
Au centre de la continuité territoriale, 27	
Au cœur des cycles socioculturels, 28	

Un signe de l'appartenance au local, 29	
□ Encadré : <i>Le fait divers : un marqueur éditorial</i> , 30	
La fragmentation numérique : vers l'individualisation du local ? 31	
L'éditorial à la frontière entre information et service	33
Un journal de service au plus près des territoires, 34	
La diversification des supports, 36	
□ Encadré : <i>Leboncoin.fr</i> , 38	
□ Encadré : <i>Le Parisien, service et proximité au cœur du nouveau projet</i> , 39	
Le journalisme de solutions	39

III Les producteurs de l'information locale

Les journalistes comme producteurs de l'information locale	42
Qui sont les localiers ? 42	
Récolte et mise en forme de l'information locale, 44	
Les nouveaux rôles des journalistes, 46	
□ Encadré : <i>Centre France : pour une « forme renouvelée de journalisme de proximité »</i> , 47	
Les correspondants locaux de presse	48
Morphologie des correspondants locaux de presse, 48	
Enjeux et évolutions de leur rôle, 51	
□ Encadré : <i>L'institutionnalisation des stagiaires</i> , 52	
L'influence des « labs » et des consultants	53
□ Encadré : <i>Nice-Matin et sa campagne « Adopte un canard »</i> , 55	

IV Une information contrainte et concurrencée

Une cogestion de l'information locale	57
Professionnalisation des sources, 57	
Dépendance économique, 59	
Recherche du consensus, 61	
Les autres voix de l'information locale	64
Les collectivités territoriales, 64	
Les autres acteurs de l'information locale : télévision, presse hebdomadaire locale ou régionale, radio, <i>pure players</i> , 66	
□ Encadré : <i>Les GAFAs à l'assaut du local</i> , 71	

V Économie de la PQR

Le modèle économique classique	73
Les trois piliers des recettes de la PQR, 74	
Des coûts incompressibles et massifs, 77	
La fin d'un modèle et le début d'un autre	79
Éclatement du modèle traditionnel, 79	
□ Encadré : <i>Les kiosques en ligne comme nouvelles plateformes de diffusion</i> , 81	
La diversification des activités : un acteur de la communication territoriale, 82	
□ Encadré : <i>Plan filière 2020-2024</i> , 84	
De la concentration aux monopoles	85
□ Encadré : <i>EBRA : la rationalisation du Bureau des informations générales</i> , 87	
Le partage du territoire, 87	
□ Encadré : <i>La PQR : une histoire de familles</i> , 90	

VI La PQR et ses lecteurs

L'image traditionnelle du lecteur de la PQR	91
Le lecteur modèle, 92	
Du compagnon de route politique au militant du local, 93	
Le nouveau lecteur, une construction du marketing, des <i>metrics</i> et des RSN	95
Le lecteur construit par le marketing, 96	
Le lecteur construit par les <i>metrics</i> et les RSN, 98	
Un prédateur numérique ? 100	
Le renouvellement des publics	101
Injonction à la participation, 102	
Reconstruire des communautés, 105	
Vers de nouveaux publics ? 106	
□ Encadré : <i>À la conquête des enfants</i> , 108	
Conclusion	109
Repères bibliographiques	115