

Jeudi 15 décembre 2022

15.12.22 - Le rapport d'impact au-devant des lecteurs

Voulu comme un “exercice de transparence éditoriale”, le rapport d’impact 2022 des rédactions du groupe Centre France, troisième du nom, est publié, aujourd’hui, dans l’ensemble de nos quotidiens. Il sera également présenté, dans une version allégée, dans les hebdos.

Pour cette nouvelle édition, forte de huit pages, plusieurs éléments forts sont présentés au lecteur.

Dans un premier temps, un mot d’explication de la démarche signé Stéphane Vergeade et Thibaud Vuitton, directeurs éditoriaux du groupe. Ils présentent cette troisième édition du rapport d’impact comme un **“exercice de transparence”** et un **“examen de conscience éditoriale”** : “En 2022, expliquent-ils, nous avons repensé notre façon de travailler en repartant du territoire, avec une conviction forte : pas de solution globale à des problématiques locales. Dans chaque titre, dans chaque département, il nous revient de refléter le monde qui nous entoure, sur tous les supports et dans toutes les temporalités. Pour y parvenir, nous affirmons qu’il n’y a pas de recette miracle mais qu’il nous faut sans cesse tester, mesurer, recommencer. Accepter de se tromper”.

Ce que l’on a “raté”

Viennent ensuite quelques séquences qui développent les axes forts du travail des rédactions: la mise en place de tests dans de nombreux départements, les rencontres avec les lecteurs, le déploiement des reportages au long cours, l’activation d’expérimentations (newsletter Tour de Tables ou VOST, dans le Puy-de-Dôme; les initiatives concernant la santé dans le Loiret qui ont valu à *La République du Centre* un prix national; le podcast sur les personnes âgées préparé, chaque semaine, par *L’Yonne républicaine* notamment), le travail sur l’événementialisation des contenus, le rôle du médiateur...

La grande séquence politique de l’année (l’élection présidentielle de 2022) est également décryptée. Tout comme ce que la rédaction appelle “ce qu’elle a raté” (des “UNES” parfois, malheureuses, un manque de réactivité sur des sujets d’enquête, un déficit de réactivité aux sujets chauds sur le web...). La rédaction prend également l’engagement, à cette occasion, **d’améliorer son approche des sujets concernant le dérèglement climatique** en créant un groupe de journalistes experts sur le sujet.

Une note de confiance de 7,2 sur 10

Une photographie de la relation à nos lecteurs est également présentée via les résultats d'une enquête de satisfaction réalisée par le service des ventes du groupe (qui a enregistré plus de 10.000 réponses). Où il apparaît que, pour ceux qui le lisent, les points forts du journal se résument en quelques qualitatifs : utile, pratique, fiable, complet, proche des préoccupations. Illustration de la force de la confiance qui lie les lecteurs à leur journal, la note moyenne accordée par ses abonnés au journal est de **7,2 sur 10**. Elle était, l'an passé, de 6,1 sur 10.

Dans ce rapport d'impact, diffusé aujourd'hui dans les 300.000 exemplaires des 8 quotidiens du groupe, une présentation est également faite des projets de développement du groupe : nouveau centre d'impression des journaux à Clermont-Ferrand, mise en place d'une direction RSE...

La crainte d'un "dérèglement médiatique"

Le rapport d'impact se conclut par un texte signé **Soizic Bouju**, directrice générale, texte dans lequel elle fait part de son inquiétude face à la période actuelle qui est, selon elle, celle d'un **"dérèglement médiatique"**, "une secousse tellurique dans les médias, à l'échelle de la planète, en France et en particulier dans nos régions, en proximité". Elle souligne, à destination des lecteurs, que "ce dérèglement médiatique pèse sur deux fondements de notre existence : le modèle économique de nos entreprises, et notre capacité à vous délivrer une information fiable, responsable et de qualité, où que vous soyez et quelle que soit votre habitude de lecture".

Pour faire face à ces difficultés, elle met notamment en avant le particularisme du groupe *Centre France*, un groupe indépendant qui reste, face à cette tempête, maître de son destin, "en consacrant ses bénéfices à l'investissement dans l'avenir. En restant présent et ancré dans ses territoires, au plus près de vous, et en assurant par lui-même les choix de son offre, son modèle de rentabilité par sa bonne gestion et sa capacité à s'adapter à vos désirs".

Pour en savoir plus :

Ce rapport d'impact est également publié en version digitale sur les supports éditoriaux.



* Fort de ses huit titres quotidiens et ses neuf hebdomadaires, le groupe Centre France, acteur majeur de la presse de proximité, assure une présence éditoriale sur quinze départements, et dans quatre régions. La maison mère du groupe est le journal La Montagne, dont le siège se trouve à Clermont-Ferrand. Plus d'infos sur le Groupe Centre France, ses activités et son actualité : www.centrefrance.com

Contact presse :

Direction de la Communication : 06.22.06.41.25

