

### LE PHARE DE RE, LA DIFFUSION:

Grace à l'amabilité de M. Gaillard, nous pouvons examiner les ventes du Phare, par numéro et par point de vente. Afin d'avoir un tableau général de l'évolution, nous avons choisi le date la plus ancienne (1975), les résultats de 1978 et ceux de l'exploitation en cours, jusqu'en août 1980.

#### Les ventes directes:

Ce bilan posé sur graphique montre une évolution homogène et régulière dont il faut tenir compte. L'année se découpe ainsi en une silhouette régulière.

##### . Une évolution régulière:

D'année en année, et à l'exception d'un point de vente (La Rochelle 1), la progression est régulière et générale. La situation de 1975 est donc aujourd'hui nettement dépassée. Bien évidemment, l'évolution 79-80 n'est pas aussi tranchée. Elle est toutefois manifeste, ce qui ne cesse d'être surprenant compte-tenu du taux de pénétration actuel (près de 80% des foyers). Pourtant, cette amélioration n'est pas seulement tangible en période de vacances.

##### . Une évolution homogène:

L'aspect le plus frappant des courbes obtenues est leur homogénéité. On peut alors noter divers mouvements qui se manifestent, pour tous les points de vente, et sur le même numéro:

- n° 6: début février, chute sur 1 à 2 numéros.
- n° 13: fin mars, hausse jusqu'à un palier supérieur.
- n° 25-26: mi-juin, début d'une hausse régulière 4/

qui culmine à la mi-août.

n° 33: mi-août, chute rapide

- n° 38, mi-septembre, retour à une situation stable mais légèrement supérieure à celle du printemps.

- n°44: 1° novembre, hausse sur 1 à 2 numéros.

Le fait de pouvoir situer exactement ces mouvements alors qu'il y a 13 points de vente différents montre bien l'homogénéité des variations. Celles-ci soulignent, par la hausse, des périodes de vacances: Pâques, été, Toussaint. Les baisses manifestent des périodes de fin de cycle.

Il y a, en particulier, un creux d'activité au début de février, puis le fameux mois de septembre au cours duquel les rétais prennent leurs vacances.

. Une planification des ventes:

Une évolution saisonnière aussi régulière permet une planification assez précise de la distribution et du tirage. Mais, si l'imprimeur sait que la demande va augmenter, il ne sait pas de combien, ce qui maintient une marge d'indécision, ni jusqu'à quand la demande peut persister.

On voit toutefois sur les graphiques combien M. Gaillard a pu affiner la distribution depuis qu'il s'en occupe à plein-temps. En 1975, la courbe est peu nuancée; aujourd'hui, elle tend presque à varier avec chaque numéro.

. La distribution géographique:

La dernière connaissance apportée par ces chiffres est celle de l'impact du journal par commune. Avec la diffusion de Mars 80 et Juillet 80, nous avons construit une vente moyenne par communes.

Le duo La Flotte-Saint Martin n'est plus aussi important qu'il ne l'était pour la rédaction. Cette fois-ci, La Flotte l'emporte nettement (2340 ex.) devant Saint Martin (1817), Sainte Marie (1564) et Le Bois (1505). On notera que Sainte Marie possède, avec Le Noe, deux points de ventes, ce qui peut expliquer ce bon résultat.

En fin de peloton, on retrouve Les Portes, Loix et Saint-Clément. Ces villages sont les plus éloignés, ou isolés, de l'île. Il semble difficile de les sortir de cet oubli puisqu'ils ne participent pas, non plus, à la rédaction.

Les abonnements:

Le premier juillet 1980, le Phare compte 3342 abonnés. C'est un chiffre remarquable. Le dossier permet de les recenser aisément. Toutefois, on ne peut connaître leur âge, leur C.S.P et leur lien avec l'île (natif, résident secondaire, vacancier).

. Les vieux abonnés:

Les abonnés d'avant 1960 (depuis plus de 20 ans!). Ils ne peuvent pas avoir moins de 50 ans. Ils sont 114 sur l'île (3,41% du total; 14,35% de l'île) et 85 sur le continent. Cela fait 199 (5,95%). Les abonnés de plus de 10 ans sont 260 (7,77%)

# LES ABONNES

CATEGORIE	nombre	%
ILE	794	23,75
CNA MA	273	8,16
Port. CNA	224	6,70
PARIS	1026	30,70
FRANCE	993	29,71
ETRANGER	11	0,32
ALL	13	0,38
BENE	6	0,17
SUISSE	2	0,05
Grèce		
Autres		
TOTAL	3342	100%

80-75		74-70		69-65		64-60		59-55		54-50		Avec
Nombre	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
469	14,03	129	3,85	49	1,46	33	0,98	106	3,14	8	0,23	
209	6,25	37	1,10	5	0,15	9	0,27	13	0,39	0	0,00	
175	5,23	30	0,90	8	0,24	4	0,12	7	0,21	0	0,00	
738	22,08	163	4,83	51	1,52	35	1,04	36	1,07	3	0,09	
739	22,11	163	4,83	44	1,31	21	0,62	23	0,68	3	0,09	
9	0,27	1	0,03	1	0,03	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
12	0,36	1	0,03	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
5	0,15	1	0,03	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
2	0,06	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
70,58%		16,2%		4,32%		3,05%		8,51%		0,41%		

\* A côté Charente-Maritime: 29% (0,11%)  
 dans Le Rocher (GEMSE): 28 (0,08%)

= % dans la catégorie géographique  
 = % global des abonnées

Utilité	Nombre	%
ST METAL	142	17,88
LA POUTE	119	14,98
LE BOIS	104	13,09
ARS	67	8,43
St Marie	92	11,58
LES CARTES	57	7,17
LA QUALITE	89	11,20
SECURANT	23	2,89
LOX	44	5,54
RUEBY	48	6,04
TOTAL	794	

80-75		74-70		69-65		64-60		59-55		54-50	
71	8,94	15	1,86	13	1,65	9	1,15	30	3,77	4	0,51
62	7,80	22	2,77	6	0,76	4	0,51	25	3,14	0	0,00
62	7,80	10	1,26	6	0,76	9	1,15	17	2,14	0	0,00
38	4,78	15	1,86	6	0,76	1	0,13	6	0,76	1	0,13
52	6,55	14	1,74	9	1,15	3	0,38	13	1,65	1	0,13
43	5,41	12	1,51	1	0,13	0	0,00	1	0,13	0	0,00
52	6,55	24	3,02	3	0,38	3	0,38	8	1,01	1	0,13
17	2,14	4	0,51	1	0,13	0	0,00	0	0,00	1	0,13
33	4,15	4	0,51	0	0,00	2	0,25	5	0,63	0	0,00
32	4,03	9	1,15	4	0,51	2	0,25	1	0,13	0	0,00
59,12%		16,2%		6,17%		4,15%		13,35%		8,40%	

Les abonnés anciens sont donc 13,73%. Si l'on se souvient qu'il n'y avait que 500 exemplaires de diffusion en 1960, il faut envisager que tous ces lecteurs sont restés fidèles, ne disparaissant qu'à leur mort.

• Les ~~retraités~~ <sup>centés</sup> (de 2 à 10 ans):

Rien n'indique que les nouveaux abonnés soient des jeunes. Le fichier ne donne pas leur âge mais le développement des résidences secondaires amène sur l'île une population de retraités.

On peut espérer cerner la population retraitée en comptabilisant, parmi les abonnés, ceux dont l'adresse a été modifiée pour passer du continent à l'île: il y a 125 changements (3,75%). C'est un taux inférieur à celui de la population de l'île (28,8% +60ans).

Il faut supposer que les abonnés d'avant 1960 sont aujourd'hui à la retraite, ils représentent 15,49% des changements d'adresse.

Mais l'augmentation est beaucoup plus sensible dans les dernières années:

28,8% entre 70 et 74

36,8% entre 75 et 79.

• Les abonnés récents:

Dans tous les secteurs, les abonnés de 1975 à 1980 représentent de 50 à 75% de leur population de référence. C'est donc que le lectorat est neuf, à défaut d'être jeune. M. Gaillard situe en 75-76 le plafond

de l'effluence estivale dans l'île et explique ainsi l'accroissement, parfois spectaculaire, des abonnements.

Quelques faits sont mis en lumière par l'analyse:

- Avant 1960, il y a 106 abonnés sur l'île, 36 à Paris et 23 en province.
- Entre 60 et 70, Paris prend un léger avantage, la province se rapproche.
- De 70 à 75, Paris et la Province dominent.
- 1980: La province a pris la tête, les rétais sont peu abonnés.

Est-ce, là encore, le développement des résidences secondaires qui amène les abonnés de l'extérieur? Y-a-t'il une raison sociologique au fait que Paris, puis la province se sont intéressés de plus en plus à Ré, comme l'accession chronologique des uns, puis des autres, aux vacances et à la résidence secondaire? Les parisiens, qui furent les premiers ont-ils maintenant pris leur retraite sur l'île?

- Dans la Charente-Maritime, La Rochelle occupe une position très prépondérante.

• Conclusions:

- Il peut y avoir deux axes de développement des abonnés: La proximité géographique

L'évolution chronologique.

- Le grand développement des abonnements correspond aux années 75. En 1974, M. Gaillard abandonne Ré Presse pour se consacrer exclusivement au journal.

A cette même période correspond une arrivée massive d'estivants sur l'île. Le Phare en subit le bien heureux contrecoup. On pourra remarquer que cette poussée est surtout favorable à Le Bois et qu'il se trouve que cette commune a le plus important parc de résidences secondaires de l'île et le plus grand nombre de campings. Même si l'incidence sur le tirage n'est pas grande (de 6900 à 7500), le Phare ressent bien les variations saisonnières seulement, ce n'est pas dans sa diffusion qu'elles se font sentir.

- Les abonnements connaissent deux paliers: en ascension lente depuis 1970, ils franchissent un grand palier en 1977 (+82%).
- Il faut également noter une désaffection après 1 ou 2 ans d'abonnements. M. Gaillard l'explique par le désir des estivants, après avoir passé un été sur l'île, de trouver un terrain à bâtir ou une maison pour l'année suivante. Ils s'abonnent donc pour les petites annonces. Lorsqu'ils ont trouvé, ou qu'ils se sont lassés, ils abandonnent le journal ou, s'ils prennent leur retraite sur l'île, ils deviennent acheteurs.

Nous avons analysé les résiliations du premier semestre 1980. Il y en a 99, ce qui représente 2,96% des abonnés actuels. Si le phénomène était régulier, il faudrait donc compter près de 6% d'abandons par ans, ce qui est un taux assez élevé.

L'érosion étant abondante, l'augmentation régulière des abonnés n'en est que plus remarquable. 41 abandons (41,41%) se situent à la fin de la 1<sup>re</sup> année; 20, en fin de seconde année (20,20%). ~~Se sont donc 61,61% d'abonnés qui ne sont pas fidèles.~~

- Malgré ces chiffres remarquables d'abonnements extérieurs, le Phare n'a jamais eu aucune action incitative vers les résidents secondaires, par l'intermédiaire d'un courrier, par exemple. On peut donc se demander si une telle initiative n'aurait pas développé plutôt le nombre des abonnés extérieurs.
- Dernier point, la présentation du Phare, ou en tout cas son contenu purement local, fait qu'il n'intéresse que fort peu les estivants <sup>ou les vacanciers estivaux</sup>. Cela explique son peu de succès au cours de l'été.
- De même que l'on a signalé comme seule influence de la variation saisonnière le taux fantastique des abonnements extérieurs, il n'est pas inutile d'insister sur le fait que ces abonnements se renouvellent surtout en septembre: à la fin des vacances.



### LES LECTEURS DU PHARE:

Enquête réalisée auprès de 10 personnes, dans la rue,  
à l'automne 79.

#### La population analysée:

Le répartition par sexe est égale

Le répartition par âge: -20 : 1

20-30: 3

31-40: 1

41-50: 3

+50 : 2

Population non-active: -20ans: 1

20-60 : 2

+ 60 : 1

Total : 4

Population active :Agriculture : 1

Pêche et Ostréi: 2

Ouvriers : 1

Fonctionnaires : 1

Pro. Libérales: 1

Origine: Natifs: 5

Résidents: 4

Extérieur: 1

#### Les habitudes d'achat:

- Ils sont tous acheteurs réguliers car un seul est  
abonné.

- Ils préfèrent l'achat pour: la rencontre (25%)

la proximité (20%)

Si 20% ne savent pas pourquoi ils achètent plutôt que de s'abonner, 15% disent que c'est pour avoir le journal plus vite.

On peut donc en conclure un fort intérêt convivial, lié à une localisation importante du journal.

- Il ressort de cette analyse un taux de 2,3 lecteurs par numéro acheté.

Les habitudes de lecture:

- 70% prétendent tout lire mais 42% ne regardent pas le Pub.
- 50% lisent les informations; 20% se contentent de leur ville.

Constatations plus étonnantes: 1 personne déclare lire les faits divers en priorité alors que l'analyse montre qu'il y en a très peu. 1 personne jette un simple coup d'oeil, se contentent des P. Annonces. 1 autre ne lit pas du tout l'information.

- 80% lisent régulièrement les annonces (10% ne lisent qu'elles et 10% les lisent en priorité).

20% les lisent parfois ou de temps en temps.

Persone ne semble différencier Petites Annonces et Annonces Légers.

1 personne inclut les P.A dans les "Services".

- 40% disent ne pas lire le Pub alors que 10% la jugent utile.

#### Comment ils voient leur journal:

- 4 personnes le trouvent complet; 3 lui reprochent d'être parfois incomplet; 1 pense qu'il ne reflète que des querelles de clocher.
- 4 personnes (pas les mêmes) le disent objectif; 2, le voient engagé; personne ne le trouve partisan.
- 6 le jugent clair; 3, confus (dont 1 pour les petites annonces et 1 pour qui il ne feut pas trop en demander). 1 personne trouve sa présentation bonne; 1, traditionnelle et 1 ancienne.
- 3 personnes sont plus ou moins satisfaites de l'illustration (alors qu'il n'y a pratiquement pas de photos et aucun dessin); 6, sont sans opinion; 1 seule personne trouve l'illustration pauvre.
- 4 personnes n'ont aucun reproche à lui faire; 3, lui reprochent des fautes (orthographe, laisser-aller); 1, se plaint des polémiques.
- 4 personnes n'ont aucun compliment particulier à faire au journal (dont 3 ne lui reprochent rien non plus). 3, sont sans opinion; 1 personne est satisfaite des informations; 1, de la "une" (services de garde) et de la "dernière" (P.A).

#### Autres sources d'information:

- Tous lisent, assez régulièrement, d'autres journaux. Ce sont des journaux de TV (4) ou spécialisés (agriculture: 1; loisirs: 4), peu d'informations (3).
- 3 ne lisent pas S.O; 3, rarement; 2, régulièrement.
- Le Phare est suffisant pour la Locale (1).

- Pour le reste de l'information (Région et plus), il y a la TV (3).
- 1 personne ne considère pas S.O comme un journal local.