

1971-1983

Le temps du succès

Comment donc relever ce défi de la diffusion? Pour Jean Gélamur, *Notre Temps*, comme aucun titre de la Bonne Presse avant lui, « conjugue les contenus avec les centres d'intérêt » personnel, familial et social des lecteurs. « Dans le croisement des interactivités, il y avait une adéquation complète des objectifs et du contenu. Tout cela s'engrenait magnifiquement. C'est extrêmement rare. » Encore fallait-il trouver le moyen de rencontrer le public recherché. Qui donc allait pouvoir mieux remarquer ces qualités exceptionnelles que les professionnels qu'étaient les caisses de retraite? Celles-ci, en effet, possédaient un atout primordial aux yeux de Bayard Presse : leurs fichiers d'adhérents simplifiaient à l'extrême la recherche d'abonnés, puisqu'ils ne contenaient, par définition, que des retraités.



Au cours du premier semestre 1971,
le nombre des abonnements
à *Notre Temps* progressa de

40%

Début 1972, le mensuel
Notre Temps diffuse

221 407

exemplaires.



Coopération avec les caisses de retraite

Des contacts, pris lors de la préparation du projet en 1967, avaient montré que beaucoup de caisses de retraite envisageaient de créer leur propre journal. Il valait mieux leur proposer de coopérer avec *Notre Temps*, quitte à ce qu'elles y ajoutent un certain nombre de pages en propre. C'était aussi une manière d'éviter la prolifération de publications concurrentes. Pour

l'automne 71, un plan de prospection est mis au point: 200 caisses doivent être démarchées en deux mois. Et le résultat ne se fait pas attendre. 9 000 abonnements pour ses allocataires, 32 000, 60 000, chacune des caisses de retraite intéressées souscrit selon son importance et la stabilité de *Notre Temps* s'en trouve d'autant confortée. Cette filière devient vite un filon: «*au cours du premier semestre 1971, le nombre des abonnements à Notre Temps progressa de 40%*». Début 1972, le mensuel *Notre Temps* diffuse plus de 220 000 exemplaires.

S'adresser au plus grand nombre

Mais ce succès, qui réjouit Bayard Presse, entraîne presque mécaniquement une rupture assez nette avec les mouvements d'Action catholique partenaires du début. L'équation est très simple : la coopération avec les caisses de retraite exige que *Notre Temps* soit un journal neutre. Comment, demandent alors les mouvements, cela peut-il être compatible avec les objectifs pastoraux affichés dans nos accords? « *La question de la pastorale sera reposée*, répond Robert Baguet. *Il faut que le comité d'orientation s'en saisisse.* » Paroles destinées d'abord à rassurer, mais qui mettent en lumière l'ambiguïté de départ qui n'a jamais été réglée. L'ambition de Bayard Presse a toujours été de s'adresser au plus grand nombre à travers *Notre Temps* et, peu à peu, les références explicitement catholiques sont devenues plus rares, notamment dans les campagnes de recrutement d'abonnés. La conviction de Roger Laviolle était que « *les valeurs et appels évangéliques sont à découvrir à même les réalités de la vie* ». Il croit aussi à « *l'imprégnation de la sensibilité, de l'inconscient par les sentiments, les façons*

de voir, les réflexes que peuvent transmettre ou éveiller des journalistes chrétiens dans les sujets les plus variés ».

En outre, dit-il, « *la promotion des personnes du troisième âge était une cause suffisante qui avait de quoi concerner et intéresser une maison catholique de presse* ».

Le constat de la rédactrice en chef de *Notre Temps*, Germaine Lacorre, pourtant elle-même issue d'un de ces mouvements, est plus brutal : « *Ce qui fit décoller Notre Temps, c'est la mise en kiosque et l'arrivée des caisses de retraite.* »



La promotion des personnes du troisième âge était une cause suffisante qui avait de quoi concerner et intéresser une maison catholique de presse.



1980
la diffusion
dépasse les
600 000
exemplaires.

Le bond en avant

Sans aller jusqu'à une conclusion aussi catégorique, la Maison de la Bonne Presse vient d'ailleurs de faire elle-même son « aggiornamento ». Sans rien renier de ses convictions et de ses fidélités à l'Église catholique, elle se décléricalise nettement et s'ouvre à des publics plus larges. Le 18 juin 1969, elle abandonne ce nom « qui pouvait se justifier à une autre époque dans un climat de luttes religieuses » et, « sans renier une longue tradition », Bayard Presse se veut « plus que jamais guidé par la promotion d'une presse catholique de qualité au service de ses lecteurs, de l'Église et de la Communauté des hommes ». Le projet de *Notre Temps* avait juste devancé un peu l'appel. Roger Laval persiste et signe : « Le lan-

cement de Notre Temps me semble bien le début d'une entreprise qui s'adresse à tous, et pas simplement aux milieux religieux, aux gens cultivés et aux enfants. »

Pour Yves Beccaria, interrogé en 1995 alors qu'il est président du Conseil de surveillance de Bayard Presse, c'est « l'acte le plus révolutionnaire de Bayard Presse dans ces décennies. »

Pour *Notre Temps*, la route est largement ouverte. C'est le grand bond en avant et, en 1980, la diffusion dépasse les 600 000 exemplaires. Il faut reprendre son souffle. L'équipe des fondateurs a passé la main avec la satisfaction d'avoir mis sur les rails un projet auquel bien peu croyaient vraiment au départ. L'idée même d'un magazine pour les retraités et les personnes âgées est définitivement acquise et le statut social de ces dernières a évolué très positivement, y compris grâce à des institutions comme l'INRAC ou la FNAR, émanations très directes du mouvement lancé par la création du magazine.



Skiez en Suisse à des prix français.

Comme toujours au Club, vous réglez avant le départ, en France Française, un prix forfaitaire qui comprend absolument tout le séjour: les parts d'équipement personnalisées, les dépenses à l'hôtel ou au chalet d'altitude, les divers, les remontées mécaniques, l'accès de ski pour diverses catégories, le yoga, le bridge, le night club, les spectacles... Faites vos comptes. C'est en fait en France, en Italie, en Autriche ou en Suisse, le Club c'est moins cher et c'est mieux. Allez à Wangen, Fontrenay, Leyn, Zand, St Moritz.

En Suisse avec le Club vous ne payez pas ou presque à Paris, à Rio, à Chicago, à Rome, 17, rue d'Haute, Place de la Bastille. De préférence, Hovos-Moygen.

Club Méditerranée
266.52.52.

Les débuts du papy-boom

Les retraités eux-même ont changé et la retraite à 60 ans, possible en 1983, va encore changer la donne. C'est le début du papy-

boom. Bien plus, le nombre croissant de pré-retraités contribue encore à rajeunir la population de ceux que *Notre Temps* peut intéresser. Il faut à la fois revisiter régulièrement la formule du journal et adapter les méthodes de recrutement. Plus jeunes et souvent pourvus de meilleures retraites, les nouveaux retraités n'ont plus les mêmes besoins que leurs aînés.

notre enquête

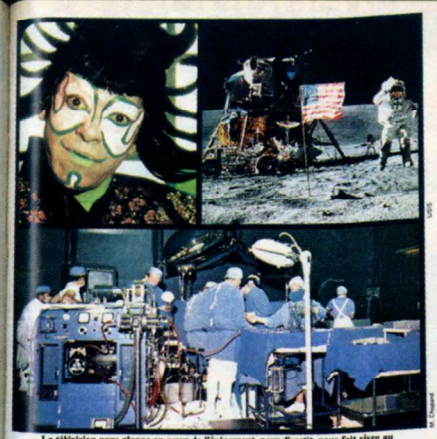
LES RETRAITÉS FACE AU PETIT ÉCRAN

EN 1946, il y avait en France 250 postes de télévision. Il aura donc suffi d'une génération pour que ce moyen privilégié de communication devienne un fait irréversible. Plus de 80 % des Français sont équipés d'un téléviseur. La moindre grève sur les antennes se transforme rapidement en affaire d'État. Alors, au moment où la télévision s'engage dans une nouvelle étape de son existence, il nous a semblé important de nous interroger sur l'attitude des retraités face au petit écran.

Le départ à la retraite est devenu, pour beaucoup, l'occasion de passer ou de repasser la position pour acheter le téléviseur qui jusque-là eût été manquant par... ; d'autres, pour le changer. A moins que ce cadeau ne soit offert par les collègues de travail ou les enfants. Quoi qu'il en soit, dans l'esprit de chacun, l'idée de retraite est étroitement liée à celle de loisirs et donc de télévision. Une enquête réalisée il y a quelques années par la SOFRES (1) auprès des personnes âgées de 55 à 75 ans confirme cette constatation. Interrogés sur leurs activités de loisirs, ces personnes placent en seconde position après le bricolage-jardinage-croquerie (46 %), mais tout bon, devant la lecture (24 %). L'activité radio-télévision (45 %) est probable que le phénomène s'a fait que s'accroît depuis. Les retraités regardent donc la télévision. Mais disposent-ils tous d'un récepteur? Bien que les chiffres évoluent sans cesse, on estime que les retraités sont moins équipés et, par ailleurs, ce sont ceux qui possèdent le plus de téléviseurs qui possèdent également la première chaîne. Il en existe encore près de 700.000. Ainsi, alors que les retraités représentent 18 % de la population française âgée de plus de 15 ans.

(1) Enquête SOFRES pour la Commission de la Sécurité (1981).

(2) Les statistiques que nous citons ne concernent que les plus de 65 ans.



La télévision nous plonge au cœur de l'événement, nous divertit, nous fait vivre au rythme des découvertes de notre temps.

La télévision est un fait auquel pour tout le monde. (2) On ne fourmille pas de 15 % des téléviseurs. Il faut donc se garder de penser que la télévision est un fait auquel pour tout le monde.

MOINS DE POSTES MAIS FIDÈLES AU POSTE

Ces quelques statistiques ne font pas de distinction entre les personnes de plus de 65 ans et les autres. Elles concernent l'ensemble de la population globale. Il est donc indispensable de compléter que les retraités ne forment pas une catégorie sociale homogène. Ils représentent deux générations. De plus, leur attitude face à la télévision est fort diverse selon leurs ressources, leur mode de vie antérieur, leurs habitudes de loisirs... Il n'existe pas une condition unique de retraite mais « des retraités » qui sont caractérisés au comportement particulier. Il y a des téléviseurs au comportement particulier. Il y a certaines caractéristiques qui leur sont propres et que nous essaierons de préciser, chaque fois qu'il nous sera possible de le faire, notamment en fonction des différentes tranches d'âge.

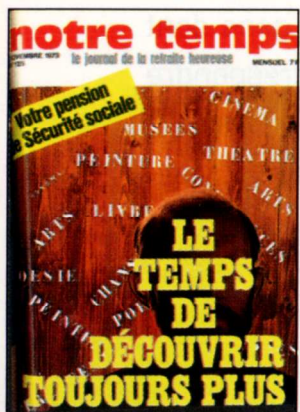
S'ils sont moins bien équipés, les retraités commencent par consacrer plus de temps à la télévision que les autres téléviseurs. Ce comportement est logique si l'on considère qu'ils disposent de plus de temps pour leurs loisirs. Il ressort d'un rapide sondage (voir notre encadré) réalisé par Notre

Le changement du sous-titre, ou base-line, de *Notre Temps*, est significatif des progrès accomplis : « Le journal de la retraite heureuse » devient simplement « Le journal de la retraite ».

Le rôle des grands-parents dans la vie familiale s'est accru et les relations entre générations deviennent un thème essentiel. La couverture du journal s'organise



TOUT, plus le confort, plus la qualité des prestations, plus notre joie de vous accompagner, c'est
VOTRE CROISIÈRE EN MÉDITERRANÉE
(avec escale sur les rives du Languedoc)



Notre Temps devient leader et se diversifie

En même temps, le magazine devient un véritable centre d'activités culturelles, commerciales et de loisir. En 79, une première croisière embarque moins de 200 passagers. Mais dès 86, il faut affréter des bateaux entièrement réservés par *Notre Temps*. Dans les années qui suivent, ce sont chaque année plus de

7 000 personnes qui découvrent ce nouveau loisir. En 83, ce fut encore le lancement de la Grande Fête de la Forme, une randonnée pédestre intergénérationnelle qui menait ses participants sur différents itinéraires entre Paris et Versailles.

Dans un tout autre genre, le lancement, en 1986, d'une collection de disques et cassettes, dont le premier titre s'appelle « Les plus belles chansons du siècle », connaît un grand succès. Même succès en 1987 pour les « Années Mémoire », en coédition avec

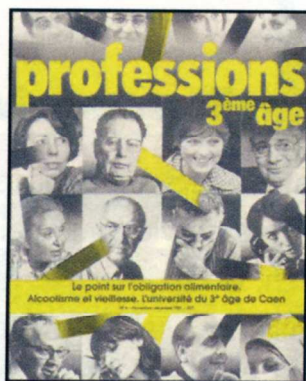
1980-2000

Les aléas de la diversification

Au début des années 80, l'allongement de la durée de la vie et l'arrivée de générations de retraités plus jeunes posent rapidement à *Notre Temps* un sérieux problème. On ne peut plus parler des personnes âgées comme d'un groupe homogène. On parle d'ailleurs désormais de seniors. Il faut distinguer deux générations différentes et bientôt trois, car de nouveaux problèmes apparaissent, liés au grand âge et à la dépendance. Le journal est contraint à une sorte de grand écart entre des groupes de lecteurs aux préoccupations devenues très différentes, qui n'ont plus en commun que le temps libre dont ils disposent.



Ce qu'on avait appelé un moment le « troisième âge » se diversifie très vite. Si l'on parle toujours de la retraite, le mot même de retraité est devenu dévalorisant. Place désormais aux seniors. On mesure, à travers l'évolution du vocabulaire, tout le chemin déjà parcouru.



Entourage, pour les professionnels et les bénévoles

La question de la dépendance est en effet devenue un problème social à part entière. La première initiative prise est donc la création, en 1980, de *Professions 3^e Age*. L'idée était de fournir des moyens de formation à tous les personnels médico-sociaux qui travaillaient avec les personnes dépendantes. La revue atteint 7 000 exemplaires, un chiffre significatif, mais pas le seuil de rentabilité, et sera arrêtée en 1983. Un autre essai sera tenté, en 1994, avec *Entourage*, publication bimestrielle qui s'adresse au même public, professionnel ou bénévole, mais aussi directement aux familles qui assistent des personnes dépendantes très âgées, vivant chez elles ou chez des proches. Grâce à l'ensemble des services qu'il apporte, ce journal connaît de bons débuts, atteignant 40 000 exemplaires, mais échoue au réabonnement. Le marqueur psychologique fort que représente la dépendance s'est avéré négatif et le magazine ne pouvait renvoyer une image favorable aux per-



sonnes entourant les malades, auxquelles il était d'abord destiné. En fait, *Entourage* était sans doute en avance sur son temps. Les besoins qu'il avait mis en évidence demeurent, mais les réponses à apporter ont dû être réimaginées sous d'autres formes, guides spécialisés ou même, en 2007, rubriques à l'intérieur même de *Notre Temps*. *Entourage* est arrêté en 2000.

Bel Age, pour les plus âgés

Avec *Bel Age*, c'est une autre idée qui est mise en œuvre en 1999, sur le modèle du magazine *Yours*, que Bayard détient en Angleterre conjointement avec l'éditeur britannique EMAP. Il s'agit de réaliser un magazine adapté de *Notre Temps*, mais s'adressant aux plus âgés. C'est un moment où le mensuel éprouve le besoin de se rajeunir un peu, en fonction de la concurrence qu'il rencontre désormais sur le marché senior,

sonnes entourant les malades, auxquelles il était d'abord destiné. En fait, *Entourage* était sans doute en avance sur son temps. Les besoins qu'il avait mis en évidence demeurent, mais les réponses à apporter ont dû être réimaginées sous d'autres formes, guides spécialisés ou même, en 2007, rubriques à l'intérieur même de *Notre Temps*. *Entourage* est arrêté en 2000.



uniquement tournée vers le segment le plus jeune. *Bel Age* démarre très bien, atteint les 100 000 exemplaires, mais la publicité ne suit pas : ses lecteurs, plus âgés, ont en effet un revenu inférieur à la moyenne des seniors. *Bel Age* est arrêté en 2001.

Mais les diversifications de *Notre Temps* ne s'arrêtent pas là. Un supplément, *Notre Temps Rural*, sera, plusieurs années durant, inséré dans le magazine pour les abonnés concernés. En 91 et 92, deux suppléments régionaux, Nord-Pas-de-Calais d'abord, puis Rhône-Alpes un an plus tard, sont insérés de la même façon, constituant une sorte d'édition régionale du magazine.

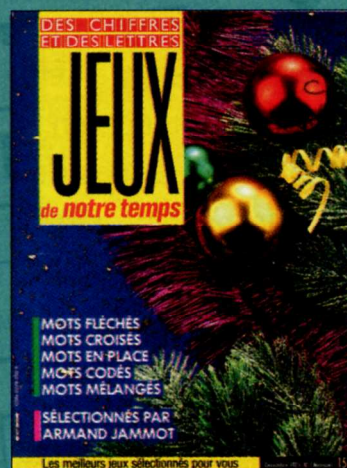
Vermeil, pour vivre sa foi

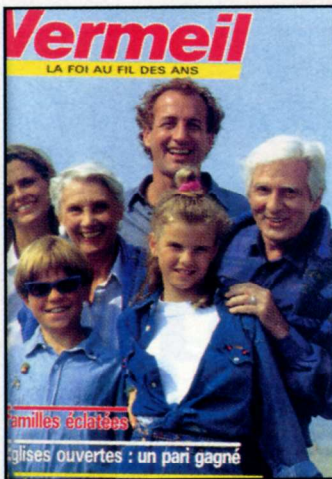
Tentant de décliner dans tous les domaines l'esprit de service qui était au cœur de sa création, *Notre Temps* devait fatalement retrouver un de ses questionnements de départ, la dimension pastorale et religieuse. « Dès décembre 1969, raconte Olivier Calon, la direction de *Notre Temps* était consciente que le magazine ne répondait pas aux attentes spirituelles du public des retraités catholiques soucieux de vivre leur foi aussi à travers le journal. » Elle avait créé dans ce but un complément ronéoté, une feuille tirée à 15 000 exemplaires et adressée gratuitement à 3 000 lecteurs chargés de la diffuser. Mais cela ne dura pas. Le P. René Berthier, directeur du Centre national de l'Enseigne-

Jeux de Notre Temps, distraire et apprendre

Mais l'initiative la plus réussie a vu le jour en 1985. On constate alors que la majorité des fidèles de la célèbre émission télévisée *Des Chiffres et des Lettres* ont plus de 60 ans. Le producteur de l'émission, Armand Jammot, va donc s'associer avec *Notre Temps* pour produire un hors série qui connaît un tel succès que naît, dans la foulée, le mensuel *Les Jeux de Notre Temps*. Cinq ans après, le journal doit s'adapter pour répondre aux nouvelles exigences légales

concernant l'attribution de la commission paritaire et bénéficiaire des avantages, postaux notamment, de la presse. Il a un tiers de jeux en moins, et, en plus, des pages rédactionnelles touchant aux loisirs, à l'histoire, au tourisme, à l'humour ou au terroir. Les lecteurs suivent





ment religieux (CNER), qui avait participé au lancement de *Notre Temps*, avait fini par créer, en 1982 le mensuel *Vermeil*, qui s'adressait au public des retraités catholiques. Bayard Presse racheta le titre en 84, évitant de laisser se développer un concurrent direct et trouvant une manière de lever l'hypothèque que faisait toujours peser sur ses relations avec l'église la neutralité voulue de *Notre Temps*.

La personnalité du P. Jean Debruyne,

rédacteur en chef délégué, va marquer profondément le journal et ses lecteurs. *Vermeil* dépasse les 50 000 lecteurs en 1989. Mais en 98, une tentative d'aménagement du journal dans une société laïcisée est un rude échec puisque *Vermeil*, devenu *Plein Jour*, y perd un tiers de son public. L'évolution de la société française et le vieillissement de ses lecteurs (qui sont massivement des lectrices) expliquent la difficulté à enrayer la baisse de diffusion, et ce en dépit du retour du P. Debruyne. En 2007, *Vermeil* est arrêté et devient un supplément de douze pages, inséré au centre de *Notre Temps* pour qui s'y abonne (pour un euro de plus). 12 000 personnes bénéficient de cette formule en 2008.

et le magazine dépasse les 120 000 exemplaires en 1994. Quelques années plus tard, le parrainage de l'émission télévisée est dénoué, car il comprend le versement d'importantes royalties qui pèsent lourdement sur sa rentabilité.

Les Jeux de Notre Temps poursuivent l'aventure seuls et conservent le double souci de distraire et d'apprendre. Outre l'offre destinée à satisfaire le besoin de jouer, le magazine contribue aussi à stimuler la mémoire des seniors.

