

# Les Gratuits

(synthèse)

Enquête réalisée dans le cadre du **Magistère de Sciences Sociales Appliquées**  
de l'Université de Paris 5-Sorbonne (directeur : Dominique Desjeux)

Tutorat : Nicolas Hossard

Etude réalisée par Marion Charpenel, Florence Debret, Hélène Jousset, Juliette  
Mailly, Anne-Claire Mangel, étudiantes de deuxième année du Magistère

# **Caractériser l'objet, les acteurs et les contextes**

## **Définition des « gratuits »**

- **48** objets cités (voir tableau ci-dessous)
- **7** catégories de contenus :
  - les journaux nationaux d'information générale,
  - les journaux nationaux d'information spécialisée,
  - les journaux locaux d'information générale,
  - les journaux locaux d'information spécialisée,
  - les journaux de petites annonces,
  - les magazines ou prospectus à vocation commerciale,
  - les échantillons de produits.
- **3** principales fonctions : informer, mettre en relation les individus, vendre

→ **1** Définition : Support matériel de communication qu'on ne paie pas.

- tous les objets cités ont une consistance **matérielle** : ils sont soit des journaux, soit des magazines, soit des prospectus, soit des échantillons de produits divers. Aucun de nos enquêtés n'a mis sous l'appellation « les gratuits » des événements gratuits comme la Journée du patrimoine, la Nuit Blanche ou encore Paris-plage ;

- tous les objets cités sont des **supports de communication** : chacun de ces objets sert à faire passer un message ou une information entre un émetteur ( producteur) et un récepteur (consommateur).

- enfin, tous les objets cités ont été obtenus par nos enquêtés **sans qu'ils n'aient eu besoin de donner de l'argent.**

Existence d' « **objets frontière** » : objets sujets à des litiges quant à leur classification dans le groupe des gratuits.

## **La rencontre d'un acteur et d'une situation mise en forme par les producteurs et distributeurs de gratuits**

Les gratuits sont partout (voir les schémas suivants) :

- chez soi
- dans la rue
- dans les transports
- sur le lieu de travail ou à l'école
- dans les lieux de communication

➔ Les gratuits sont des « **objets quotidiens** » :

Objets « que nous ne voyons souvent même plus, tant ils sont entrés dans nos pratiques de vie ordinaire, tant ils se glissent dans nos gestes les plus anodins, tant ils semblent solidaires et presque en communion avec l'univers qui nous entoure » (qu'Andréa Semprini dans *L'objet comme procès et comme action*)

Il en découle une pratique à caractère routinier : « *Le journal vient à moi, ce n'est pas moi qui vient à lui.* » (Rodrigue, 40 ans)

Néanmoins, il ressort des entretiens, une liberté de choix affirmée.

*1<sup>er</sup> lieu : Chez soi*

« Alors il y a un Montlhéry Info que l'on reçoit tous les mois dans la boîte aux lettres »  
(Simon, 75 ans)



**Distribués dans  
la boîte aux  
lettres**

**Arrivés  
par Internet**

« Je suis abonnée à 20  
Minutes sur Internet.  
Tous les matins, je reçois  
20 Minutes sur ma boîte  
e-mail. » (Cécile, 24 ans)

**CHEZ SOI**

**Rapportés  
par un proche**



**Dans les  
magazines**

« Il y a aussi les échantillons de produits  
de beauté qu'il y a dans les magazines »  
(Colette, 50 ans)

« C'est papa qui les ramène. Ils sont dans la cuisine le matin  
quand je descends prendre mon petit déjeuner. » (Thibault,  
15 ans)



2<sup>ème</sup> lieu : Dans la rue



Sur des présentoirs devant des boutiques (coiffeurs, boulangeries, agences immobilières)

« C'est souvent dehors pour les journaux immobiliers, sur le trottoir près de commerces, près d'une pâtisserie, d'un coiffeur ou des escaliers du métro, ils sont juste à côté, on peut se servir comme on veut, y'a pas de problème. » (Clara, 26 ans)

Distribués au hasard d'une rue

DANS LA RUE

Trouvés par terre



3<sup>ème</sup> lieu : Dans les transports

« Le gratuit que je rencontre principalement c'est Métro tout simplement parce qu'il est distribué à la station de métro d'à côté » (Christian, 35 ans)



Dans les gares  
(distribués ou  
dans un  
présentoir)

Abandonnés  
sur le siège  
dans un métro  
ou un RER



**DANS LES  
TRANSPORTS**

Sur le  
pare-brise de  
sa voiture

Distribués  
dans l'avion  
ou dans le  
train



« J'en trouve souvent dans le métro, j'en récupère sur les sièges ou sur les poubelles...ils traînent partout. » (Daniel, 32 ans)

4<sup>ème</sup> lieu : Sur le lieu de travail (ou à l'école)

« À la fac, Métro était distribué aussi » (Alice, 21 ans)



Distribués  
devant la Fac  
ou devant le  
lycée

Rapportés par un  
collègue

« Maintenant je le  
prends en arrivant  
au boulot. En fait,  
les collègues me le  
posent à un endroit  
stratégique. »  
(Daniel, 32 ans)

« C'était souvent la secrétaire qui prenait  
au moins une dizaine d'exemplaires de  
20 Minutes et qui, en arrivant au travail,  
les distribuait sur les bureaux des  
secrétaires, des stagiaires, moi j'étais  
stagiaire. » (Line, 22 ans)

SUR LE LIEU  
DE TRAVAIL

Arrivés par la  
Poste

« Et puis sinon  
au bureau on  
reçoit le 20  
Minutes par La  
Poste. » (Cécile,  
24 ans)

Abandonnés à  
la Fac ou au  
lycée



« Parfois moi aussi je les trouve par terre dans le lycée. Dans  
les salles de classe. » (Thibault, 15 ans)

5<sup>ème</sup> lieu : Dans les boutiques ou les restaurants (En consommant)



Sur des  
présentoirs  
dans les bars

Sur des  
présentoirs  
dans les  
magasins

DANS LES  
BOUTIQUES ET  
RESTAURANTS

Sur des  
présentoirs dans  
les Mc Donalds



« Il y en avait pas mal d'autres du style, quand tu vas au McDo, t'as des trucs du style Ciné Hebdo... » (Cédric, 24 ans)

## **La dimension « volontaire de la pratique »**

Existence d'une opération de sélection entre les différents gratuits :

- **Ne prendre ou ne pas le prendre** : « *Il y a A nous Paris. Il paraît qu'il est très bien, mais je ne le lis jamais, je ne sais absolument pas pourquoi, je sais qu'il y a plein de trucs biens dedans, mais je ne sais pas pourquoi je ne le prends jamais. Pourtant, je le croise souvent dans le métro. 20 Minutes, oui, à chaque fois je le prends, mais c'est rare quand je croise le présentoir plein, mais s'il est plein à chaque fois je le prends. Alors que Métro je le prends moins.* » (Cécile, 24 ans)
- **Faire un détour pour le prendre** : « *Quand vous m'avez vu, je venais de prendre 20 Minutes et je me dépêchais d'aller prendre Métro, devant le café, rue Didot. Et même si je le trouve pas là-bas, parce que des fois, il n'y est pas, ou j'arrive déjà, il est épuisé, je sais pas pourquoi, je vais à Montparnasse le chercher. Parce que là-bas, il y en a des grands stocks, heureusement d'ailleurs, vu le passage.* » (Maurice, 55 ans)
- **Se protéger des gratuits entrés « par effraction »** : « *Il y a Auto revue [elle vient de le récupérer dans le courrier et me le montre], le truc de la Matmut ou je sais pas quoi. Tu vois c'est le magazine, je le prends de ma boîte aux lettres, je ne le déballe même pas, je le mets direct à la poubelle parce que j'en ai rien à foutre d'un magazine sur l'automobile.* » (Cécile, 24 ans)

Comprendre les « raisons d'agir » des acteurs : Quelles sont les motivations des acteurs dans leur pratique des gratuits ?

### **3 logiques d'action :**

- **Rechercher le plaisir**
- **Maîtriser le temps**
- **Créer du lien social**

# ***Rechercher le plaisir***

## ***Le plaisir émane de l'utilisation ?***

Une présentation satisfaisante

- graphisme : couleurs, images, photos
- support : papier glacé, format
- mise en forme : feuilles agrafées

Un contenu qui satisfait :

- test de crème, parfum, produits alimentaires
- information claire, simple, neutre politiquement

## ***Comment la gratuité intervient comme critère de plaisir ?***

- un frein : si l'objet offert n'est pas en accord avec les désirs de la personne, si n'est pas issu d'une démarche personnelle, si signifie mauvaise qualité, ou si il y a le sentiment d'une manipulation financière

- une porte ouverte au plaisir : aubaine de consommer sans payer, importance de l'imprévisibilité

- un facteur extérieur : le contenu est le plus important, les enquêtés sont prêts à payer pour le gratuit, produit de qualité

- gratuité, réalité ou illusion ? Le paiement est en fait indirect (impôts locaux, fidélité à l'enseigne récompensée par des cadeaux, temps de cerveau disponible ou merchandising.

## ***Plaisir qui découle d'une appropriation de l'objet : usages secondaires***

- usage secondaire du contenu : le carnet d'adresse, le livre de cuisine

- usage secondaires du support : travaux domestiques

- utilités croisées du contenu et du support : objet de collection

# ***Maîtriser le temps***

## **Un besoin contrarié**

### **Un besoin d'information**

- être informé à tout moment de la journée.
- éviter l'omission d'information.
- sentiment d'être en prise avec une information exhaustive

### **L' « homme pressé ».**

- manque de temps au quotidien
- manque de temps pour lire

➔ Recherche d'une information concise et rapide (flash infos télé et radio par exemple)

## **Les gratuits d'information : une réponse plus ou moins satisfaisante**

### **Objet qui vient à nous : un gain de temps initial**

➔ De par sa caractéristique d'objet « qui est déjà là », le gratuit permet d'éviter un certain nombre d'efforts, donnant ainsi l'impression d'acquisition et de possession rapide.

### **Une lecture facile et rapide**

- En quelques minutes ...
- Une information concise
- Se repérer rapidement à l'intérieur même du journal
- Une impression de vue d'ensemble sur l'information

## **Les gratuits, une façon de maîtriser le temps ?**

### **Création d'un moment particulier ?**

- Ne pas prendre le temps de le lire
- Le gratuit utilisé pour faire passer le temps

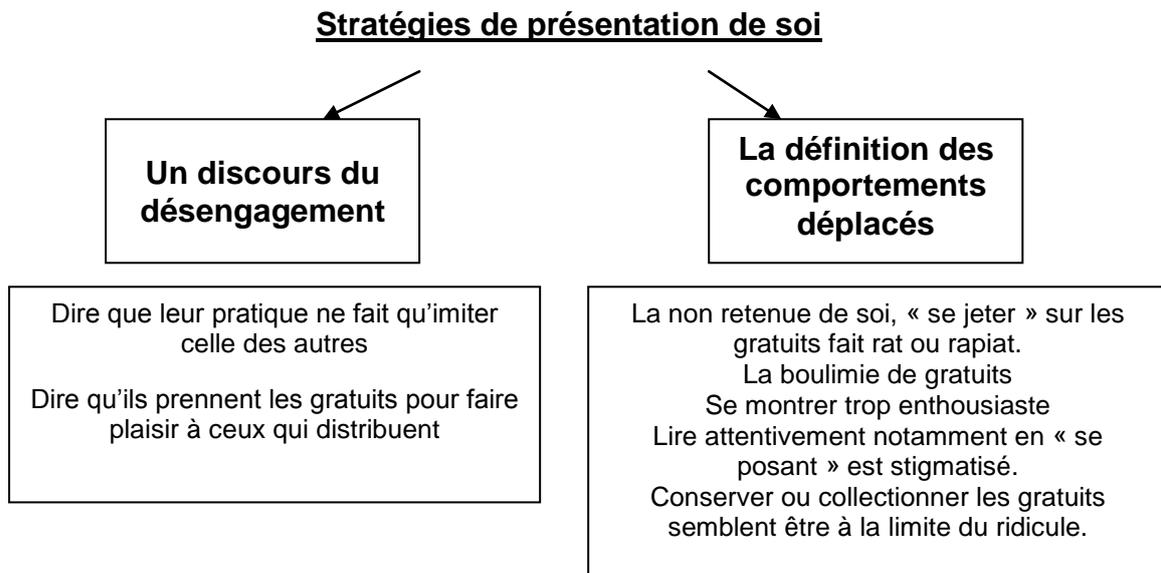
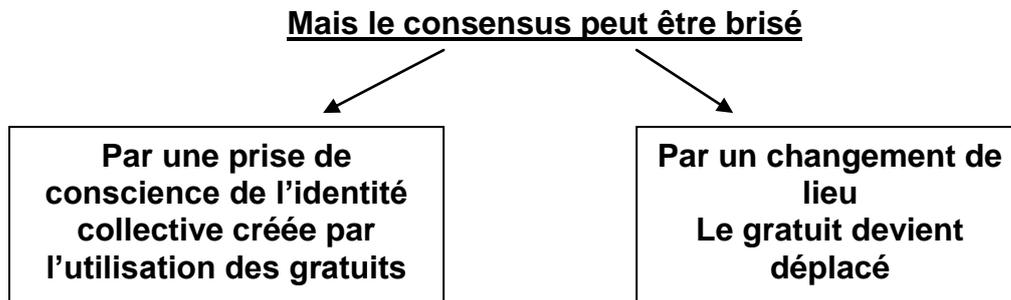
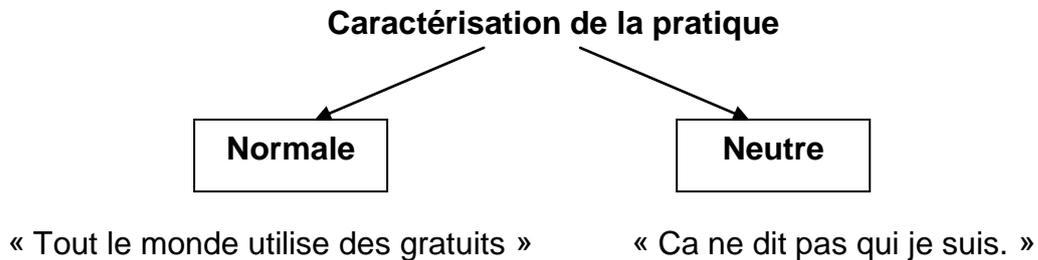
➔ Si l'enquêté voit la lecture du payant comme un moment à part entière qui existe de par et pour lui-même, il considère celle du gratuit davantage comme un moment n'ayant pas été impulsé dans le but spécifique de lire.

### **Association à une autre activité ?**

➔ L'utilisation du gratuit procède davantage par combinaison de pratique plus que par substitution. Ceci donne l'impression à l'enquêté de démultiplier considérablement ce sentiment de maîtrise du temps en lui permettant de traiter plusieurs choses en même temps.

# ***Entretenir et créer du lien social***

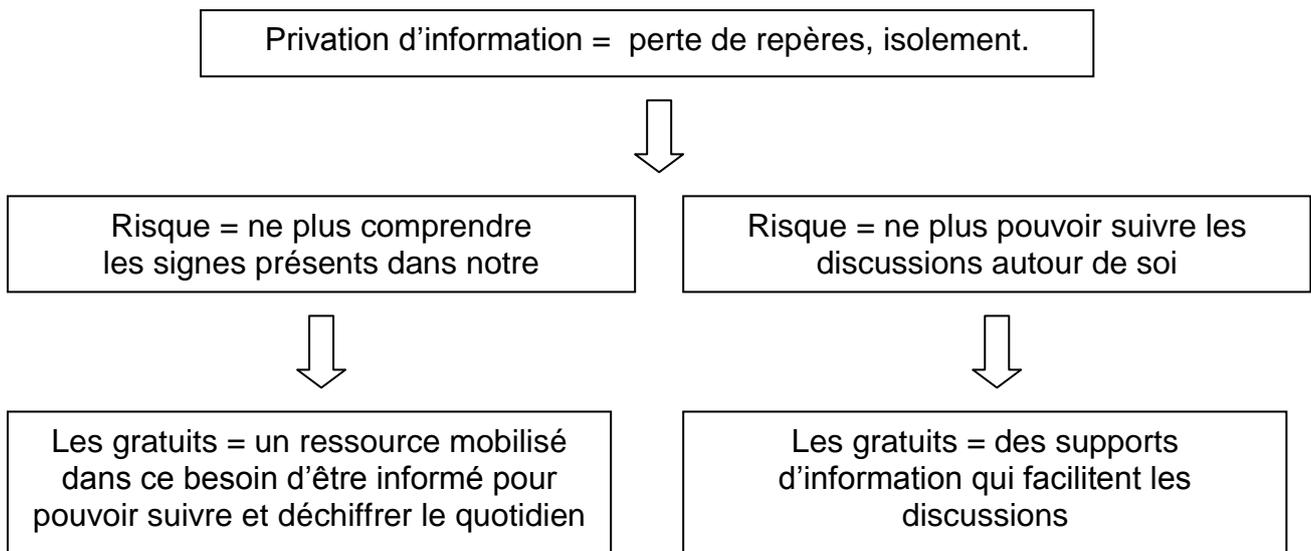
## **L'utilisation dans gratuits fait l'objet d'un consensus.**



⇒ Cet objet de peu de valeur ne doit surtout pas être associé à soi, car il risque de détériorer l'image qu'on veut donner de soi.

Comment un objet a priori dégradé peut servir de moyen d'intégration sociale et aussi de ressort stratégique dans les relations sociales ?

## La valeur intégratrice des gratuits



## Les utilisations stratégiques des gratuits

**Entretenir et renforcer le lien social par le don, l'échange ou la parole échangée sur les gratuits**

Dans le couple  
Au sein du couple  
Dans les relations de travail

⇒ Les gratuits donnent corps à des relations existantes entre proches ou plus formelles, mais leur circulation est aussi stratégique car elle renforce certains liens et en affaiblit d'autres.

