

LE [VASTE] DÉBAT DE LA RÉMUNÉRATION DES BLOGUEURS

LE 23 AVRIL 2011 BENOIT RAPHAËL

Au Huffington, les blogueurs se liguent pour être payés. En France, un peu partout, la question est soulevée. Au milieu des débats, Benoît Raphaël propose son analyse.

Quand les blogueurs du Huffington Post ont appris au début de l'année que **le petit prodige des sites d'informations US avait été vendu 315M\$**, leur première réaction a été : et nous ? La semaine dernière, certains d'entre eux se sont rassemblés autour du blogueur activiste **Jonathan Tasini** [EN] pour poursuivre le Huffington Post. Ils réclament 105M\$. Justification : les 9.000 personnes qui ont écrit des tribunes sur le site n'ont jamais été payées. Ils accusent : *"Nous avons été transformés en esclaves modernes dans la plantation de Mme Arianna Huffington"*.

Dans le Monde, Xavier Ternisien **signe une enquête plutôt équilibrée à travers laquelle il évoque un début de "révolte" chez certains blogueurs** (cet article est payant, pas simple pour fluidifier le débat sur la toile...). Xavier cite le blogueur Hugues Seraf qui a quitté le site d'infos Rue 89, faute d'être payé :

“

Bloguant à titre gracieux pour le site d'information depuis trois ans, il a demandé au rédacteur en chef, Pascal Riché, d'être payé en piges. En retour, il s'est vu proposer « une gratification nette de 200 euros par mois ». Une misère. « Je produis au minimum autant qu'un journaliste de la rédaction et mes papiers sont autant lus », argumente-t-il.

”

La réponse des responsables de ces médias est systématiquement la même. Pascal Riché distingue l'info du commentaire :

“

Tout ce qui est journalistique, on le paye. Tout ce qui est commentaires, on ne le paye pas, pas plus que les journaux ne payent pour les tribunes qu'ils publient. Si l'on pouvait rémunérer les blogueurs, ce serait mieux, mais nous sommes une jeune société qui ne peut se le permettre. On leur offre de la visibilité...

”

Le Huffington Post est plus radical : une plateforme de blogs, c'est comme un plateau TV.

“

Nos blogueurs utilisent notre plateforme pour être connectés et faire en sorte que leur travail soit vu par le plus de gens possible. C'est pour la même raison que les gens vont sur les plateaux TV : pour promouvoir leurs points de vue et leurs idées.

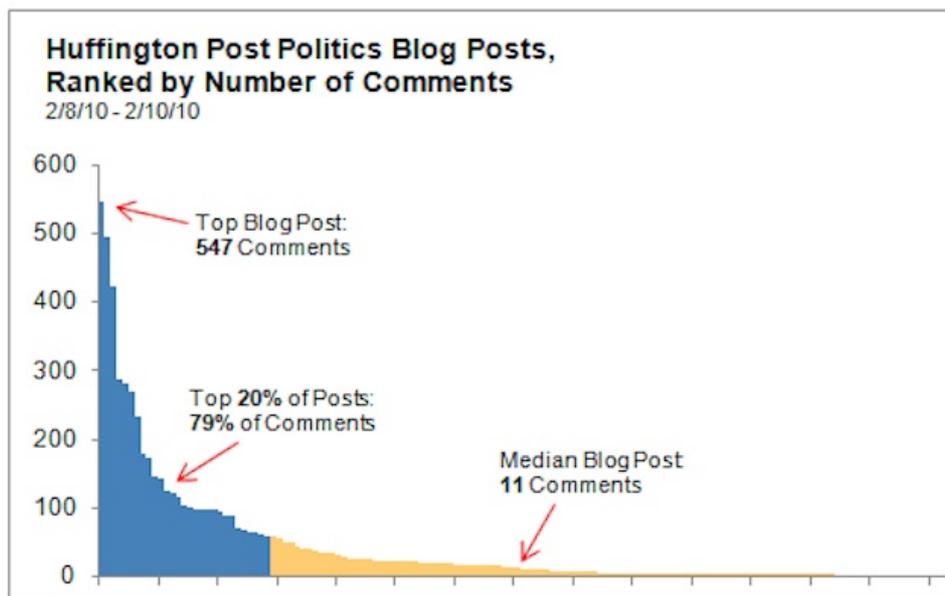


Alors, qui a raison ?

Deux nuances, tout d'abord :

Le Huffington Post n'a jamais promis d'argent à ses blogueurs. Ils y sont donc allés de leur plein gré. La question du paiement est venue après. Ce qui ne veut pas dire qu'elle n'est pas légitime, seulement que la motivation de départ était bien la visibilité. Le phénomène n'est pas né avec le Net. Certains chroniqueurs radios sont payés (ou pas) au lance-pierre, selon leur notoriété. Pourquoi ? Parce que la radio leur apporte de la visibilité.

Ensuite, l'apport des blogueurs ne constitue qu'une part minoritaire du trafic et de la conversation amenés sur le Huffington Post, qui tourne aujourd'hui avec une centaine de journalistes, dont une dizaine d'investigation. **Nate Silver du New York Times en fait la démonstration** [EN] : sur la seule section politique (15% de l'audience du site), les blogueurs apportent autant de contenus que les journalistes, mais génèrent 20 fois moins de commentaires. 80% des commentaires sur les blogs sont d'ailleurs apportés par seulement 20% d'entre eux. La fameuse règle des 80/20.



Affirmer que l'on va payer tous les contributeurs d'un média ou d'une rubrique participative n'a pas de sens. Il y a même des risques :

On risque en premier lieu de briser la dynamique et le naturel de la conversation, qui fait partie de l'ADN du Net (comme de la radio), en la faisant entrer dans un système de rémunération systématique.

Le problème d'ailleurs, ce n'est pas de savoir s'il faut payer une tribune ou pas. Le problème c'est quand ces contributions deviennent régulières... On passe de la tribune à la chronique. Là, il faut penser à payer. Mais avec un autre risque : celui de basculer dans le "piège" des fermes à contenus ("**content farm**"). La vertu du participatif, c'est d'être capable d'apporter de la proximité et des contenus de niche. Il faut donc beaucoup de volume. Et pour avoir beaucoup de volume il faut payer les contenus moins chers, commandés à des experts ou passionnés, non-journalistes, plus pertinents, mais avec qui on sera moins rigoureux. C'est un système assez proche de celui des correspondants locaux de presse. Qui a ses vertus (le membre du club de foot qui couvre les matchs de son village n'est pas un journaliste et ne le souhaite pas), mais aussi ses dérives (c'est souvent un moyen déguisé pour ne pas payer de piges à de jeunes débutants).

Il faut donc avancer au cas par cas, sans tomber dans la systématisation, encore moins dans la création d'un statut. Car le but du participatif est d'aller chercher de la richesse et de diversifier la prise de parole par les non-journalistes.

Les médias en ligne s'appuient sur leurs contributeurs et blogueurs pour créer de la valeur, il me paraît logique de redistribuer cette valeur. Dans ce calcul, il faut prendre en compte plusieurs éléments :

Il y a quand même un paiement en visibilité, qu'on ne peut pas écarter, et qui doit pouvoir faire varier les tarifs en fonction de la puissance du média.

Faire participer des blogueurs ou des chroniqueurs occasionnels demande un encadrement par une équipe de journalistes (pour éditer, mais surtout vérifier les informations): ce travail prend entre 15mn et 1h par post [NDLR : chez OWNi il s'agit plutôt d'une heure voire plus]. Il faut donc tenir compte de ce coût dans la redistribution.

Tous les blogueurs ne génèrent pas la même valeur , c'est la règle des 80/20 : il faut indexer la redistribution sur le "succès" de l'article (à chacun de définir son critère : nombre de reprises sur les réseaux sociaux, trafic, pub, commentaires...).

Il faut tenir compte de l'économie du Net, peu généreuse avec les médias en ligne, et ne pas s'aligner sur celle de la presse papier. Il faut plutôt opter pour le partage de revenus, qui peut être assorti d'un minimum garanti en fonction de l'engagement demandé au contributeur.

Cependant, on peut combiner toutes ces valeurs : partage de revenus sur le web (variable), apport de notoriété (moins cher), re-publication sur un support papier (plus cher) etc.

Le tout est de proposer un système souple, mais transparent et juste. Forcément indexé, forcément nuancé. Dans un modèle en pleine mutation, où le participatif est en train de prendre une place croissante, il faut évidemment sortir du tout gratuit, hypocrite et peu efficace. Il faut certes avancer prudemment, l'économie de la presse en ligne étant fragile, mais avancer quand même.

> Article publié initialement sur **La Social News Room** sous le titre **Faut-il payer les blogueurs ?**

> Illustrations Flickr CC **Lisa Brewster**

SPG

le 23 avril 2011 - 12:00 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Le fond de tout ça, c'est simplement la limite du "personal branding": la visibilité ne paye pas le loyer. Or, c'est cette logique de notoriété à dessein qui est souvent derrière les contributions à ce type de plateforme, comme Rue 89 ou le Huff. Nombreux sont les journalistes qui ne peuvent plus vivre de leur métier, qui biberonnent dans d'autres sphères pour vivre et espèrent, via les blogs, faire remonter la part journalistique, même si elle est du type chronique, dans leur revenu. Voir d'être repéré par une rédaction pour le sérieux de sa production gratuite. Mais la bataille est rude en 2011: jeunes étudiants sortis des formations de journaliste web, journalistes épuisés, placardés ou remisés sont légions...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

VINCENT VERSCHOORE

le 23 avril 2011 - 16:34 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Il y a un débat sur le site de Guy Birenbaum sur le même sujet:
<http://guybirenbaum.com/20110422/faut-il-payer-les-blogueurs-et-combien/#more-7646>*

La question de la rémunération des blogueurs n'est-elle pas un peu la même que la question du bénévolat associatif? Je connais un peu le sujet, et le fait de passer de bénévole à salarié d'une asso change fondamentalement la posture de la personne vis-à-vis de l'asso.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

VOGELSONG

le 24 avril 2011 - 11:01 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Le vrai problème est l'utilisation par des sites d'informations à buts lucratifs (publicité, abonnements, support papier payant,...), de contenus gratuits, gratifiés aux auteurs en accolades, sourires et cacahuètes...

Vivre de son blog est un mauvais sujet. Par contre, valoriser un contenu est crucial. Par principe.

Autre problème. On reprend l'exemple de Rue 89 en boucle. Alors qu'il s'agit aujourd'hui d'un problème journalistico-journalistique. Il y a des dizaines de cas de reprises gratuites sur le net, d'internautes citoyens non encartés. Il serait temps de s'y intéresser un peu plus...



VOUS AIMEZ  0VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

KOKOMINUTMAN

le 24 avril 2011 - 14:12 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bon article, qui pose bien les problèmes soulevés par cette révolte contre Huffington.

Deux problèmes oubliés, me semble-t-il. Deux faces d'une même évolution en cours.

L'importance réelle et le sentiment d'importance des blogueurs révèle, on dirait bien, un changement de statut de la presse. D'activité, le blog deviendrait métier, incarné par un salaire, générant à terme un statut qui ne saurait être très différent de celui du journaliste, ce qui promet une déstabilisation des "vrais" journalistes à cartes "officielles".

Sur le plan légitimité, il n'y a pas si longtemps un blogueur n'aurait jamais osé demander, et on ne lui aurait jamais proposé une rémunération. Le blog capte aujourd'hui l'incarnation de la légitimité d'un corps de métier, le salaire. Quelle légitimité reste-t-il au journalisme estampillé, le niveau de salaire marquant une différence seulement quantitative ?...

VOUS AIMEZ  0VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

GUILLAUMEL

le 25 avril 2011 - 15:52 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Cet article est très intéressant.

Cependant, j'observe que certains internautes, dont je suis, souhaitent publier gratuitement et librement des informations, ou des documents, des liens, évoquer tel ou tel problème sur tel ou tel sujet... Ils n'attendent rien en retour. Je considère mon blog comme un bloc sur lequel je note et qui me permet de retrouver des informations et d'échanger avec des collègues, étudiants... Certains articles sont plus construits que d'autres, il y a des reprises, des listes de liens, des tutos... Rien de fantastique, juste une somme de notes.

Je ne considère donc pas, comme vous, que le "tout gratuit", soit "hypocrite et peu efficace" (ce qui ne vous empêche pas au passage de reprendre gratuitement une photo de Flickr – lol). D'ailleurs, il n'existe pas ce tout gratuit. Le temps que je passe, je pourrais le consacrer à autre chose. J'ai dû acheter un ordinateur et du matériel photo... Je paye un hébergement, un nom de domaine... Ce faisant, à travers mon modeste blog, je communique, ou j'essaie de communiquer quelques informations et cela semble intéresser quelques lecteurs. Et je le fais gratuitement. En cela, je participe au foisonnement d'Internet et à cette immense diversité et pluralité qui fait tout l'intérêt du réseau. Le contraire, c'est le Minitel. On a vu ce qu'il est devenu.

Ancien journaliste, je ne crois pas à la presse payante en ligne. Internet n'est pas fait pour cela. Les tablettes, oui, peut être, selon le contenu... Le papier, c'est évident (encore que 20 minutes...).

Je pense que l'avenir de la presse est au journal (numérique ou papier) avec du contenu solide en conjonction avec des sites web où l'information est plus légère, plus vive, plus réactive, secondée par les outils multimédias (vidéos, photos, cartes, infographies...). Le véritable problème n'est effectivement pas la gratuité ou le salaire, mais la qualité de l'information. Je supporte facilement sur OWN1, par exemple, de lire des articles longs, puisqu'ils sont souvent passionnants et toujours gratuits ! Sur les sites web des journaux traditionnels, où les informations sont trop souvent de vagues dépêches AFP diluées et augmentées de commentaires stériles (pour ne pas dire déb...), c'est insupportable. Je n' imagine pas payer pour cela.

VOUS AIMEZ  0VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Eh bien oui, je vais bloguer pour le Huffington Post. Malgré tout. Et voici pourquoi. | Marie-Claude Ducas le 8 février 2012 - 14:23

[...] Tout cela a quand même contribué à faire ressortir des choses intéressantes ici. Par exemple, les collaborateurs d'Urbana sont bénévoles, en ligne comme en imprimé. C'est aussi le cas au site web Le Globe, où on souligne quand même qu'on a comme but ultime de rémunérer les blogueurs un jour... Mais y arriveront-ils ? Et si jamais ils le font en se vendant à une plus grande entreprise, se feront-ils clouer au pilori ? Combien d'argent les blogueurs réclameront-ils ? Entre temps, Voir a mis sur pied un programme de rémunération des blogueurs sur la base des revenus générés, puis a recruté une

série de nouveaux blogueurs. Côté rémunération, on est loin du pactole. Mais, comme l'écrivait Simon Jodoin, « c'est un principe, un point de départ ». Bravo pour ça : voilà une amélioration tangible dans le paysage médiatique. Mais, on le voit, il n'y a pas de réponse simple, pas plus ici qu'ailleurs dans le monde. [...]