

# MÉDIAS TRADIS: LE VRAI DÉFI EST PLUS INTERNET QUE LA GRATUITÉ

LE 23 JUILLET 2009 ERIC SCHERER

La bouée de l'été, dans les médias, c'est le retour du payant sur Internet, notamment pour les journaux. Mais le vrai problème n'est probablement pas tant la concurrence de la gratuité, que la concurrence de l'Internet lui même, de son innovation permanente, et des nouveaux usages d'un public qui en raffole. La publicité évaporée n'étant pas prête [...]

La bouée de l'été, dans les médias, c'est le retour du payant sur Internet, notamment pour les journaux.

Mais le vrai problème n'est probablement pas tant la concurrence de la gratuité, que la concurrence de l'Internet lui même, de son innovation permanente, et des nouveaux usages d'un public qui en raffole.

La **publicité évaporée** n'étant pas prête de revenir et la migration vers l'Internet s'accéléralant, la presse écrite, aux abois, tente, en Amérique comme en Europe, de bâtir des fortifications autour de ses contenus en ligne.

## *Péage en ligne: fortification ou château de sable?*

Les éditeurs qui jouissent d'audiences record ne savent toujours pas les monétiser, voire même souvent, rentabiliser leurs opérations web. Le volume de la pub liée au trafic n'a jamais été suffisant pour faire vivre des rédactions. D'où la tentation généralisée actuelle de mettre fin au tout gratuit pour protéger leur journalisme.

## **Prédictions & initiatives fleurissent, la grogne contre Google monte:**

« **D'ici un an, tous les sites de news seront payants** » (Lionel Barber, patron du Financial Times)

**Le NYTimes, après deux tentatives infructueuses, pourrait devenir payant d'ici quelques semaines** (\$ 60/an) et envisage de plus en plus de **recourir à des donations du public.**

**Murdoch, qui a fait volte-face, ne jure plus que par le payant**, qui a si bien réussi à son Wall Street Journal.

Les éditeurs européens, suivis par l'Association mondiale des journaux (WAN), a publié, fin juin, la « **déclaration de Hambourg** » pour tenter de mieux protéger les droits de propriété intellectuelle sur Internet, avant de mobiliser la commission européenne, la semaine dernière, **pour défendre les contenus payants dans le monde numérique.**

L'agence de presse américaine AP **vient de proposer à l'ensemble de l'éco-système des news professionnelles un nouveau micro-format** de news en ligne (grosse étiquette web contenant de multiples informations pertinentes, attachée au contenu, et destinée à contextualiser l'information fournie par l'éditeur en ligne pour lui permettre de remonter dans le « ranking » des moteurs et de mieux pister ses contenus).

La très sérieuse Revue de la Columbia Journalism School, estimant qu'on ne rase jamais gratis, présente ce mois-ci quatre points de vue dont celui de l'ex journaliste et réalisateur de la série culte « The Wire », qui exhorte New York Times et Washington Post à agir de concert pour **ériger un mur quand il est encore temps.**

Google a assez vite répondu aux grincheux : **il vous suffit de deux lignes de codes pour vous faire déférencer.** Chiche !

En France, Alain Weill, patron de NextRadioTv (BFM, RMC, la Tribune...) estime que tout le monde passera au modèle payant sur le web d'ici fin 2009 ou le début 2010, tandis que Libération proposait, en juin, de faire payer les fournisseurs d'accès.

On vante volontiers le modèle de Canal Plus ou des Echos (partie en clair, partie payante), on rappelle qu'après des décennies de gratuit, les gens ont payé pour de nouveaux bouquets de chaînes, et on regrette le bon vieux temps du Minitel, « cash machine formidable », rappelait récemment un éditeur éminent.

Les récentes mesures de défiscalisation des donations devraient aussi fournir de l'aide à certains.

Mais le **premier problème** au modèle payant est bien sûr de faire revenir en arrière toute une audience habituée à consommer, depuis 15 ans, des informations gratuitement et de ne pas tenir compte des nouveaux usages dans la manière de s'informer. Pas facile de dire à son audience : « vous avez tort, nous avons raison et on va vous montrer » !

Le deuxième **obstacle** est la récente abondance exponentielle de l'offre. L'information abondante restera gratuite ; celle qui est rare, fraîche ou exclusive sera payante quelques heures. Aujourd'hui seule l'info financière – d'ailleurs payée par l'employeur et non l'individu – entre entièrement dans cette catégorie. Des sujets pointus peuvent aussi jouer cette carte. Pour le reste....

Le **troisième souci**, probablement le plus important, est l'évolution permanente d'Internet et des nouveaux comportements d'un public (Web 2.0, médias sociaux, ...) qui en raffole.

Pendant ce temps, l'un **des best sellers de l'été, aux Etats-Unis**, est « **Free** » (« Gratuit »), le nouveau livre de Chris Anderson, qui le premier avait théorisé avec sa « longue traîne », le business model de Google et d'Amazon.

Cette fois, le rédacteur-en-chef de **Wired**, entend montrer comment il peut être de plus en plus judicieux pour une entreprise numérique – aux coûts marginaux de distribution quasi nuls – d'offrir des produits gratuitement pour gagner sur d'autres tableaux. La subvention croisée, le tiers payant, le modèle freemium (Skype) etc...

### ***Le mobile, support naturel du payant***

Mais c'est finalement du côté de la **mobilité**, comme nous l'avons souvent souligné qu'un radeau de survie pourrait arriver.

**Les smart phones**, et en particulier l'iPhone, présentent une nouvelle offre d'accès à des contenus plus facilement monétisable. On y retrouve une clé de paiement. L'acte d'achat y est plus naturel (habitude de payer son portable, abonnement à la source, faibles montants presque indolores). Le Monde compte plus de 600.000 téléchargements de son appli iPhone et il est probable qu'elle ne restera pas complètement gratuite longtemps. L'Equipe est proche des 100.000 téléchargements, un mois après avoir lancé une appli payante (0,79 euro) et compte décliner une panoplie d'offres nouvelles. La pub sur mobile, elle reste quasi inexistante.

**Les lecteurs ebook** débarquent en masse. Les plus grands éditeurs de presse, les chaînes de librairies (Barnes & Noble, Amazon) multiplient les initiatives. Le grand quotidien espagnol **El Pais a annoncé aujourd'hui un accord avec Amazon pour être publié sur le Kindle**. La Fnac proposera en fin d'année près d'une demi douzaine de modèles différents. La couleur est pour 2011.

Reste aux éditeurs à s'entendre avec les fabricants et/ou les opérateurs de téléphonie mobile pour trouver un partage difficile des revenus car la bataille pour la marge et l'accès aux abonnés s'annonce rude.

Reste aussi aux éditeurs à proposer des contenus originaux et pertinents. En ont-ils encore la force et les moyens ?

Mais si, comme le dit Chris Anderson, « **ce n'est pas difficile d'être compétitif face à la gratuité : il suffit d'offrir quelque chose de mieux ou de différent** », il est en revanche beaucoup plus complexe de lutter face à Internet, en perpétuelle évolution.

D'où ce conseil de **Dave Winer** : « **si vous vous trouvez en concurrence avec Internet, un conseil, tirez-vous !** ». Même Microsoft a du mal....

**(ce billet est paru dans une première version sur le blog [AFP-MediaWatch](#))**

#### **MOYA**

le 23 juillet 2009 - 18:24 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*“Les éditeurs ne savent pas monétiser leur audiences ou leur opérations web...”  
VRAI, mais on ne peut pas dire qu'ils ont tout essayé. Le seul modèle qui vient à l'esprit est le modèle publicitaire, ou l'accès payant au contenu.*

*Et pourtant ce ne sont pas les seuls modèles éco existant. Je pense surtout à la vente de contenu à ceux qui ne savent pas en faire et qui en ont besoin, en premier les sites web des entreprises, souvent en manque de fraîcheur, actualité*

*Les sites web de marques deviennent eux-même des médias (laredoute.fr, lastminute.com) ou du moins c'est leur souhait. Les genres se mélangent et les médias (presse notamment) doivent réfléchir à monétiser leur audience et leur savoir faire... un peu comme la grande distrib qui de part sa clientèle (on peut dire audience) a su*

enrichir à son compte son offre (voyage, assurance, galeries marchande...)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### VINCKU

le 25 juillet 2009 - 21:54 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



On reconnaît la marque française, celle la même qui a inventé le minitel.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### AIMEEHAYS25

le 27 mai 2010 - 12:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Some specialists state that loan help a lot of people to live their own way, because they are able to feel free to buy needed things. Furthermore, banks present consolidation loan for different persons.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### LOMBARD NICOLE

le 23 janvier 2012 - 18:15 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



enez nous rejoindre afin d'obtenir la Constitution d'un Ministère de la Condition Animale

Notre objectif:

Nous cherchons à faire avancer les choses en matière de relations Homme-Animal en obtenant des prises de positions politiques en faveur de la cause animale.

Ces prises de positions doivent se concrétiser par la mise en place d'un "Ministère de la Condition Animale".

Ce ministère permettra:

-D'obtenir une politique plus claire et transparente dans ce domaine.

-De contrôler et sanctionner plus efficacement l'application des lois et règlements déjà en place.

-D'initier de nouveaux projets de lois plus engagés dans la condition animale.

-D'établir un dialogue ouvert entre les différentes positions sur la condition animale afin d'obtenir des résultats par la médiation.

-De traiter de la question animale isolément et non en lui opposant en interne, des considérations économiques, culturelles et sociales.

Notre démarche est:

-De rassembler les citoyens souhaitant s'engager à nos côtés pour l'obtention de ce ministère.

-De soumettre notre projet aux différents candidats à la présidentielle de 2012, sans tenir compte de leurs affinités politiques.

-De faire connaître nos objectifs aux médias pour qu'ils portent notre action.

-De démontrer toute l'importance d'une retranscription politique et juridique de notre projet.

Un projet réaliste:

-Chaque mandat présidentiel commence par une restructuration ministérielle. Il est alors possible que cette réorganisation aboutisse à la création d'un ministère ou d'un secrétariat générale de la condition animale, en utilisant des moyens financiers et humains déjà en place.

-Notre démarche est celle du dialogue. Nous ne souhaitons pas créer une arme politique violant toute démocratie au service des défenseurs de la cause animale.

Nous souhaitons la mise en place d'une institution qui aura le temps d'écouter et d'étudier les différentes positions sur la question animale pour aboutir à des décisions concertées et censées.

*-Cette création est plus qu'opportune. Notre époque est marquée par de grands mouvements de protection de l'environnement et de l'animal. Ils sont la source de débats importants et houleux qui méritent un cadre gouvernemental.*

*Venez donc nous rejoindre pour la constitution d'un Ministère de la Condition Animale*

*<https://www.facebook.com/groups/322312587799025/>*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### LOMBARD NICOLE

le 23 janvier 2012 - 18:18 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*<https://www.facebook.com/groups/322312587799025/>*

*Venez nous rejoindre afin d'obtenir la Constitution d'un Ministère de la Condition Animale*

*Notre objectif:*

*Nous cherchons à faire avancer les choses en matière de relations Homme-Animal en obtenant des prises de positions politiques en faveur de la cause animale.*

*Ces prises de positions doivent se concrétiser par la mise en place d'un "Ministère de la Condition Animale".*

*Ce ministère permettra:*

*-D'obtenir une politique plus claire et transparente dans ce domaine.*

*-De contrôler et sanctionner plus efficacement l'application des lois et règlements déjà en place.*

*-D'initier de nouveaux projets de lois plus engagés dans la condition animale.*

*-D'établir un dialogue ouvert entre les différentes positions sur la condition animale afin d'obtenir des résultats par la médiation.*

*-De traiter de la question animale isolément et non en lui opposant en interne, des considérations économiques, culturelles et sociales.*

*Notre démarche est:*

*-De rassembler les citoyens souhaitant s'engager à nos côtés pour l'obtention de ce ministère.*

*-De soumettre notre projet aux différents candidats à la présidentielle de 2012, sans tenir compte de leurs affinités politiques.*

*-De faire connaître nos objectifs aux médias pour qu'ils portent notre action.*

*-De démontrer toute l'importance d'une retranscription politique et juridique de notre projet.*

*Un projet réaliste:*

*-Chaque mandat présidentiel commence par une restructuration ministérielle. Il est alors possible que cette réorganisation aboutisse à la création d'un ministère ou d'un secrétariat générale de la condition animale, en utilisant des moyens financiers et humains déjà en place.*

*-Notre démarche est celle du dialogue. Nous ne souhaitons pas créer une arme politique violant toute démocratie au service des défenseurs de la cause animale.*

*Nous souhaitons la mise en place d'une institution qui aura le temps d'écouter et d'étudier les différentes positions sur la question animale pour aboutir à des décisions concertées et censées.*

*-Cette création est plus qu'opportune. Notre époque est marquée par de grands mouvements de protection de l'environnement et de l'animal. Ils sont la source de débats importants et houleux qui méritent un cadre gouvernemental.*

*Venez donc nous rejoindre pour la constitution d'un Ministère de la Condition Animale*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE