

PROPUBLICA REMPORTE UN PULITZER: LA FIN DE L'HYPOCRISIE D'UNE INFORMATION "FOR PROFIT"?

LE 13 AVRIL 2010 NICOLAS KAYSER-BRIL

En récompensant une enquête financée par l'organisation new-yorkaise sans but lucratif, le jury du plus prestigieux prix de journalisme invite le secteur à repenser son business model, en particulier s'agissant d'investigation. La logique de rentabilité, surtout en cette période de crise, a des limites.



En récompensant une enquête financée par l'organisation new-yorkaise sans but lucratif, le jury du plus prestigieux prix de journalisme invite le secteur à repenser son business model, en particulier s'agissant d'investigation. La logique de rentabilité, surtout en cette période de crise, a des limites.

ProPublica, l'organisation new-yorkaise sans but lucratif pilotée par l'ancien du *WSJ* Paul Steiger, remporte un prix Pulitzer ! Les forçats de l'info se sont fait une joie de copier/coller l'information toute la journée d'hier. Les **968 articles** sur le sujet le répètent à l'envie : pour la première fois, un article écrit pour le web remporte le glorieux prix (voir chez **LCI** et **France Info** pour des exemples). Seul Pierre Haski **relève le niveau sur Rue89**.

En réalité, ce Pulitzer n'est pas la première récompense reçue par un site web.

Le jury avait déjà trempé ses orteils dans le bain de l'info en ligne. Bien qu'étant **composé à 95%** de gros bonnets du journalisme traditionnel (le rédac chef de *Politico* est l'exception), **ils avaient déjà salué la couverture en ligne du Times-Picayunes** lors de l'ouragan Katrina en 2005. L'année dernière, ils ont également récompensé le *Saint-Petersburg Times* pour **PolitiFact**, une application qui détermine le degré de vérité des déclarations des politiques.



Une reconnaissance pour les nouveaux modèles de l'info ?

Avec un Pulitzer 2010 à *ProPublica*, c'est la première fois qu'un média explicitement "non-profit" monte au sommet du journalisme mondial. Le message qu'a voulu envoyer le jury cette année est sans équivoque : en période de crise des vieux modèles économiques, le journalisme d'investigation ne peut se baser seulement sur des logiques de profit et de recherche de l'audience à tout prix.

Les médias financés par des mécènes font désormais officiellement jeu égal avec les entreprises traditionnelles. **Philippe Couve le rappelait** la semaine dernière, l'information n'a jamais été un produit commercialement viable. Jacques Rosselin, fondateur de *Courrier International*, en rajoute une couche. **Citant Alain Minc**, il compare le journalisme à de la haute-couture, "activité non rentable financée par les parfums et produit dérivés".

Dans leur expérience du for-profit, les médias ont déjà exploré plusieurs pistes, des services Minitel à l'organisation de conférences pour la presse professionnelle. Rosselin cite l'exemple de **CityzenTV**, une télé locale caennaise financée par les recettes du bar dans lequel elle était implantée. Sans que ça le choque pour autant : "Après tout, un bistro, un site local, une télé local ou un journal local jouent tous le même rôle de lien social non ?"

Les limites du non-profit

Eric Scherer, directeur de la stratégie de l'AFP, revient sur les limites du non-profit. Pour lui, la déconnexion entre publicité et journalisme survenue sur le web pousse les producteurs de contenus à chercher de nouvelles sources de revenus. Si le non-profit se développe aux US, avec **Spot.us**, **Texas Tribune**, **MinnPost**, entre autres, ça n'est pas la solution à tout. D'autant plus que la culture du mécénat n'existe pas en France.

Scherer met le doigt sur un autre problème du journalisme non-profit : le journalisme orienté. De plus en plus d'ONG se lancent dans l'investigation pour combler le manque de moyens de la presse traditionnelle (**voir le dossier du Nieman Labs sur le sujet**). Pas sûr cependant qu'elles n'apportent pas plus de problèmes qu'elles n'en résolvent. En effet, *ProPublica* et consorts restent les héritiers d'une certaine tradition d'objectivité quand Greenpeace ou Amnesty International cherchent à faire passer un message.

Les systèmes hybrides, se finançant via des subventions ou des dons directs de leur audience, semblent plus prometteurs aux yeux de Scherer.

Non-profit mais pas sans le sou !

Toujours aux États-Unis, c'est la Fondation Knight qui est à la pointe du soutien au journalisme innovant, en particulier avec les Knight News Challenge, des prix annuels pour un montant de 5 millions de dollars dont les gagnants seront annoncés au mois de juin prochain.

Cette évolution ne laissait que peu de doutes sur le nom du vainqueur 2010, **deviné fin mars par Editor&Publisher**. Face à ce mouvement de fond vers le web et le non-profit, le prix de l'université de Columbia ne pouvait rester en marge. Dorénavant, l'Europe non plus ne pourra pas durablement ignorer ce glissement vers le non-profit...

ProPublica a été créé en 2007 par le milliardaire américain Herbert M. Sandler qui l'a dotée d'un budget annuel de 10 millions de dollars. Le budget courant est financé par des mécènes plus modestes. Les dons s'élèvent en moyenne à 66.000 euros par donateur, **d'après les calculs d'Alan Mutter**.

D'après les **documents fiscaux** de *ProPublica*, les journalistes sont payés un peu plus de 60 000 dollars par an. Un peu moins de 3 700 euros bruts par mois. Un salaire relativement correct en temps de crise du journalisme. Pas étonnant qu'ils soient en mesure de sortir plus de Pulitzer que leurs homologues de Seed, le programme de sauvetage du journalisme d'AOL. Là bas, **les piges sont payées 50 dollars**. et l'optique semble demeurer la vente de pixels publicitaires.

Dans la même veine, *Owni*, le média social que vous êtes en train de lire, s'achemine vers un développement explicitement non-profit (fonds de dotation européen, association des éditeurs...) que nous vous conterons dans les jours et les semaines à venir. D'ici-là, vous découvrirez également la nouvelle soucoupe /-)

A contribué : Adriano Farano.

Disclosure: Adriano était dans le jury des Knight News Challenge cette année

3 pings

Les journaux tels que nous les connaissons: un "accident historique" ? le 15 avril 2010 - 12:02

[...] Sur la renaissance du journalisme d'investigation grâce à des médias non-profit : ProPublica remporte un Pulitzer: la fin de l'hypocrisie d'une information "for profit"? [...]

A lire ailleurs, veille techno du 11 au 18 avril le 18 avril 2010 - 11:54

[...] ProPublica remporte un Pulitzer: la fin de l'hypocrisie d'une information "for profit"? [...]

On journalism, independence an non-profit | Londres hors-jeux le 10 juin 2012 - 14:51

[...] is the aspiration of a whole range of new "media ecosystems", like the famous ProPublica, or based notably on crowdfunding, which enables web readers to contribute directly to the [...]