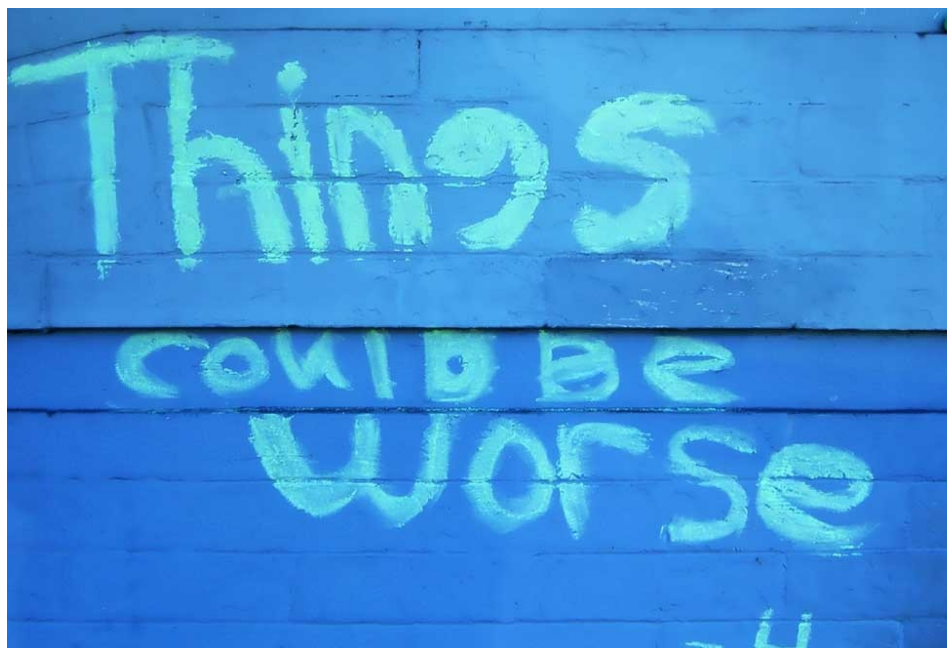


# SITES D'INFORMATION RÉGIONALE: IIUN BILAN EN DEMI-TEINTE

LE 3 MARS 2011 MARC MENTRÉ

Tous les mois, l'OJD publie un hit parade des sites de presse régionale, basé sur leur fréquentation. L'occasion de dresser un comparatif plus complet et de regarder les outils qu'ils utilisent pour augmenter leur audience.



Sur son blog, *Cross Media Consulting*, Erwann Gaucher publie régulièrement le **Top 50** des sites d'information régionale, basé sur le **classement** réalisé par l'OJD. Plus exactement, il publie les 23 premiers de ce classement. Les résultats [il s'agit des chiffres de janvier 2011] sont déjà riches d'enseignements. Mais, il m'a semblé nécessaire de détailler ce bilan et d'en creuser certains aspects pour essayer de comprendre ce qui fait le succès (tout relatif) ou non de ces sites.

*Le Parisien* domine de la tête et des épaules ce classement, mais il faut relativiser, en terme de comparaison, sa bonne performance. Certes, il s'agit d'un site d'information régionale mais il est aussi perçu comme un site d'information nationale, en raison du couplage *Le Parisien/Aujourd'hui*. Il serait alors plus juste de le comparer aux sites des quotidiens d'information générale, comme *lemonde.fr* (51,3 millions de visites), *lefigaro.fr* (35,7 millions de visites) ou encore *liberation.fr* (18,5 millions de visites).

Si l'on s'en tient aux sites régionaux « pur sucre », *Ouest France* est de loin en tête tant par le nombre de visites (8,7 millions) que par le nombre de pages vues (37,8 millions), puisqu'il compte le double de visites que ses deux suivants immédiats, *Sud Ouest* (4,4) et *Le Télégramme* (4,3). Mais ce bon résultat, si on le compare aux chiffres de la diffusion du journal papier, est relatif : la fréquentation du site d'*Ouest France* est le double de celle du *Télégramme*, alors que la diffusion du journal papier est le triple de celle de son concurrent breton.

Mais, un autre indicateur me semble intéressant en dépit de sa rusticité, il s'agit du ratio « pages vues/visites ». Il permet de voir — en première approche — si les internautes apprécient un site, reviennent, s'intéressent à plusieurs sujets... Bref, c'est un autre moyen de mesurer leur attractivité, en tout cas de la mesurer en terme comparatif. Ici, la hiérarchie est toute autre. Le site de *La Nouvelle République* est le champion, suivi de celui de *La Montagne* et du *Dauphiné Libéré*. Le site d'*Ouest France* n'est plus que dans une honnête moyenne, quant à celui du *Télégramme*, sa performance est très médiocre.

	Visiteurs uniques	pages vues (en millions)	ratio Pages vues/V.U.	Diffusion France payée*
<b>Le Parisien</b>	23	81	3.5	290 800
<b>Ouest France</b>	8,7	37,8	4.3	757 100
<b>Sud Ouest</b>	4,4	15	3.4	295 600
<b>Le Télégramme</b>	4,3	11	2.6	204 800
<b>La Provence</b>	3,6	15,2	4.2	137 300
<b>La Voix du Nord</b>	3,5	13	3.7	265 200
<b>Le Progrès</b>	3,5	13	3.7	208 700
<b>Midi Libre</b>	3,4	13,8	4.1	136 800
<b>Le Dauphiné Libéré</b>	2,4	13,8	5.8	231 300
<b>Nice Matin</b>	2,2	11	5.0	106 200
<b>La Nouvelle République</b>	1,7	12,8	7.5	188 400
<b>Les DNA</b>	1,6	6	3.8	171 600
<b>L'Indépendant</b>	0,8	3,1	3.9	59 300
<b>La Montagne</b>	0,7	4,2	6.0	187 800
<b>Charente Libre</b>	0,6	2,5	4.2	36 300
<b>Le Courrier Picard</b>	0,6	1,9	3.2	60 500
<b>La République des Pyrénées</b>	0,4	1,7	4.3	32 300
<b>La République du Centre</b>	0,3	1,1	3.7	47 700
<b>L'Yonne</b>	0,2	1	5.0	33 800
<b>Le Populaire</b>	0,2	0,9	4.5	41 700
<b>Le Journal du Centre</b>	0,2	0,9	4.5	28 800
<b>La Manche Libre (hebdo)</b>	0,1	0,5	5.0	73 700

## Des stratégies pour les blogs extrêmement différenciées

Depuis quelques années, sur les sites, on assiste à une floraison de blogs. L'ensemble de ces blogs permettent en théorie de drainer une plus grande audience, et sans doute les centaines de blogs hébergés par les sites de *La Voix du Nord* et celui du *Midi Libre* participent au succès de ces sites. Concernant la presse régionale, j'en ai identifié quatre types :

- 1> les blogs de la rédaction [j'ai inclus dans cette catégorie les blogs des médiateurs], qui permettent à un journaliste — parfois plusieurs — de couvrir de manière très approfondie un champ précis de l'information : politique, cinéma, jardinage, cuisine, etc.
- 2> les blogs des « invités », lorsqu'ils sont identifiés comme tels ; ce sont en général des « experts » dans leur domaine. Par leur blog, ils enrichissent le contenu du site.
- 3> les blogs des correspondants, dont certains sites se sont faits une spécialité et qui constituent une stratégie pour mieux couvrir l'information locale, voire hyperlocale.
- 4> les blogs des internautes, sachant que certains sites sont devenus des plateformes de blog, et que l'on en compte plusieurs centaines [j'ai renoncé dans ce cas à en faire le décompte précis]. L'intérêt ici, est de permettre à tout un chacun — individu, comme association, syndicat, voire entreprise — de créer un espace d'information spécialisée, dès lors « qu'il a quelque chose à dire ». Il bénéficie ainsi du label du site hôte.

À l'analyse, on constate que la pratique des « blogs de site » est loin d'être généralisée, puisque la moitié des sites de ce panel (12 sur 23) n'abrite aucun blog. Pour les 11 sites qui utilisent les blogs, les stratégies diffèrent fortement :

*Le Parisien*, *Ouest France*, *les DNA* et *La République du Centre* ont décidé de conserver les « clés », puisque les blogs sont tenus exclusivement par des membres de la rédaction. Ces sites demeurent dans une conception journalistique « traditionnelle », dans laquelle seuls les journalistes sont habilités à traiter l'information. Les blogs ne sont alors qu'un « habillage technique », mais il n'y a pas de modification du rapport avec les internautes, qui ne peuvent pas faire partager leur information.

*Sud Ouest*, *L'Indépendant de Perpignan* et *La Charente Libre*, ont choisi — politique de groupe cohérente oblige — de jouer la carte de l'information hyperlocale, en développant les blogs de correspondant. Le résultat, à la lecture est spectaculaire, lorsque ceux-ci jouent le jeu, et le contenu d'ensemble du site est considérablement enrichi.

*Le Télégramme*, *La Provence*, mais surtout *L'Yonne Républicaine*, *La Voix du Nord*, *Midi Libre*, et à sa manière *Nice Matin*, ont choisi le foisonnement, en ouvrant leur plateforme à qui veut. Il y a certes à boire et à manger dans ces blogs d'une variété infinie, mais ce choix permet à chacun de pouvoir s'exprimer sur le site, qui (re)devient le lieu du débat et de la discussion.

	Blogs de la rédaction	Blogs des correspondants	Blogs invités	autres blogs
<b>Le Parisien</b>	13	non	non	non
<b>Ouest France</b>	9	non	non	non
<b>Sud Ouest</b>	20	82	non	non
<b>Le Télégramme</b>	7	non	2	127
<b>La Provence</b>	12	non	7	31 (associations)
<b>La Voix du Nord</b>	4	non	non	plusieurs centaines
<b>Le Progrès</b>	non	non	non	non
<b>Midi Libre</b>	10	non	9	plusieurs centaines
<b>Le Dauphiné Libéré</b>	non	non	non	non
<b>Nice Matin</b>	6	non	non	non *
<b>La Nouvelle République</b>	non	non	non	non
<b>Les DNA</b>	14	non	non	non
<b>L'Indépendant</b>	6	30	non	non
<b>La Montagne</b>	non	non	non	non
<b>Charente Libre</b>	2	26	7	
<b>Le Courrier Picard</b>	non	non	non	non
<b>La République des Pyrénées</b>	non	9	3	non
<b>La République du Centre</b>	1	non	non	non
<b>L'Yonne</b>	non	non	non	318
<b>Le Populaire</b>	non	non	non	non
<b>Le Journal du Centre</b>	non	non	non	non
<b>La Manche Libre (hebdo)</b>	non	non	non	non

## Avec les réseaux sociaux, « ce n'est pas gagné »

Les réseaux sociaux sont considérés comme des médias à part entière sur lesquels les sites d'information doivent [devraient ?] assurer leur présence. Ils permettent entre autres d'agréger des communautés autour du site, de rajeunir et de féminiser l'audience avec Facebook, d'assurer la présence du site [de la marque] dans le média d'information immédiate que constitue Twitter, etc. Les réseaux sociaux, s'ils sont bien utilisés, permettent aussi d'augmenter l'audience du « site mère ».

En première analyse, disons que « ce n'est pas gagné ».

## 1. CÔTÉ FACEBOOK

*La Manche Libre* n'a pas encore créé de page Facebook. En 2011 ! D'autres visiblement n'y investissent pas, comme *Le Télégramme* (400 amis/fans), *Le Progrès* (600 amis/fans), *La République du Centre* (200 amis/fans), ou encore *Le Journal du Centre* (700 amis/fans). La barre des 10.000 amis/fans n'est franchie que par 3 sites : *Sud-Ouest* (17.400), *La Voix du Nord* (25.600) et *Le Parisien* (69.600).

Le succès de *La Voix du Nord* s'explique pour une faible part par la multiplication des pages selon une logique thématique (emploi, sports, féminin, etc.) et locale (page Arras, Cambrai, etc.). Une faible part, car l'essentiel du succès de *La Voix du Nord* sur Facebook est assuré par la page du site qui compte à elle seule près de 19.000 amis/fans sur un total de 25.600. Cette stratégie de la « dispersion » sur Facebook, choisie aussi avec moins de succès par *Ouest France*, sera peut-être efficace sur le long terme, mais pour l'instant, il faut admettre que ces pages Facebook locales ou thématiques n'agrègent que de minuscules communautés.

## 2. CÔTÉ TWITTER

Nous sommes au bord de la Bérézina : 7 sites [MÀJ du 18/02/2011] n'ont pas de compte Twitter (sur 23) en tout cas je ne les ai pas identifiés. La plupart ont un nombre de *followers* ridiculement faible, 1.200 pour *Midi Libre*, 1.800 pour les DNA, ou insatisfaisant : 5.800 pour *Ouest France* et *Sud Ouest*, c'est peu. Deux raisons expliquent cette mauvaise performance et en premier lieu la relativement faible pénétration de Twitter dans les régions. Mais la raison principale tient sans doute au fait que les fils Twitter de ces régionaux n'ont que peu d'intérêt, puisqu'ils ne font que reprendre les titres des articles au fur et à mesure de leur publication sur le site. Ce ne sont en fait que des flux RSS déguisés.

	Pages fan Facebook (total en milliers)	Followers Twitter (total en milliers)
<b>Le Parisien</b>	69,6	7,9
<b>Ouest France</b>	7,5	5,8
<b>Sud Ouest</b>	17,4	5,8
<b>Le Télégramme</b>	6,2	2,2
<b>La Provence</b>	non	1,7
<b>La Voix du Nord</b>	25,6	4,6
<b>Le Progrès</b>	6	2
<b>Midi Libre</b>	4,2	1,2
<b>Le Dauphiné Libéré</b>	1,3	non
<b>Nice Matin</b>	2,5	non
<b>La Nouvelle République</b>	2,3	
<b>Les DNA</b>	4,8	1,8
<b>L'Indépendant</b>	page bloquée	non
<b>La Montagne</b>	4,7	1,2
<b>Charente Libre</b>	7,6	0,6
<b>Le Courrier Picard</b>	7,6	1,1
<b>La République des Pyrénées</b>	4,4	0,4
<b>La République du Centre</b>	0,2	non
<b>L'Yonne</b>	1,2	0,2
<b>Le Populaire</b>	3,9	0,5
<b>Le Journal du Centre</b>	0,7	0,3
<b>La Manche Libre (hebdo)</b>	non	non

## Les rédactions n'accordent pas assez d'attention à la gestion des commentaires

Pour terminer, un mot sur les commentaires en fin d'articles. Cela mériterait un post à lui seul. Nous en sommes encore au Moyen Age. Certains sites comme celui d'*Ouest France* n'acceptent pas les commentaires, d'autres comme celui de *La Montagne* les ont ouverts mais sans succès, car les commentaires y sont aussi rares qu'un cheveu sur le crâne d'un chauve. D'autres ont plus de réussite, comme *Le Parisien*, *Sud Ouest*, *La Provence*... mais la rédaction se garde bien d'intervenir dans les discussions des internautes. Résultat l'article et les commentaires qui le suivent ne sont pas « liés », les réponses s'enchaînent sans autre logique que la réaction au(x) commentaire(s) qui précède(nt), etc. C'est d'autant plus dommage que la qualité d'un site tient autant aux informations qu'il produit qu'à la discussion qu'elles suscitent, et qu'une bonne qualité de « discussion » ne peut qu'améliorer la fréquentation d'un site. En n'accordant pas assez d'attention à la gestion des commentaires, les rédactions se tirent une balle dans le pied.

—

Billet initialement publié **Media Trend**

Image CC Flickr  **Darwin Bell**


### JEAN-BAPTISTE REY

le 3 mars 2011 - 10:19 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Merci pour cet article mais quid des pure-players ??? De plus en plus nombreux dans la presse locale voir hyper locale, ils sont généralement très actifs sur les réseaux sociaux.*

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE


### LEGLOB-JOURNAL.FR

le 31 janvier 2012 - 0:12 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Un pure-players locale, indépendant, décalé et en région, ça existe! Et même au niveau d'un département rural. Comme la Mayenne où l'expression en général et la pensée différente a besoin de trouver un support.*

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

**GWENDAL PERRIN**

le 3 mars 2011 - 10:36 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

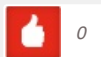


*Je note juste, pour le Dauphiné Libéré, que le groupe "semble" posséder un compte Twitter. Mais... de la seule rédaction de Vienne, et sans véritable intérêt ni visibilité > <http://twitter.com/dauphinevienne>*

*De même, toujours pour ce groupe, ne pas omettre le pure player GreCityLocalNews (ex-Grenews) ([http://twitter.com/#!/Grenews\\_GreCLN](http://twitter.com/#!/Grenews_GreCLN)) qui fédère quelques centaines de followers, en plus des 2 900 "amis" Facebook... En ce sens je rejoins Jean-Baptiste sur l'importance croissante des pure players locaux.*

*Mais ce simple exemple permet en tout cas d'illustrer le manque de stratégie globale des titres de PQR sur les réseaux sociaux ce qui, en 2011, détonne...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CATHERINE SIMON**

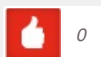
le 3 mars 2011 - 14:27 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Intéressante analyse, qui mériterait d'être suivie dans le temps, pour noter les évolutions, et jauger de l'impact de tel ou tel choix (plateforme de blogs, réseaux sociaux, etc).*

*Merci de noter que La Nouvelle République dispose de deux autres pages facebook correspondant à ses éditions départementales : celle du Loir-et-Cher, lancée en juillet 2010 (elle compte un peu plus de 1000 "amis" à ce jour), et celle de l'Indre-et-Loire qui vient juste d'être créée.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

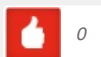
**THIERRY PICARD**

le 3 mars 2011 - 15:00 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Analyse très intéressante qui mériterait comme le souligne Catherine d'être suivie dans le temps. Une remarque pour la NR, nous avons une plateforme de blogs fraîchement ouverte aux journalistes et aux "invités" : <http://www.nrblog.fr/> amitiés*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**MARCMENTRE**

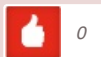
le 3 mars 2011 - 19:18 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*@Jean-Baptiste Je suis parti des résultats OJD, qui sont très loin d'être exhaustifs. Par exemple, des sites aussi importants que La Dépêche du Midi, ou l'Est Républicain s'y sont pas, et donc, les pure players non plus. Si l'on voulait faire une véritable étude sur l'ensemble des sites de presse régionale, y compris les pure players (mais pourquoi pas, c'est seulement un peu de travail), on pourrait utiliser un outil comme Alexa, par exemple. La difficulté vient de ce qu'il faut identifier les sites.*

*@Catherine @Thierry Je compte bien surveiller l'évolution dans le temps et faire un point annuel, par exemple. Cela dit, il serait intéressant aussi de faire une analyse qualitative des contenus des pages Facebook, des comptes Twitter, etc.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CHRISTIANE LAPEYRE**

le 3 mars 2011 - 21:49 &amp;bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Démarche intéressante.*

*Toutefois l'indicateur "nbre de visites par page" peut être interprété de deux manières : un fort intérêt pour le site visité..... ou une navigation défailante qui oblige l'internaute à fouiller pour trouver ce qu'il cherche.*

*Je préfère le nombre de pages vues par visites entrantes.*

*Il exclut ainsi les visites d'une seule page (taux de rebond), ou la durée de visite*

moyenne d'un site.

Merci de noter pour Midi Libre, que la carte de l'hyperlocal y a été jouée très tôt (il y a 7 ans environ), et les blogs de de correspondants y sont très nombreux.

Par exemple dans l'hérault :

<http://www.midilibre.com/infos-villages-herault-34> .

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### LEGLOB-JOURNAL.FR

le 4 mars 2011 - 10:35 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Et à coté des très grands, il y a des tout petits qui essayent de faire entendre une voix différente et indépendante. Comme vous OWNI mais à un bien plus petite échelle. La presse régionale, ce sera sans doute à l'avenir la prise en compte de médias de ce type, d'un troisième type, en troisième position, beaucoup plus proche et basés sur l'information locale. la liberté d'expression devra sans doute passer par là aussi.[www.leglob-journal.fr](http://www.leglob-journal.fr)

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### MARCMENTRE

le 5 mars 2011 - 1:02 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Christine J'avais bien noté la présence de nombreux blogs sur le site du Midi Libre, mais malheureusement il est très difficile d'identifier les "blogs de correspondant" en tant que tel.

Sur votre page d'accueil, dans la rubrique blog, il n'y a que quatre onglets : "blogs à la une", "blogs de la rédaction", "blog du médiateur" et "créer un blog". Les blogs des correspondants sont quasi impossible à identifier comme tel, par un internaute qui n'est familier avec le site.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### CHRISTIANE LAPEYRE

le 7 mars 2011 - 16:25 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Marc

Il est vrai que la navigation proposée sur ML ne permet pas au premier coup d'oeil d'identifier qu'il s'agit de blogs.

La rédaction de ML a choisi de les appeler "Villages" et la rédaction de Lindependant "blogs Villages" ...

Mais initialement, les Journaux du Midi ont lancé les blogs "villages" sous la marque unique "midiblogs.com", histoire de tester le concept, et d'éviter de mélanger les contenus de la Rédaction et des correspondants.

Puis il y a 1 an environ, les blogs ont été rattachés à chacun de leur titre Midi Libre et Lindependant.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

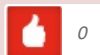
### MARCMENTRE

le 7 mars 2011 - 16:59 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Christiane merci pour toutes ces précisions.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE