

FINANCEMENT DU JOURNALISME : QUEL(S) MODÈLE(S) ÉCONOMIQUE(S) ?

LE 14 FÉVRIER 2010 JOSSELIN PERRUS

Le journalisme, et plus généralement l'industrie du contenu sur internet, n'a pas encore trouvé de business model. Dans ce post, publié en deux fois pour rester digeste, j'examine les différentes possibilités de financement observées sur internet ou issues de mon imagination ...

Le journalisme, et plus généralement l'industrie du contenu sur internet, n'a pas encore trouvé de business model. Dans ce post, publié en deux fois pour rester digeste, j'examine les différentes possibilités de financement observées sur internet ou issues de mon imagination (*= les options qui me paraissent particulièrement novatrices):

Publicité : je ne vais pas détailler le constat qui a déjà été fait par beaucoup d'autres : baisse du CPM, explosion de l'inventaire, ad-blindness,... La publicité ne suffit pas et suffira de moins en moins à financer la création de contenus.

Subvention : la presse est déjà largement sponsorisée par l'Etat au titre de la pluralité. Cela pose cependant 2 questions :

Comment décider qui reçoit les aides à l'heure où le journalisme ne se limite plus à la possession d'un carte de presse, à l'heure où les frontières entre la production de différents types de contenus sont plus en plus floues :

art/journalisme/activisme/marketing/divertissement ?

Ce type de financement est-il démocratique si la part de l'Etat devient prépondérante ?

Cross-financement avec d'autres services : sur le modèle du portail. La création de contenu est une sorte de produit d'appel qui permet de créer du trafic qui est ensuite monétisé avec d'autres services (annuaires, petites annonces, et...) Ce modèle me semble dépassé : il fait appel à des compétences qui ne sont pas au cœur du métier de la création de contenu. Et il n'assure pas à la création de contenu une autonomie de financement.

Vente d'un support : auparavant la vente du journal papier. Certains imaginent que les applis iPhone payantes peuvent devenir un relai. Je ne le crois pas : **on n'achète qu'une seule fois** une appli. Et l'élasticité prix des internautes sur ce genre de chose ne permet pas d'appliquer des prix élevés.

Abonnement à une source d'information : il s'agit là du bon vieux paywall binaire : si tu paies tu as accès au contenu, sinon non. Je ne crois pas non plus à ce modèle, et pas seulement parce que cela pose des problèmes pour tout ce qui est référencement et médias sociaux. Les utilisateurs sont désormais dans une logique "show me the value" avant d'être prêts à payer. L'**absence de progressivité** me semble être un problème.

Abonnement à une expérience* : je ne ferai que reprendre ici l'**argumentaire de Nicholas Carr** à propos de la formule adoptée par le New-York Times. Il sera possible de consulter autant d'articles que voulus à condition d'y accéder au travers des médias sociaux : la consultation d'articles à partir de liens externes au site n'entamera pas le "pack" d'articles autorisés dans la formule gratuite. Ce pack ne sera consommé qu'en cas de navigation interne au site. Nicholas Carr en déduit que l'abonné ne paie pas pour l'accès à la source d'information mais **l'abonné paie pour l'accès à l'ergonomie New-York Times**.

Crowdfunding : il faut distinguer ce qui relève du financement "à perte", c'est-à-dire du don, et ce qui relève de la production financée par l'internaute qui peut ensuite être monétisée par d'autres voies et qui rejoint de ce point de vue ce qui se fait pour la production de musique. Dans les deux cas cela reste au stade expérimental. J'y vois un avenir mais pas à grande échelle : ce type de financement nécessite une base d'utilisateurs active et engagée.

—
> Article initialement publié sur SVN, sur lequel vous trouverez la deuxième partie (-)

INDIGENAE

le 14 février 2010 - 19:30 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Parlons d'une hypothétique redevance Internet, qui est encore loin des gros débats-bulldozers à la LOPPSI, mais qui finira bien par nous faire "Coucou" d'un geste amical; la question n'étant pas de savoir s'il faut être pour ou contre mais comment ce genre de système faisant appel à la générosité involontaire du contribuable pourrait fonctionner de façon à avoir un certain poids, même minime, sur les sites d'information.

Sinon, l'appel simple aux dons des internautes se pratique encore, bien que rarement, sur les bons vieux sites 1.0; on l'appelle aussi le "Paypal Call, don't be an ass, give me your wallet". Déjà testé, jamais vraiment approuvé, sauf par Wikipédia, faudrait lui demander la recette.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ZOUPIC

le 18 février 2010 - 3:12 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne crois pas à la publicité telle qu'on la connaît. Par contre des partenariats de valeur, oui, de l'échange d'espace publicitaire avec les copains, oui. Je ne vends pas un espace à un gros, je le prête à un ami.

Avoir des informations complémentaires liées à l'article, venant d'un autre membre de la communauté, ça m'intéresse.

Que je puisse écrire à côté de mes articles que je fais aussi des services payés et rémunérés, ça a du sens à mes yeux.

Chris Anderson dans Free a développé 4 modèles de rémunération, j'avais essayé d'en faire un hybride, une forme de donation libre où l'on affiche les mécènes, et ils peuvent éventuellement mettre un lien: je remercie ceux qui m'aident, et je les mets en valeur, en leur rendant un peu de visibilité pour leur don et sympathie. à tester dans la réalité et dans les comportements.

L'autre solution, ça ressemble un peu à flattr, c'est un mix de mesure de la valeur via une monnaie libre online propre au site: les auteurs créent la valeur, les lecteurs par leur présence et leurs commentaires, leurs clics mesurent cette valeur. Un annonceur ou quelqu'un d'autre peut être intéressé par l'article, son fond, et la valeur (en terme de visibilité qu'il propose) et s'associe en achetant l'espace apposé à un prix lié à la valeur donnée par les lecteurs. L'auteur peut récupérer une partie des euros donnés par l'annonceur ou des produits en nature ou des bons d'achats, pourquoi pas. Le lecteur peut lui aussi gagner des points en contribuant dans les commentaires, en retweetant, en améliorant la visibilité de l'article. Libre au lecteur-contributeur d'acheter lui-même l'espace à côté de l'article qu'il aime soit avec des points, soit avec des euros.

Bref, l'idée est de faire un jeu dans lequel on gagne des points quand on participe, créée, mesure la valeur. Reste à la transformer en euro ou matière ou échange de service à la sortie si les utilisateurs ne sont pas satisfaits par la seule offre d'acheter des espaces de visibilité.

C'est une réflexion qu'on a commencé avec l'équipe d'owni, je suis en train de faire un post propre dessus.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BAD CREDIT HOME EQUITY LOAN

le 4 septembre 2010 - 1:02 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Howdy. Essential work. I do not expect this on the Wednesday. It is a wonderful account. Presents With thanks!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE