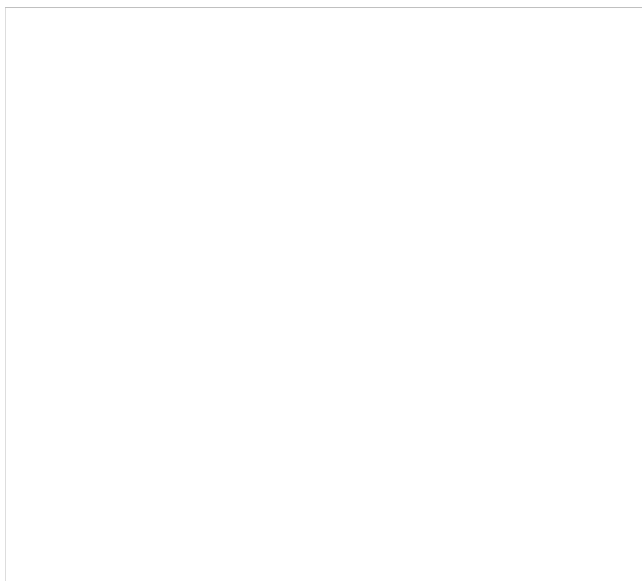


MÉDIAS:LE WEB SERT-IL VRAIMENT À QUELQUE CHOSE?

LE 13 NOVEMBRE 2009 *BENOIT RAPHAËL*

A entendre quelques patrons de médias au fil de mes rencontres ou interventions en conférence, c'est le sentiment qui domine. Puisqu'il semble acquis (sic) que le web ne servira pas à financer les budgets déficits des journaux ou les budgets des télévisions, ni même à remplacer le modèle, j'ai la nette impression que la tendance en France dans les médias est au repli. Et qui dit repli, dit pas d'investissement véritable. Pire: pas d'innovation. No future le web ?



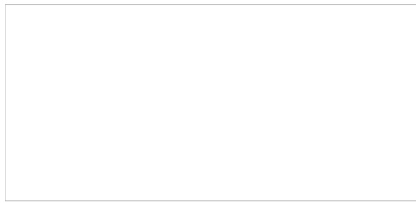
A entendre quelques patrons de médias au fil de mes rencontres ou interventions en conférence, c'est le sentiment qui domine. Puisqu'il semble acquis (sic) que le web ne servira pas à financer les budgets déficits des journaux ou les budgets des télévisions, ni même à remplacer le modèle, j'ai la nette impression que la tendance en France dans les médias est au repli. Et qui dit repli, dit pas d'investissement véritable. Pire: pas d'innovation. No future le web ?

Ce que j'entends :

- 1) "Il n'y a pas de modèle économique viable pour les médias sur Internet. Un visiteur unique rapporte dix fois moins qu'un lecteur."
- 2) Donc : "Ne perdons pas d'argent sur le web, il n'y aura pas de retour sur investissement. Le web reste un complément, mais n'a pas à être au coeur de la stratégie."
- 3) Ce n'est pas nouveau mais ça revient très fort: "Tout ça c'est la faute à Google qui se fait de l'argent sur nos contenus. Google doit payer." Ou: "On va bloquer Google qui ne pourra plus indexer nos infos".
- 4) "Le Kindle d'Amazon c'est l'avenir de la presse écrite: Il faut juste attendre que ça se démocratise et on pourra à nouveau vendre nos journaux sur Internet."
- 5) "Le mobile est un réseau beaucoup plus viable que le web: il y a de vrais espoirs de modèles économiques puisque l'on peut faire payer les gens sans douleur, comme sur iTunes".

La réalité:

- 1) **No pub ?** Il y a plusieurs idées reçues et contre-vérités dans ce message.



- Oui, si l'on compte en visiteur unique, en passant du lecteur à l'internaute, la recette annuelle est divisée par 20.

- Non, si l'on compte en pages vues. **Les calculs d'Olivier Bonsart de Ouest France** montrent qu'une page sur le web rapporte plus qu'une page papier. Le problème c'est le trafic, pas assez important. Ce qui ne résout pas le problème, mais permet au moins de relativiser.

- La pub traditionnelle sur Internet est ringarde et inintéressante. Les agences et les régies pub bloquent sur ce modèle (le fameux "display") depuis des années et n'ont pas fait leur révolution, alors que de plus en plus d'annonceurs sont aujourd'hui prêts à se bouger. Il y a encore énormément à expérimenter sur Internet: transformer les marques en média, jouer les médias sociaux, faire du participatif maîtrisé, faire du clef en main, inventer inventer inventer. Mais qui osera bousculer les toutes puissantes agences ?

2) No future ? Arrêtons de considérer Internet comme un média.



Internet est une manifestation du réseau digital, dans lequel nous devons aujourd'hui inclure le mobile. Les médias doivent se mettre en réseau, mettre la digitalisation des contenus et des process au coeur de leurs stratégies. Et envisager les modèles économiques comme un ensemble. Considérer le réseau comme un accessoire, c'est signer son arrêt de mort, son bannissement de la sphère du consommateur et de l'annonceur.

3) No Google ? En 2009, la presse se cherche encore des coupables. **Au lieu de s'inspirer du modèle Google**, elle en fait un bouc-émissaire.



Ce mois-ci **Rupert Murdoch (Wall Street Journal, Fox...)** a menacé Google de ne plus rendre les contenus de ses médias accessibles par le moteur de recherche, qu'il traite de piller. Réponse de Google : **pas de problème!**
Suicide mode d'emploi...

4) No free model ? Autre option, très "Murdoch Style" aussi: faire payer les contenus actuels. Aucun modèle grand public ne fonctionne réellement, mais tout le monde en parle. Tout le monde travaille dessus. C'est évidemment très compliqué. Même Murdoch tempore...



Ce n'est pas le principe du payant qui pose problème. On peut faire payer des tas de choses sur le web, à commencer par des services. Le problème, c'est de vouloir faire payer l'info: dans un environnement où toute info est publique et accessible gratuitement (chez l'émetteur de l'info ou ailleurs) en 30 secondes, quelle est la valeur de l'info ? Que faire payer ?

En France, j'ai vu passer des projets, parmi les sociétés de journalistes, qui me font hurler de rire frémir: *"Les éditeurs de presse pourraient s'accorder, au sein des associations*

professionnelles nationales et internationales, pour renoncer collectivement à la gratuité de l'information en ligne." Help !



La solution finale (si j'ose dire) ? Le e-paper. Là, c'est sûr, les gens vont enfin acheter le journal!

Pour preuve: **le succès du Kindle d'Amazon (très relatif, aucun chiffre n'est disponible), lancé récemment en France.**

Miracle en vue ?

Le problème est encore celui de la valeur de l'info, donc de son prix. La valeur d'une info, même présentée sous la forme d'un journal traditionnel sur un écran agréable, n'est pas comparable à celle d'un livre numérique dont le contenu reste (pour l'instant) difficilement soluble sur le réseau .

5) No web ? Ah, le iPhone! Le graal des patrons de médias ! D'abord parce qu'ils ont enfin entre les mains un objet qu'ils comprennent. Le iPhone est à l'Internet ce que la Wii a été au jeu-vidéo. C'est l'émergence d'une économie des "casual" internautes. Tout le monde comprend la Wii, même les séniors.



Le mobile va en effet bouleverser l'écosystème de l'info **parce qu'il accélère les logiques du réseau**, mais aussi parce que l'outil est beaucoup plus proche de l'utilisateur, beaucoup plus accessible que l'ordinateur.

Il est vrai que les mobinautes paient facilement les applications iPhone. Pour autant, ce n'est pas un modèle en soi, ni un modèle unique.

Et les usages mutent à vitesse Grand V sur le mobile. Pour l'instant, une appli par média. Demain: à nouveau les agrégateurs ?

Et vous, vous en pensez quoi ?

—
» **Article initialement publié sur Demain, tous journalistes ?**

1 ping

Les tweets qui mentionnent Médias : le web sert-il vraiment à quelque chose ? | Owni.fr -- Topsy.com le 13 novembre 2009 - 13:37

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Guillaume Ledit et ant1, tom_plays. tom_plays a dit: #Médias : le web sert-il vraiment à quelque chose ? // Owni <http://bit.ly/1u5TzM> [...]

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's actual post text did not contain your blog url (<http://owni.fr/2009/11/13/medias-le-web-sert-il-vraiment-a-quelque-chose>) and so is spam.