

Pourquoi la presse ne peut faire l'impasse sur l'innovation

**BENOÎT GREVISSE,
FRÉDÉRIC ANTOINE
ET OLIVIER STANDAERT**

Professeurs à l'École de journalisme de Louvain et à l'Observatoire de recherche sur les médias et le journalisme (UCLouvain)

Le monde des médias d'information belges francophones vient de vivre deux événements d'importance, dont le contraste ne peut qu'interpeller. Dans la même semaine, deux personnalités journalistiques se sont lancées dans l'aventure de la création d'une chaîne d'information en continu, tandis que les Éditions de l'Avenir (EDA) annonçaient vouloir se séparer d'un quart de leurs effectifs. Deux ascenseurs des tendances journalistiques semblent se croiser. Les réserves dubitatives accompagnent l'innovation et, comme à chaque annonce de plan de licenciement, les commentateurs se bousculent pour en appeler à la défense de la pluralité de la presse.

Comme dans d'autres secteurs, la brutalité de telles mesures choque, d'autant plus que, dans ce cas, se pose la question de la passivité de l'actionnaire, Nethys, durant quatre ans.

Défi structurel

Mais sans doute cet angle d'analyse du phénomène empêche-t-il de poser les questions de fond qui portent sur l'avenir de ce secteur. Alors que le numérique occupe une place de plus en plus centrale dans l'écosystème des médias et dans les habitudes de consommation, 90% des revenus de la presse quotidienne, au niveau mondial, proviennent encore du support papier.

Ceci brosse un aperçu global du défi structurel que relèvent les éditeurs: ils savent que cette manne de revenus issue du papier, qui a fait leurs beaux jours au siècle précédent, s'essouffle tant et plus. Ils savent aussi, qu'à court ou moyen terme, on n'imprimera plus six journaux par semaine.

Ce constat, les éditeurs l'ont posé dès la décennie précédente. Mais les études qui sont menées en notre observatoire de recherche, montrent qu'en Belgique francophone, comme dans d'autres marchés de petite taille, la transition du modèle d'affaires de la presse quotidienne s'opère plus lentement qu'ailleurs.

La marche vers le numérique et la programmation de l'après papier est un processus lourd, nécessitant des choix straté-

giques et des investissements conséquents. Dans un marché médiatique plus concurrentiel que jamais, où chaque minute d'attention accordée à un média compte, notamment aux yeux des annonceurs, les éditeurs doivent réinventer les trois dimensions qui assurent (ou non) la pérennité d'un titre de presse: une stratégie de contenu, une stratégie de distribution et une stratégie de communauté. Le tout en devant monétiser les audiences du web, bien plus grandes que sur le papier, mais encore trop peu rentables.

Concentration progressive

La restructuration des Éditions de l'Avenir traduit l'évolution historique du marché belge, à savoir un phénomène de concentration progressive autour d'un nombre réduit de groupes de presse, que peut sembler préfigurer le choix d'imprimer le journal chez un concurrent (Rossel).

Elle peut aussi annoncer un mouvement de recherche de synergies visant à maintenir une diversité de titres, tout en se donnant les moyens de développer des solutions digitales adaptées à notre petit marché. Cette coupe claire dans le personnel souligne ainsi les contraintes structurelles propres au marché belge francophone. Mais cela ne dispense pas de faire le bilan des stratégies déployées par les actionnaires des EDA.

La diminution annoncée des effectifs, notamment rédactionnels, sonne comme un coup d'arrêt brutal pour ce titre qui avait, ces dernières années, tendance à étoffer son personnel. Elle affecte sans aucun doute la pérennité du modèle rédactionnel des EDA et pose question quant à sa future capacité à produire un journal capable de répondre aux exigences de son lectorat et aux défis de la transition numérique.

C'est un autre paradoxe du marché des médias: il existe un large consensus pour lier la réussite d'une marque média à sa capacité à trouver, traiter et décliner des informations à valeur ajoutée, grâce à des rédactions outillées, formées et compétentes; mais dans le même temps, l'emploi demeure une des variables d'ajustement les plus fréquemment actionnées lorsque des économies sont décidées.

Il faut cependant pouvoir reconnaître, tout en regrettant les pertes d'emplois, que le discours sur l'atteinte à la pluralité de la presse est souvent porteur de biais. Il présuppose que la presse, dans sa forme la plus classique, pourtant clairement mise en cause par les usages des lecteurs, serait

le lieu du débat démocratique.

Poser ainsi l'analyse semble l'invalider avant même de la développer, tant la réalité de ce siècle bien entamé oblige à réinventer ce rôle démocratique de la presse.

L'innovation technologique doit être mobilisée pour réinventer un journalisme en phase avec les publics de son temps. La Wallonie mérite mieux, pour sa presse, que les mises sous perfusions palliatives des charbonnages et de la sidérurgie.

La valeur de l'information

Nous pensons que la question de la valeur de l'information n'a jamais été aussi cruciale. Cette valeur est à la fois économique, culturelle et sociétale. À eux seuls, les sept quotidiens payants de Belgique francophone produisent quelque mille articles par jour. Cela a un impact direct sur le fonctionnement de notre société.

C'est pour cette raison que l'information a plus que jamais besoin de journalistes, de rédactions fortes et d'une vision stratégique, nourris de partenariats avec d'autres expertises.

Les restructurations en cours dans les médias traditionnels reposent la question de la valeur de l'information parce qu'elles touchent à ceux qui la produisent au quotidien selon une déontologie et des pratiques spécifiques. Cette dimension globale de la valeur de l'information ne peut être pensée qu'en renforçant les réflexions et les collaborations à tous les niveaux: celui des lecteurs, celui des pouvoirs publics, celui de l'enseignement et de la recherche universitaire, celui des investisseurs et des actionnaires, celui de l'économie numérique.

Les politiques de stimulation et de soutien à l'innovation, notamment, nous semblent primordiales dans la transition que vit le secteur. C'est en décloisonnant les périmètres d'action des parties prenantes précitées et en les amenant à collaborer de manière plus intensive qu'il est possible de faire évoluer les modèles actuels et de proposer d'autres voies de développement que celles qui passent, si souvent, par des coupes claires dans les effectifs.

La valeur de l'information n'a jamais été aussi cruciale. Cette valeur est à la fois économique, culturelle et sociétale.