

Nicolas Demorand et l'avenir de la presse : « je veux faire preuve d'un optimisme radical »

C'est par cette formule résolument paradoxale, bien dans le style du journal Libération, qu'il dirige depuis mars 2011, que Nicolas Demorand a ouvert la conférence débat de l'Observatoire des médias sur l'avenir de la presse, mercredi 28 novembre 2012 au CCO.

Au-delà de toutes les raisons bien connues de s'inquiéter de l'avenir de la presse (baisse du lectorat et des recettes publicitaires, coûts élevés, nouveaux supports) et l'absence de modèle alternatif stable, il puise cet optimisme de volonté, dans l'exemple des journaux qui par tâtonnements font émerger des modèles mixtes. Ainsi le New York Times (NYT) qui est sans doute le quotidien papier qui réussit le mieux la synthèse entre la relation verticale – écriture, fabrication, distribution au client – du modèle papier, et l'horizontalité des nouveaux médias qui fonctionnent en réseau et porte en permanence un flux d'information. Cette information numérique ne peut-être totalement gratuite. Différents modèles évoluent dans ce sens : les Echos viennent, par exemple d'opter pour le paiement au compteur.

Dans son diagnostic, Nicolas Demorand met l'accent sur la place du client : reprenant une formule de Bernard Guetta à propos des relations entre les journaux et leurs lecteurs « *Nous sommes passés du resto à carte unique, à la brasserie ouverte 24h/24* ». Alors quel journal faut-il faire, sachant que « *l'audiovisuel n'est qu'un média d'illustration* » ?

« *Il y a une coupure générationnelle dans le rapport à l'information, qui ne tient pas à la technologie. Les jeunes n'ont pas nos attentes et notre demande à l'égard de l'information. L'analyse est complexe et parfois paradoxale. Une campagne d'abonnement papier gratuit pour les moins de 25 ans avant les Présidentielles – « Si c'est la première fois, vaut mieux que tu sois informé ! » - a eu un énorme succès. Mais c'est ponctuel* ». Ce sont les comportements qui changent. Il faut s'adapter à ces nouveaux publics. Nicolas Demorand confie qu'il ne lit plus la presse papier depuis 6 ans, « *Je ne vais plus au kiosque à journaux, mais je n'ai jamais autant lu la presse* ».

Dans le cas de Libération, dont le lectorat est vieillissant à la fois pour le papier et internet, Il constate trois évolutions :

- La baisse des ventes en kiosque
- Des abonnements en augmentation
- Le développement des activités hors médias : évènementiel, journées spéciales, master class, live (comme notre conférence !)

La réactivité est une valeur essentielle du journalisme d'aujourd'hui et la diffusion exponentielle des supports (la tablette diffusée 10 000 fois plus vite que le mobile) entraîne le métier de la presse dans une grande mutation. Cette mutation concerne également les rapports avec l'Etat « *Les aides publiques à la presse sont massives* » ce qui n'est pas illogique en raison de la fonction civique et démocratique de la presse. Les discussions avec Apple ou la demande de faire payer Google pour l'accès aux contenus des quotidiens, montrent que c'est jour par jour que se construit la presse de demain : « *On se bat, je ne suis pas un esthète !* »

Avec passion, car Nicolas Demorand le dit à tous les jeunes et moins jeunes attirés par les médias et l'information « *Il n'a jamais été aussi facile de faire !* »

On serait tenté de conclure en citant le philosophe Alain « Le pessimisme est d'humeur ; l'optimisme est de volonté ».

Jean-Claude Charrier

29 novembre 2012

La conférence en intégrale est sur le site : www.up.univ-nantes.fr (rubrique : Conférences/Ecouter les conférences 2012/2013)

http://www.up.univnantes.fr/25390996/0/fiche_pagelibre/&RH=1200402701562&RF=1289387456966