

Selon la *Newspaper Association of America* (NAA), la diffusion des 770 plus grands quotidiens américains était, fin septembre 2006, en baisse de 2,8 % par rapport à l'année précédente. Après avoir culminé à 63,3 millions d'exemplaires en 1984, la diffusion moyenne des journaux américains s'établissait à 43,7 millions fin septembre 2006. Enfin, les quotidiens du dimanche accusent une érosion plus importante de leur diffusion, à hauteur de 3,4 % sur la même période.

La NAA note toutefois une nette hausse du trafic sur les sites Web des quotidiens américains, plus de 8 % en moyenne sur les cent plus grands marchés métropolitains. Au total, l'audience des journaux augmente par rapport à l'année précédente, une fois cumulées les audiences « *print* » et « *Web* ». Cette hausse du trafic est moins marquée dans les zones rurales ne disposant pas du haut débit. Elle devrait donc encore augmenter à terme.

La migration d'une partie des lecteurs de la version imprimée vers le site Web des quotidiens semble inévitable. Pour les grands métropolitains comme le *New York Times*, aujourd'hui de diffusion nationale, le changement de comportement des lecteurs est déjà fortement avancé : les ventes papiers du quotidien accusent une baisse de 3,5 % alors que la fréquentation de son site augmente de 24 %.

Les revenus générés en ligne ne compensent malheureusement pas la perte des revenus publicitaires de la version papier. Par conséquent, de nombreux éditeurs voient leurs revenus publicitaires globaux baisser et la rentabilité des titres décliner.

Sources :

- « La diffusion des journaux américains en baisse de 2,8 % à fin septembre », *Les Echos*, 31 octobre 2006.
- « Aux Etats-Unis, les quotidiens rattrapent leurs lecteurs sur le Net », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 6 novembre 2006.

N°1 Hiver 2006-2007