

# Le New York Times gratuit sur le Net

written by Françoise Laugée | 22 septembre 2007

Le grand quotidien de la côte Est, le *New York Times*, abandonne son offre payante de contenus en ligne baptisée Times Select. Pour 49,95 dollars par an ou 7,95 dollars par mois, l'abonnement donnait accès aux articles « *op-ed* » (opinions, analyses et éditoriaux) des célèbres chroniqueurs du journal ainsi qu'aux archives. Lancée deux ans auparavant, l'offre Internet du *New York Times*, gratuite pour les abonnés « papier » comme pour les étudiants et les enseignants, avait conquis 227 000 internautes et engendrait un revenu annuel d'environ 10 millions de dollars. Cependant, les perspectives de croissance des revenus en provenance des abonnements restaient faibles, comparées à celles des revenus publicitaires, selon Vivian L. Schiller, vice-présidente et directrice générale du site Web. Fort de ses 13 millions de visiteurs uniques par mois, bien plus que la plupart des sites de presse, le *New York Times* compte en effet un nombre progressivement plus élevés de visiteurs indirects, c'est-à-dire ayant utilisé un moteur de recherche ou un lien sur un autre site leur donnant bien souvent gratuitement accès aux articles « *op-ed* ». Si ces internautes ne sont pas prêts à payer pour lire, leurs visites correspondent toutefois à autant de pages vues et de revenus publicitaires supplémentaires. Les articles d'opinion ne sont certes pas ceux qui génèrent le plus ces revenus, mais ils entraînent de nombreux internautes vers d'autres parties du site Web du journal plus lucratives.

De nombreux lecteurs à l'instar de certains chroniqueurs du journal, notamment ceux dont les articles sont parmi les plus « transférés », ont exprimé leur désaccord. Les archives du journal sont donc désormais accessibles gratuitement, celles datant de 1987 à aujourd'hui, comme celles allant de 1851 à 1922, tombées dans le domaine public. Pour la période de 1923 à 1986, certains documents demeurent payants.

Le *Wall Street Journal* reste le seul, parmi les grands journaux américains, à avoir un site majoritairement payant. Lancé en 1996, celui-ci compte 1 million d'abonnés et rapporte 65 millions de dollars de revenus. Son nouveau propriétaire, Rupert Murdoch, envisagerait d'en rendre l'accès gratuit. Cette perspective aurait, selon la majorité des experts, encouragé le changement de stratégie commerciale du *New York Times*. *The Financial Times*, quant à lui, réserve encore un accès payant à une partie de son site Web, tandis que le *Los Angeles Times* a abandonné le modèle payant testé en 2005 suite à une baisse conséquente de la fréquentation de son site.

Selon Colby Atwood, président de Borrell Associates, une société d'études sur les médias, le financement par la publicité au détriment de

l'abonnement deviendra le modèle économique dominant sur le long terme au regard de l'augmentation de la fréquentation des sites et des investissements publicitaires sur le Web. La gratuité est inévitable pour les sites d'information généralistes, confirme Rosental Alvès, professeur en communication à l'Université d'Austin (Texas) et spécialiste d'Internet. Le modèle payant ne vaudrait désormais que pour les seules lettres dites confidentielles.

Sources:

- « Times to Stop Charging for Parts of Its Web Site », Richard Pérez-Penã, nytimes.com, 18 septembre 2007.
- « Le New York Times rend son site internet gratuit », AFP in tv5.org, 18 septembre 2007.
- « Le "New York Times" rend gratuit son site Internet », Sylvain Cypel, *Le Monde*, 21 septembre 2007.