Au Québec, le quotidien La Presse se risque à la gratuité sur tablette

Description

Alors que la plupart des grands journaux tendent à faire payer l'information en ligne, notamment par le biais d'applications pour terminaux mobiles – *Le Monde* a lancé en mai 2013 son « JT », journal tactile sur iPad, conçu en interne, offrant aux abonnés du journal des contenus multimédias – le quotidien *La Presse* édité à Montréal (Québec) fait le pari inverse.

En avril 2013, le quotidien montréalais né en 1884 a lancé une nouvelle application, *La Presse+*, développée avec Apple sur iPad et entièrement gratuite. Estimant que « la gratuité est un phénomène irréversible en information », au regard des habitudes prises par les plus jeunes de télécharger des contenus sur Internet sans les payer, le directeur du journal, Guy Crevier, souhaite faire de *La Presse+* « le premier média de masse sur tablette ». Le site web lapresse.ca propose désormais l'actualité en temps réel, tandis que les contenus propres au journal sont distribués sur tablette et que le tirage papier, qui s'établit en moyenne à 250 000 exemplaires par jour, sera progressivement réduit au regard du succès de la nouvelle application pour tablette. Ainsi, l'entreprise réduira peu à peu ses coûts d'impression et de distribution (85 à 90 millions de dollars par an). Le tirage de *La Presse* devrait à terme être divisé par trois. A l'horizon 2016, 2018 ou 2020... s'interrogent les spécialistes. Le journal reste lié par contrat à son imprimeur, le groupe Transcontinental, jusqu'en 2018.

« *Vaisseau amiral* » du journal selon son directeur, *La Presse+* a requis un investissement de 40 millions de dollars en trois ans et le recrutement de programmeurs, designers et journalistes, soit 200 personnes au total. « *Entre ça et la décroissance continue, c'est positif d'essayer autre chose* » déclare Frédéric Murphy, président du syndicat des journalistes de *La Presse*, dont la version imprimée devient alors un support parmi d'autres, site web et applications pour smartphone. Comme beaucoup d'autres entreprises de presse écrite, *La Presse* vient d'inaugurer son propre studio de télévision.

La véritable innovation de *La Presse* se trouve pourtant ailleurs. En faisant le pari de ne compter que sur les revenus de la publicité, l'entreprise de presse a fait le choix audacieux d'établir une grille de tarifs publicitaires au lieu de facturer les encarts au nombre de clics générés. Des outils informatiques ad hoc ont été développés au sein de son « média lab » et mis à la disposition des publicitaires, qui peuvent même télécharger des codes de programmation, pour communiquer sur sa nouvelle plate-forme pour tablette. Constatant que le taux d'équipement de la population en tablettes progresse trois fois plus vite que celui des smartphones, le groupe Gesca, propriétaire de *La Presse*, pourrait à terme appliquer son nouveau modèle économique à l'ensemble de ses titres de presse (*Le Soleil*, *La Voix de l'Est*, *Le Droit*, *La Tribune*, *Le Nouvelliste*, *Le Quotidien*).

Sources :

- « Tablettes : le quotidien québécois La Presse choisit la gratuité », Fabien Loszach, *meta-media.fr*, 26 mars 2013.
- « A contre-courant, le journal montréalais La Presse mise sur la gratuité », *AFP*, *tv5.org*, 18 avril 2013.
- « « Journal tactile » : « Le Monde » réinventé pour les tablettes », *le-monde.fr*, 15 mai 2013. »

Categorie

1. Ailleurs

date créée

21 mars 2013

Auteur

francoise