

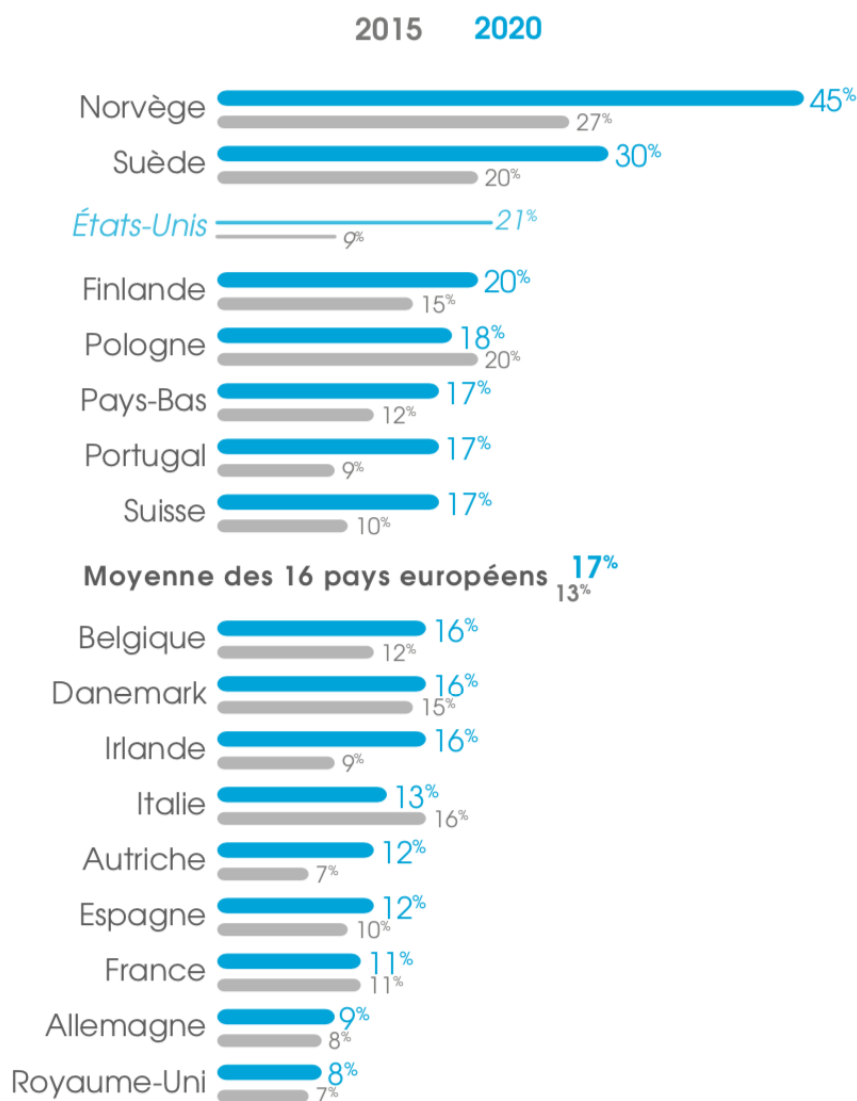
L'idée de payer l'information en ligne est loin d'être acquise...

written by Françoise Laugée | 14 décembre 2021

En quête d'autonomie financière, devant compenser à la fois la baisse de leurs recettes publicitaires et celle de la diffusion des exemplaires imprimés, la plupart des éditeurs de presse misent sur la propension de leurs lecteurs à payer pour consulter l'information en ligne, notamment par la mise en place d'un « mur payant ».

Paiement de l'information en ligne

en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens



Alors que les internautes sont de plus en plus souvent sollicités pour payer l'accès

aux sites web ou aux applications de la presse d'information – *via* un abonnement, un paiement à l'unité, voire un don –, la grande majorité résiste à cette pratique. Dans les principaux pays européens moins d'une personne sur cinq, en moyenne, paye pour s'informer en ligne, selon la dixième édition du Digital News Report du Reuters Institute.

La moyenne d'âge des abonnés à la presse d'information en ligne est de 40 à 45 ans en Espagne et en Irlande ; de 45 à 50 ans en Allemagne, Autriche, Finlande, France et Pays-Bas ; de 50 à 55 ans en Italie et en Suède ; de 55 à 60 ans au Danemark.

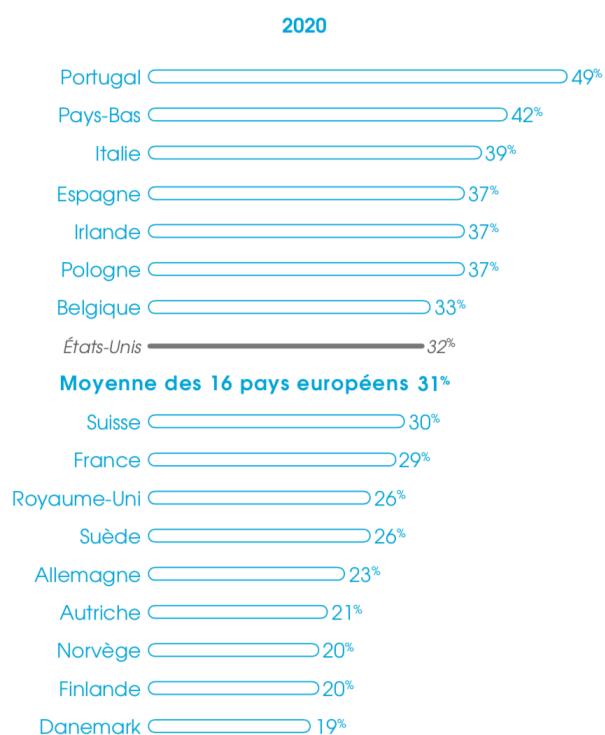
... et la situation financière des médias d'information privés est loin d'être un sujet de préoccupation

Dans chacun des trente-trois pays étudiés, moins de la moitié des personnes interrogées savent que la plupart des organes de presse sont moins rentables qu'il y a dix ans. Une personne sur cinq (19 %), en moyenne, pense au contraire qu'ils sont plus rentables aujourd'hui et 36 % répondent ne pas savoir, selon l'enquête du Reuters Institut.

Le financement des médias d'information est une question fondamentale en démocratie. Pourtant, les difficultés financières des journaux inquiètent assez peu le public en général, comme le démontre l'enquête du Reuters Institute. Depuis 2010, à l'exception de quelques titres, la plupart des entreprises de presse dans le monde enregistrent une baisse significative de revenus, -20 % depuis 2015 selon WAN-IFRA. La presse locale s'en trouve particulièrement fragilisée. L'économie des médias préoccuperait donc essentiellement les personnes dont l'activité est liée, de près ou de loin, à cette industrie. Ce manque manifeste de sensibilisation des citoyens aux difficultés financières des entreprises de presse n'encourage assurément pas les politiques à faire de cette question une priorité.

Intérêt déclaré pour la situation financière des médias d'information privés

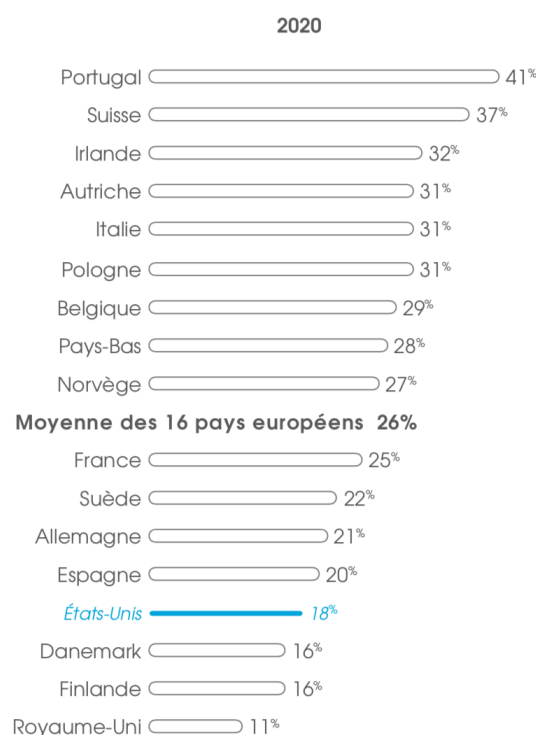
en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens



* Question : « How concerned are you, if at all, about the financial state of commercial news organisations in your country ? ». Réponses proposées : « Concerned » ; « Don't Know » ; « Not Concerned ». Panel : environ 2 000 personnes par pays. Données recueillies entre fin janvier et début février 2021.

Favorables à une intervention du gouvernement afin d'aider les médias d'information en difficultés financières

en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens



* Question : « Should the government step in to help commercial news organisations that can't make enough money on their own ? ». Réponses proposées : « Yes, they should » ; « No, they should not » ; « Don't know ». Panel : environ 2 000 personnes par pays. Données recueillies entre fin janvier et début février 2021.

Généralement, les personnes interrogées qui se déclarent concernées par les difficultés financières des médias d'informations privés sont également celles qui se disent favorables à l'idée d'un soutien de l'État en leur faveur, note le Reuters Institute.

Sources :

- D'après Digital News Report, 10th edition, 2021, Nic Newman with Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen ; – 5th edition, 2016, Nic Newman with Richard Fletcher, David A. L. Levy and Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute for the Study of Journalism
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>