



## Planète conso

Philippe Amez-Droz \*



# Une audience difficile à commercialiser

La mutation de la presse écrite à l'ère numérique vient de connaître un brutal coup de projecteur avec l'annonce de réductions d'emploi à la *Tribune de Genève* et à *24 heures*. Cette annonce s'inscrit dans un processus de déclin d'un modèle économique bien connu en économie des médias, et qui n'a pas encore trouvé de substitut numérique fiable. Le modèle dit du «marché biface», ou *two-sided-market*, est formé de deux demandes et d'une offre. La première demande est celle des lecteurs (surtout abonnés). La deuxième demande est celle des annonceurs. La publicité a longtemps contribué à réduire le prix de l'offre (ou journal imprimé). Dénommée lien subventionneur, cette dernière prenait ainsi en charge l'essentiel du coût du journal imprimé. Selon le principe d'une spirale vertueuse, l'abaissement du prix du journal a facilité l'accès au plus grand nombre, dopé les tirages et permis des économies d'échelles conséquentes. Média de masse, la presse écrite imprimée fut dès le XIXe siècle au cœur de l'expression démocratique et plurielle des sociétés

industrialisées. Son déclin véritable n'est pas apparu avec Internet, mais bien avec un autre média de masse: la télévision. Même si une des dernières accélérations s'est produite pendant la crise de 2008. L'ère numérique est pourtant celle de multiples paradoxes: l'audience de la presse écrite en ligne n'a jamais été aussi élevée, mais cette dernière ne parvient pas à en tirer de substantielles recettes. Dans un monde dématérialisé aux

«L'ère numérique est pourtant celle de multiples paradoxes»

contenus infinis, le «papier» délimite pourtant un univers fini et offre une distinction claire entre les contenus. La multiplication des adblocks (applications de blocage de la publicité digitale) rappelle fort opportunément l'une des qualités du support imprimé: sa fiabilité.

\* Collaborateur scientifique, Medi@LAB-Genève, auteur de *La mutation de la presse écrite à l'ère numérique* (Slatkine, 2015).