

## Journaliste, chronique d'une mort annoncée

La presse écrite serait-elle définitivement transformée en peau de chagrin et ses journalistes en voie de disparition ? La contraction du nombre de titres et de professionnels qui les écrivent est sévère. Face à la profusion d'informations sur le net et à une pratique gestionnaire peu dynamique, la presse semble s'effacer progressivement. Le métier de journaliste est en péril. Invité par le [Réseau Oudinot](#), le 6 mars 2012, Olivier Cimelière auteur de « [Journalistes, on a besoin de vous](#) », journaliste de formation, communicant de professionet [actif blogueur](#), a analysé les raisons du déclin.

Plus de journal la Tribune en kiosque, disparition totale d'un quotidien emblématique qu'était France-Soir, plans sociaux à répétition dans les grands groupes de presse... l'oraison funèbre est en cours de rédaction. Au-delà du constat d'une presse écrite qui s'effeuille chaque jour, se pose la question de la disparition du métier de journaliste, indicateur de bonne santé démocratique. Des irréductibles comme Olivier Cimelière n'hésite pas à réveiller les consciences sur les dangers inhérents à ce naufrage. « *Il n'est dans l'intérêt de personne de ne plus lire de presse* » annonce d'emblée Olivier Cimelière. Aujourd'hui dans le monde, des journalistes sont emprisonnés et tués parce qu'ils cherchent à décrire une réalité. Et c'est RSF qui tient cet alarmant mais nécessaire [baromètre de la liberté de la presse](#) dans le monde. Des chiffres brutaux pour rappeler que savoir et comprendre coute parfois le prix d'une vie. Mais la presse meurt aussi d'un conflit dans lequel elle est son propre ennemi.

### *Crise économique, crise de confiance*

Manque de culture gestionnaire des entreprises de presse, business model trop dépendant de la publicité, coûts de fabrication et de distribution faramineux, pression des syndicats : la compétitivité des quotidiens français est lourdement lésée. Les effets sont sans appel. Les licenciements se multiplient entraînant mécaniquement une baisse de la qualité des informations. Face à une course à l'audience effrénée, les fautes lourdes liées à un mauvais traitement de l'actualité pèsent sur la crédibilité

des professionnels. Selon le dernier [baromètre TNS La Croix](#), la télévision reste le média privilégié des Français pour s'informer. Loin derrière, 35% des interrogés choisissent la presse écrite. Mais ce n'est pas tout, la méfiance des Français envers les journalistes (tous supports confondus) est élevée. 59% estiment qu'ils ne sont pas indépendants vis-à-vis des partis politiques ou du pouvoir. Pour Olivier Cimelière, l'appartenance des supports à des grands groupes industriels est loin d'être rassurante.

### *Perte du monopole*

Aux explications endogènes se greffent des révolutions qui ont atteint de plein fouet la presse et ses journalistes. La concurrence des gratuits a sa part de responsabilité. Métro, 20 Minutes, bien que n'ayant aucune valeur ajoutée, font tanguer le bateau presse qui est pourtant renfloué par des subventions directes et indirectes versées par l'Etat. Taux de TVA réduit à 2,1%, tarif postal préférentiel, exonération de taxe professionnelle, régime de défiscalisation...une manne annuelle d'aides indirectes qui s'élèveraient à 626 M€, à laquelle s'ajoute 357 M€ de soutiens directs.

La perfusion restera-t-elle longtemps utile face au concurrent redoutable qu'est le net ?

Sur la toile, tout le monde est pourvoyeur d'informations. Commentaires, témoignages en live, billets d'humeur, avis et critiques font aujourd'hui l'information. Et peu importe que l'auteur possède la fameuse carte de presse délivrée par la [CCIJP](#). L'internaute informateur

revendique sa compétence hors des bancs des écoles spécialisées. Sa contribution active sur le net est son gage de crédibilité. « *Aujourd'hui, les plus jeunes n'apprennent pas à identifier les bonnes sources d'informations et encore moins à hiérarchiser les données* » déplore Olivier Cimelière. Le journalisme est collaboratif, participatif, augmenté, conversationnel. Des nouveaux termes qui contribuent à la confusion. Les voies de sorties sont théoriques. La presse doit renforcer sa marque pour mieux vendre ses éditions papier sans oublier de séduire ses lecteurs digitaux par une offre payante marketée. Pourtant si l'on en croit [l'étude du](#)

[Centre d'étude en journalisme de l'Institut de recherche Pew](#) aux États-Unis, les choses ne sont pas si simples. Le chiffre d'affaires sur internet des journaux américains est très loin de compenser le recul de celui des éditions papier. "Pour chaque dollar gagné dans le numérique, 7 dollars sont perdus en chiffre d'affaires papier", conclut le rapport du PewResearch Center. Le salut ne viendrait-il pas d'une prise de conscience citoyenne et pédagogique pour sauver le « vrai soldat journaliste », unique gage d'une information vérifiée qui puisse encore cultiver l'esprit critique cher à toute démocratie ?

[Natacha Fellous](#)

[Réseau Oudinot](#)

Directrice conseil Agence Attitude corporate

### Tous journalistes sur le web ?

- **L'autopublication** : montée de l'amateurisme de masse
- **Le journalisme participatif** : dont font partie les journalistes citoyens prônant le fait que tout citoyen est un journaliste potentiel
- **Le journalisme augmenté** : valeur ajoutée de l'article par l'introduction de sujets connexes ou d'illustrations
- **Le data journalisme** : compilation de données pour recoupement, analyse et investigation.
- **Le flash journalisme** : information brute, à la limite du copié-collé de dépêche d'agences de presse, publiée à chaud.
- **Le live journalisme** : événements communiqués au public en direct. Tendance liées aussi outils de microblogging type Twitter.
- **Le narrative journalisme** : journalisme de terrain ou d'enquête.
- Le **"blog journalisme"** : pratique du blog appliquée au journalisme avec de courts billets (textes et contenus multimédias)