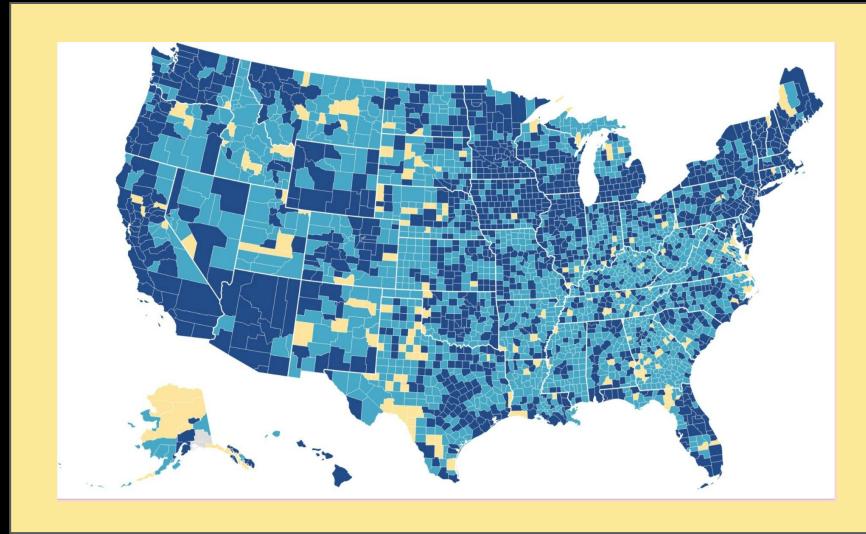


# Les leçons de la presse locale américaine





# Qui suis-je ?

## Cyrille Frank

Journaliste-Consultant-Formateur

Transformation numérique des médias

Directeur de la formation de CosaVostra,  
Ex-directeur de l'ESJ Pro Medias, directeur des  
contenus d'AOL/Altavista, journaliste print, web,  
radio (Fun Radio)...

👉 **Newsletter** : newsletter "mediarama"  
[newsletter.kessel.media](mailto:newsletter.kessel.media)

👉 **Blog** : [mediaculture.fr](http://mediaculture.fr) / Twitter : [cyceron](https://twitter.com/cyceron)

01

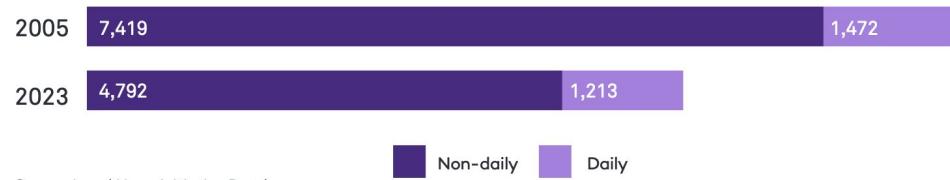
# Les difficultés de la presse U.S / France



## La disparition des journaux

### **Total number of local U.S. newspapers: 2005 and 2023**

There has been a net loss of 2,887 papers since 2005.

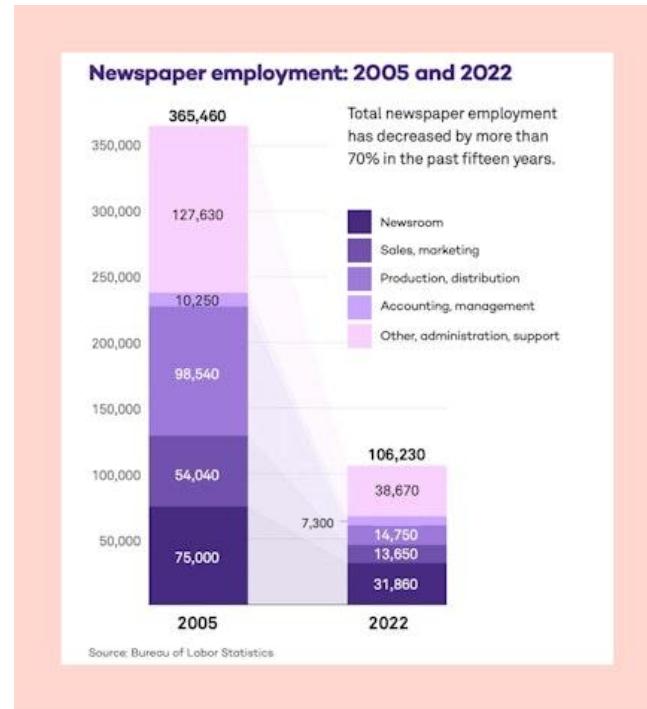


**Depuis 2005, le pays a perdu près de 2 900 journaux, dont plus de 130 l'année dernière (fermeture ou absorption). Il y a actuellement 203 déserts d'information, c'est à dire des comtés sans journaux.**

## Les journalistes au chômage

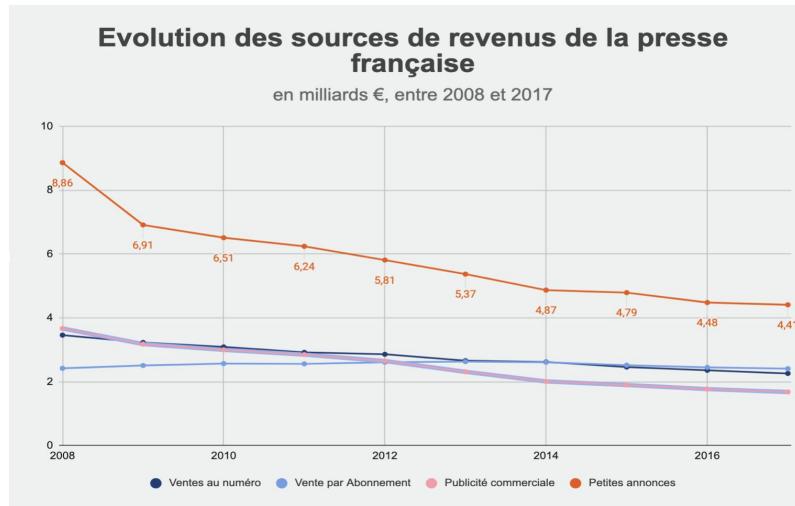
Les deux-tiers des journalistes locaux ont perdu leur emploi depuis 2005, soit **43 000 personnes**.

Toutes professions confondues, les effectifs de la presse **ont fondu de 70% entre 2005 et 2023**.



**En France ?**

## La presse voit fondre ses ressources à la fois sur les ventes, les petites annonces et la publicité



[Le Monde - Dessine-moi l'éco - Déc. 2019](#)

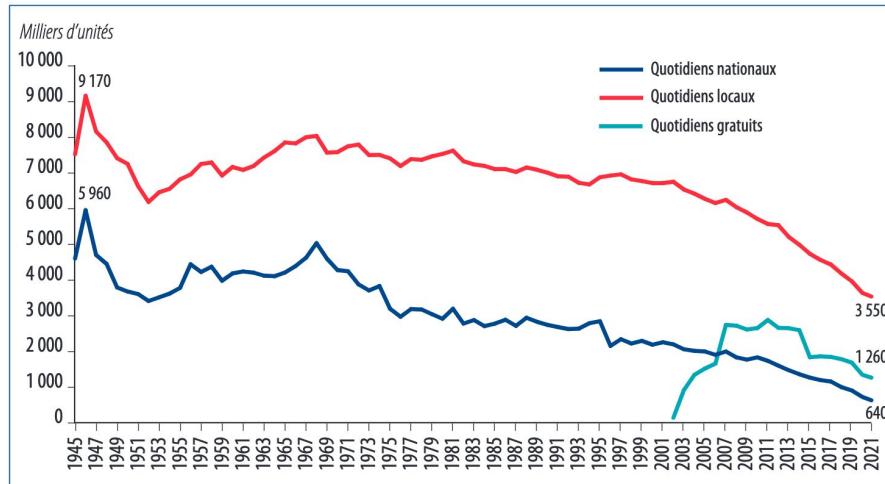
Entre 2008 et 2017, les revenus des petites annonces et de la publicité ont été divisés par deux.

Les ventes à l'unité ont baissé de 35%.

Seules les revenus d'abonnements sont restés stables.

## Chute des tirages de PQN depuis 1945

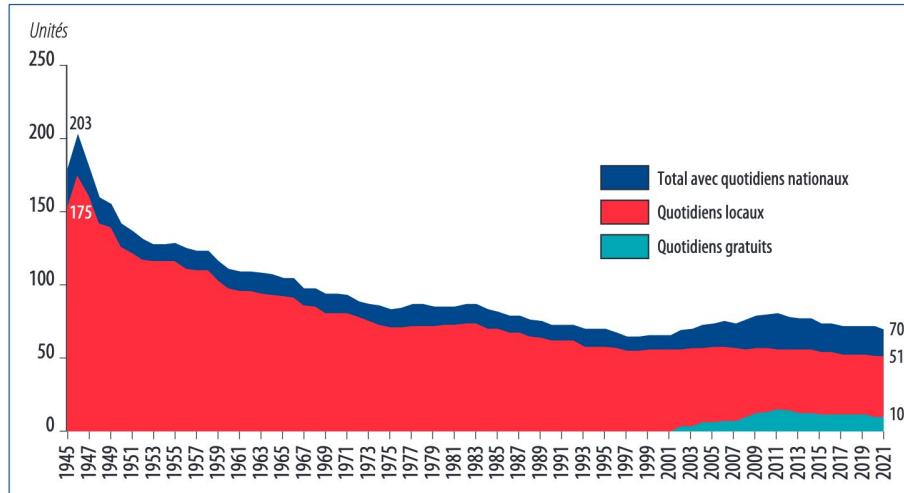
Graphique 3 – Tirage total moyen journalier des quotidiens d'information générale et politique, 1945-2021



ACPM / Ministère de la culture 2022

## Evolution du nombre de titres (PQN / PQR/gratuits)

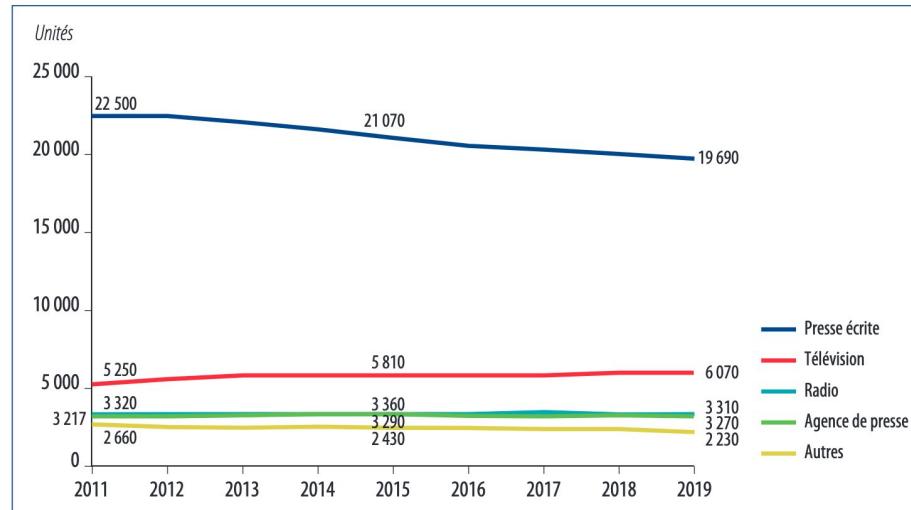
Graphique 2 – Nombre de titres de quotidiens d'information générale et politique,  
1945-2021



ACPM / Ministère de la culture 2022

## Evolution du nombre de journalistes encartés

Graphique 1 – Évolution de la population de journalistes titulaires de la carte de presse par média, 2009-2019



[ACPM / Ministère de la culture 2022](#)

## Les effectifs du secteur de la presse en baisse depuis 2012



**- 17 % salariés**

entre 2012 et 2020\*

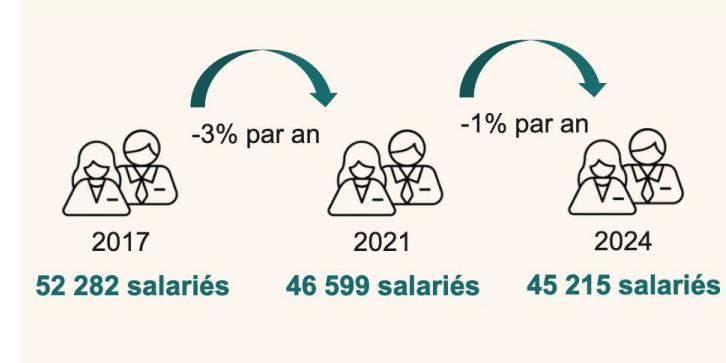
Source : URSSAF ; retraitement Katalyse



**- 12 % de journalistes**

au cours de la période

- Presse magazine (-20%) et Presse spécialisée (-17%) ayant été les segments plus impactés



[Afdas - Analyse des besoins de la presse](#) - Janvier 2022

**Pourtant, certains journaux non seulement  
survivent, mais se portent bien.**

**Quel est leur secret ?**

02

# **Les recettes des journaux U.S.**



## Une vaste étude de la presse locale américaine

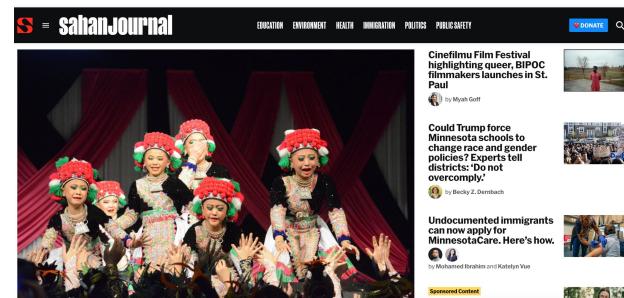
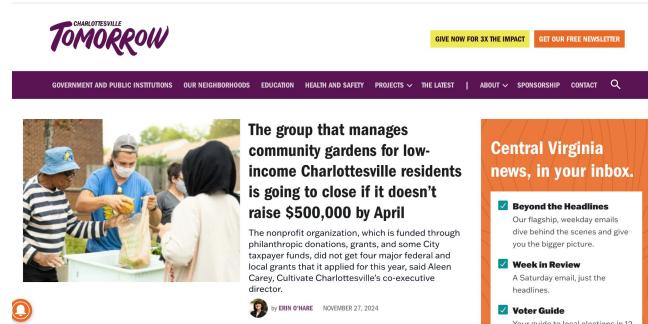
Aux Etats-Unis, la *Medill Local News Initiative* analyse depuis 15 ans l'évolution de la presse locale. [Son dernier rapport](#) fait le point sur l'état de la presse locale U.S. et les solutions trouvées.



# 1. Remplir un espace éditorial vacant

Charlottesville Tomorrow lancé en 2005 a un projet éditorial original : l'équité raciale “Les organisations médiatiques historiques ont largement échoué à représenter les communautés de couleur” explique le site.

Sahan Media a été lancé en 2019 pour couvrir les communautés immigrées et de couleur, mal traitées par les médias locaux ou nationaux.



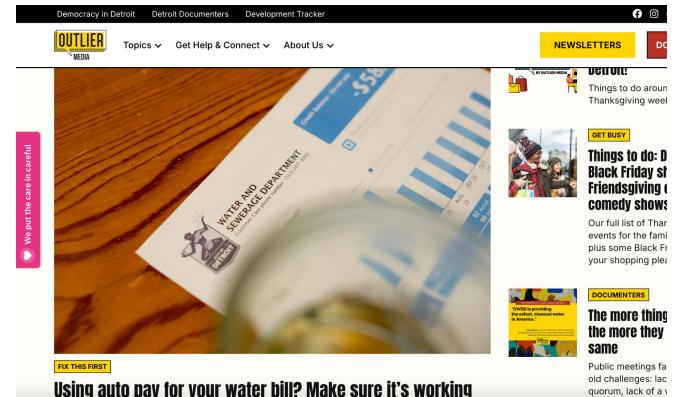
## 2. Adapter l'offre aux besoins réels du public

Les éditeurs à succès **proposent aussi des contenus des jeux d'actualités, des sujets magazine...**

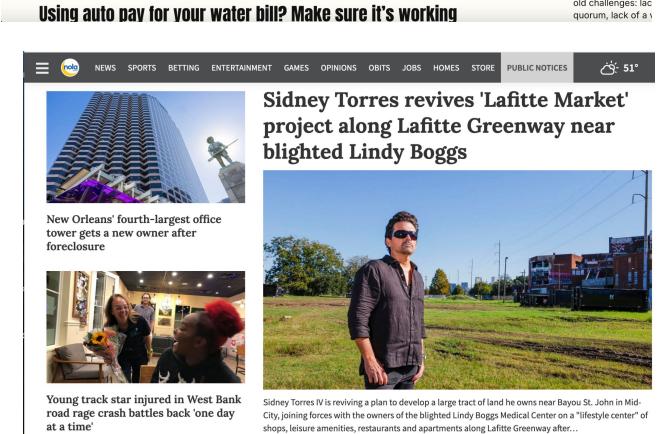
Mais surtout, ils **interrogent leurs lecteurs**, à l'image de *Outlier* qui a mis en place un numéro sms dédié pour récupérer de l'information et des idées de sujets.

Avant de se lancer à Shreveport-Bossier City, *Georges Media* a interrogé les résidents sur leurs habitudes et intérêts en matière de consommation d'informations. Ils ont tenu compte de ces données dans le recrutement et la planification éditoriale.

L'engagement communautaire et les retours des sondages ont poussé *Charlottesville Tomorrow* à expérimenter la publication en espagnol



The screenshot shows the homepage of Outlier Media. At the top, there are navigation links: Democracy in Detroit, Detroit Documenters, Development Tracker, OUTLIER MEDIA, Topics, Get Help & Connect, and About Us. Below the navigation is a large image of a water bill on a wooden table. A red button on the left says 'FIX THIS FIRST'. A sidebar on the left says 'We put the care in careful'. On the right, there are several news cards: 'Things to do around Thanksgiving week', 'Things to do: Black Friday st Friendgiving comedy shows', 'Our full list of Thanksgiving events for the family plus some Black Friday shopping picks', and 'DOCUMENTERS: The more they have, the more they same'.



The screenshot shows the homepage of NOLA.com. At the top, there are navigation links: NEWS, SPORTS, BETTING, ENTERTAINMENT, GAMES, OPINIONS, OBITS, JOBS, HOMES, STORE, and PUBLIC NOTICES. The weather is shown as 51°. The main news article is titled 'Sidney Torres revives 'Lafitte Market' project along Lafitte Greenway near blighted Lindy Boggs'. Below the article are two smaller images: one of a track star in a hospital room and another of Sidney Torres standing in a field.

### 3. Multiplier les sources de revenus

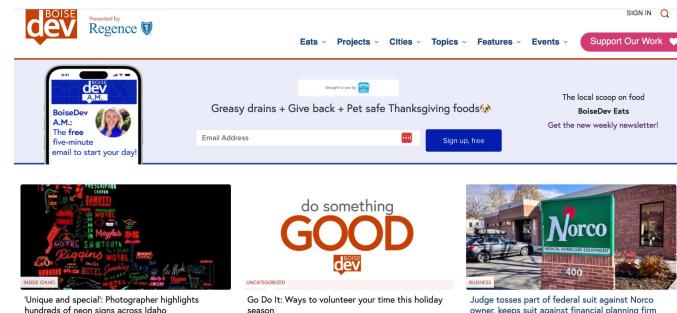
Seven Days est un hebdo papier et web gratuit basé dans la ville universitaire de Burlington (Vermont),

Pour rester gratuit, le titre utilise **tous les axes de monétisation possibles** : publicité, petites annonces, dons, annonces légales, de-commerce...

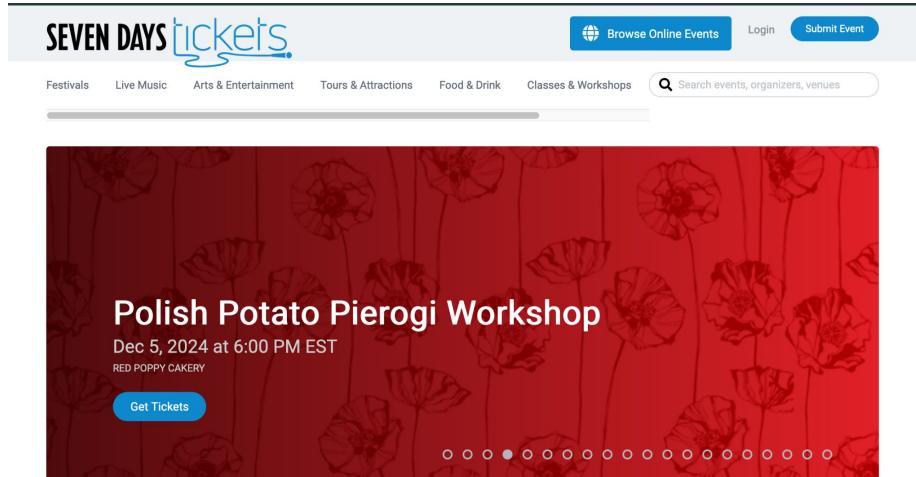
**Sa brique e-commerce** est la plus originale via sa billetterie événementielle.

BoiseDev, site local dans l'Idaho, a misé lui aussi sur le gratuit. Ses revenus proviennent d'un mélange d'adhésion et de publicité.

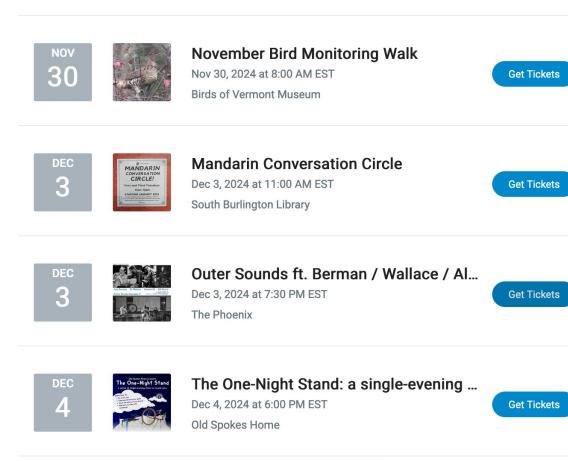
*George Media Group*, éditeur de Louisiane, s'en sort grâce à la publicité vidéo et les contenus de marque.



## 4. Faire du e-commerce d'affiliation

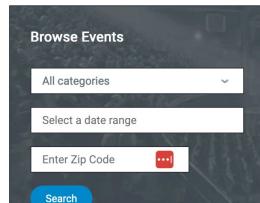


The screenshot shows the homepage of Seven Days Tickets. At the top, there's a navigation bar with links for 'Festivals', 'Live Music', 'Arts & Entertainment', 'Tours & Attractions', 'Food & Drink', 'Classes & Workshops', and a search bar. Below the navigation is a large red banner featuring a pattern of red poppies. On the banner, the text 'Polish Potato Pierogi Workshop' is displayed in white, along with the date 'Dec 5, 2024 at 6:00 PM EST' and the location 'RED POPPY CAKERY'. A blue 'Get Tickets' button is visible. At the very bottom of the banner, there's a decorative footer with a series of small circles.



This section displays a list of events for November 30 and December 3, 2024. Each event is shown with a date box, a thumbnail image, the event name, the date and time, and a 'Get Tickets' button.

NOV	30	Event	Date	Get Tickets
	30	November Bird Monitoring Walk	Nov 30, 2024 at 8:00 AM EST	<a href="#">Get Tickets</a>
		Birds of Vermont Museum		
DEC	3	Event	Date	Get Tickets
	3	Mandarin Conversation Circle	Dec 3, 2024 at 11:00 AM EST	<a href="#">Get Tickets</a>
		South Burlington Library		
DEC	3	Event	Date	Get Tickets
	3	Outer Sounds ft. Berman / Wallace / Al...	Dec 3, 2024 at 7:30 PM EST	<a href="#">Get Tickets</a>
		The Phoenix		
DEC	4	Event	Date	Get Tickets
	4	The One-Night Stand: a single-evening ...	Dec 4, 2024 at 6:00 PM EST	<a href="#">Get Tickets</a>
		Old Spokes Home		



This block shows a search interface for browsing events. It includes a 'Browse Events' button, dropdown menus for 'All categories' and 'Select a date range', a 'Enter Zip Code' input field with a location pin icon, and a 'Search' button.

La billetterie payante bien intégrée de [Seven Days](#) est un bon exemple. Le site propose un moteur de recherches, un accès par date et une mise en avant des événements grâce au diaporama de une. Le site prélève environ 10% des transactions.

## 5. Proposer des annonces payantes originales

### **Submit a Pet Memorial for the Fur-ever Loved Section**

Your beloved pet was a part of the family. Explain how and why in a **Seven Days** pet memorial. Share your animal's photo and a written remembrance in the **Fur-ever Loved** section of the newspaper and [online](#). It's an affordable way to acknowledge and celebrate the nonhuman companions in our lives.



#### **Ready to submit your memorial?**

All you need is a great horizontal photo, your fond memories and a credit card. If you've got all those items gathered up, click the button below:

[Submit a Pet Memorial](#)

[View Memorials](#)

**Kip, 2010-2020 – He Was Loving and Dedicated**

POSTED ON WED, OCT 30, 2024 AT 5:13 PM



COURTESY

Kip, a Lab-Bernese mix, was our first dog. He was a "mistake" at a kennel near Chester, Vt., that bred Bernese mountain dogs and Labs. His father (a Lab) got into the wrong housing unit one night, and the result was Kip. Kip looked me very deep in the eyes the first time I saw him as a puppy. There was no doubt in my mind that he was to be our first family dog. We loved him, and he loved us in return for 10 years. Pure unconditional love.

**Seven Days**, toujours très créatif, propose **un hommage à son chien décédé**. Il en coûte entre 30 et 95 \$ selon la longueur du texte publié dans cette galerie souvenir éternelle. Très malins aussi les boutons de partage sociaux.



## 6. Partager la gouvernance avec les salariés

Seven Days est détenu à 49% par ses employés et 51% par l'éditeur. **Avantages** : fidéliser et motiver les salariés au succès du titre.

**Pour attirer et fidéliser ses rédacteurs, le titre priviliege la formation.** Un exemple : organisation de séances de deux heures, appelées "lunch and learn", au cours desquelles les équipes discutent de sujets tels que les accroches et les conclusions.



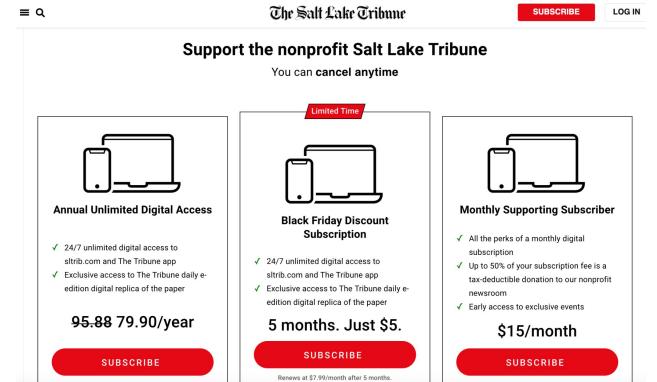
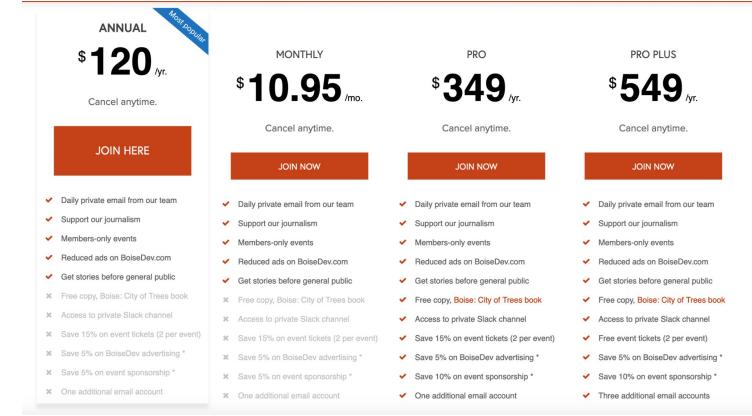
## 7. Développer le modèle d'adhésion et de dons

*BoiseDev* a misé lui aussi sur le gratuit. Ses revenus proviennent d'un **mélange de dons et de publicités**.

**Les différents niveaux d'adhésion donnent droit** à des évènements, à des publicités réduites, à l'accès aux contenus en avant-première, à une chaîne communautaire sur Slack etc.

Le [\*Salt Lake Tribune\*](#) propose aussi différents niveaux d'adhésion donnant droit à la version pdf du journal, à des évènements exclusifs...

[\*The Seattle Times\*](#) mixe abonnements et mécénat auprès des fondations, entreprises et individus pour financer les rubriques d'intérêt général : les enquêtes, l'éducation, la santé mentale...

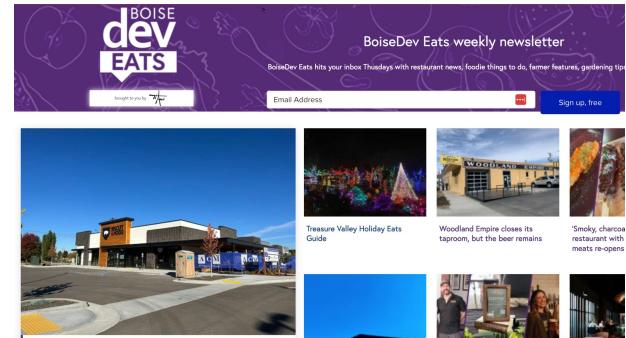


## 8. Mettre le paquet sur les newsletters

BoiseDev propose une newsletter matinale gratuite populaire, qui met en avant **les principales infos hyper-locales** (de la ville et des comtés environnants), sans opinion. Elle rassemble des reportages originaux et inclut parfois du contenu provenant d'autres sites.

Le site propose aussi depuis l'été 2024 une newsletter hebdomadaire gratuite **axée sur la nourriture et les restaurants**, [BoiseDev Eats](#).

[Bridge Michigan](#) met l'accent sur les newsletters thématisées : une quotidienne et des newsletters hebdomadaires sur l'économie, l'éducation, l'environnement et la santé, ainsi qu'une newsletter bihebdomadaire sur la politique. Les abonnés à la newsletter quotidienne ont augmenté de 12 %, passant de 120 973 en 2022 à 135 711 en 2023.



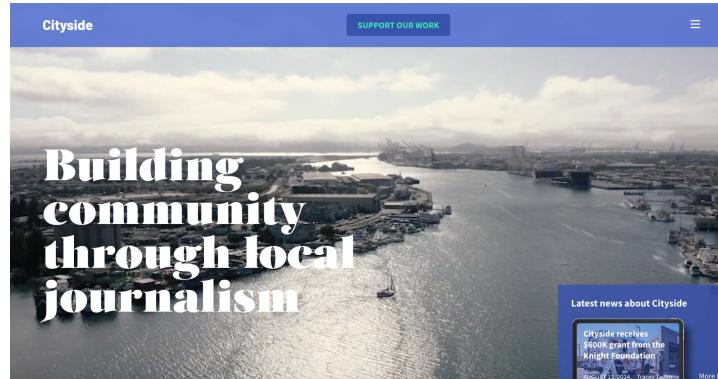
## 9. Développer une communauté engagée

[Cityside](#) rassemble trois sites gratuits à Berkeley, Oakland et Richmond. Le groupe met l'accent sur l'engagement de l'audience **via des conversations, des sondages en ligne et des événements en direct**.

**Le site organise des réunions publiques** pour les élections du conseil municipal. Ces réunions, modérées par des journalistes offrent des services d'interprétation en espagnol et des questions-réponses avec le public.

**Les journalistes de *Richmondside* ont mis en place un canal WhatsApp** (+ 2 000 abonnés en trois mois).

**La communauté et la conversation** sont au cœur du succès de [Conecta Arizona](#) pour engager son audience. Sa fondatrice Maritza Félix s'est lancée sur *WhatsApp* en mai 2020 pour combattre la désinformation liée au COVID-19, dans les communautés proches du Mexique.



**El caos: Mi razón para dar gracias en el 2024**

POR MARITZA FÉLIX • CRUZANDO LÍNEAS • NOVIEMBRE 27, 2024

Mi mundo es un caos controlado. Mi computadora se traba cada vez que abro el correo electrónico en el que cientos de emails de mis ocho cuentas compiten por mi atención; tengo unos tres o cuatro mil

## 10. Monétiser cette communauté via des évènements

**Cityside** monétise cette communauté grâce à des **événements thématisés** qui sont la principale source de revenus du groupe.

À Berkeley, il s'agit des “Idea Makers” ; à Oakland, des “Culture Makers”. Richmondside a mis en place une série de forums pour les candidats.

**BoiseDev** se finance aussi grâce aux évènements qui réunissent des entreprises locales et des responsables officiels. Une conférence en novembre a inclus des sessions avec les maires des deux plus grandes villes de l'Idaho.

**El Conquistador** dans le Milwaukee tire 40% de ses revenus de l'événementiel (salons santé, emploi... festivals culturels comme le “Cinco de Mayo”...).



The screenshot shows the homepage of **El Conquistador Periodico Latino**, a Latino newspaper. The header features a golden conquistador's head on the left and the newspaper's name in large, stylized red letters. Below the name are the sub-headings **PERIODICO LATINO** and **LATINO NEWSPAPER**. The navigation menu includes links for **Página Inicial**, **Noticias**, **Radio**, **Nuestra Comunidad**, **Events**, **¿Que Pasa?**, **Rate Cards & Media Kit**, and **Shop Stores**. Below the menu are four image cards: 1. A Walgreens store with the text "La Tienda Walgreens En Milwaukee Southside Está Cerrada". 2. A Holt Avenue sign with the text "Holt Avenue PARK & RIDE Holt Avenue Está Cerrado". 3. Two women smiling with the text "La Finca Coffee House, Una Herencia Cafetalera De Oaxaca, México". 4. A woman with a floral headband with the text "Carla Jimenez, Fundadora De Piñatas Papalot". At the bottom, there are two banners: one for "Usted trabaja duro. Reciba los derechos y las protecciones que se ha ganado." and another for "La 13.ª Exposición Anual De Familias Latinas Se Llevará A seauto".

## 11. Collaborer avec d'autres journaux et institutions

Le Salt Lake Tribune est passé en 2019 sur un modèle à but non lucratif. Il a lancé l'**Utah News Collaborative** en 2021 avec des chaînes de télévision, des radios et de journaux. Les médias partagent des reportages, fournissent des infos sur la législation de l'État aux autres régions et des reportages sur les zones rurales aux zones urbaines.

**Il réalise des enquêtes au long cours.** En 2022, le Tribune a collaboré avec une vingtaine de médias, de scientifiques et d'éducateurs à une enquête initiative qui alerte sur les dangers économiques liés à l'assèchement du lac.

The Charlottesville Tomorrow, lui, s'est associé à d'autres médias locaux, tels que le *Charlottesville Daily Progress*, pour élargir sa portée.

Sahan Media ne limite pas sa collaboration aux médias, mais travaille aussi avec des associations locales comme la Ligue des femmes électriques ou les écoles.

The Salt Lake Tribune homepage features a navigation bar with links for E-edition, News, Politics, Religion, Opinion, Sports, Culture, Obituaries, Newsletters, Solutions, and En Español. It also includes a 'SUBSCRIBE' and 'LOG IN' button. The main content area displays two news articles: 'Gordon Monson: If you're LDS, what do you do if your personal inspiration differs from what church leaders expect?' and 'When this Salt Lake County officeholder is sworn in, she'll make history'. Below these are two images: a group of people in a formal setting and a portrait of a woman with glasses. A sidebar for 'CHARLOTTESVILLE TOMORROW' includes a 'GOVERNMENT AND PUBLIC INSTITUTIONS' section with an image of people at a community garden, a 'Beyond the Headlines' section, a 'Week in Review' section, and a 'Voter Guide' section.

## 12. diversifier les formats et canaux

Conecta Arizona propose une **émission de radio sur une station locale de Phoenix** lancée début 2021, des podcasts, une newsletter en espagnol, un site disponible en anglais et en espagnol.

**Des podcasts positifs.** une série de podcasts en espagnol, intitulée “Cruzando Líneas” débutée en 2022, relate des histoires positives issues de la frontière sud

Sahan Media publie davantage de reportages sur TikTok, Instagram Reels et YouTube, pour attirer une audience plus jeune et plus diversifiée.

En 2022, le site a lancé **un service d'information par SMS** pour les réfugiés afghans au Minnesota.



### El caos: Mi razón para dar gracias en el 2024

POR MARITZA FÉLIX • CRUZANDO LÍNEAS • NOVIEMBRE 27, 2024

Mi mundo es un caos controlado. Mi computadora se traba cada vez que abro el correo electrónico en el que cientos de emails de mis ocho cuentas compiten por mi atención: tengo unos tres o cuatro mil

The screenshot shows the homepage of SahanJournal. At the top, there is a navigation bar with links to EDUCATION, ENVIRONMENT, HEALTH, IMMIGRATION, POLITICS, and PUBLIC SAFETY. A 'DONATE' button and a search icon are also present. The main feature is a large image of a group of performers in traditional, colorful costumes, possibly from the Cinefilipino Film Festival. To the right of the image, there is a news article titled 'Cinefilipino Film Festival highlighting queer, BIPOC filmmakers launches in St. Paul' by Myah Gott. Below that, another article is titled 'Could Trump force Minnesota schools to change race and gender policies? Experts tell districts: 'Do not overcomply.'' by Becky Z. Dembsch. At the bottom, there is a section titled 'Sponsored Content' with a small image.

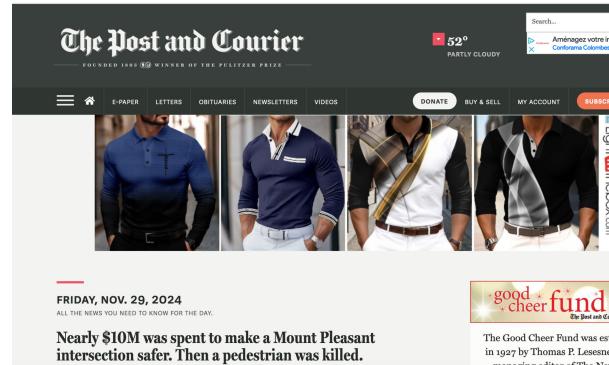


## 13. Changer de KPI

Les journaux comme [\*The Post and Courier\*](#) à Charleston ont arrêté de suivre les pages vues. Ils ont basculé vers le **suivi du temps passé**, les partages et le nombre de visites par utilisateur. De meilleurs indicateurs de la satisfaction lecteurs pour recruter des abonnés.

Se développent aussi dans les grands journaux [des scores de qualité de lecture](#) (via des traqueurs qui vérifient jusqu'où l'article a été déroulé) pour mesurer l'attention réelle (en cours aux Echos)

**Se concentrer sur l'ARPU.** Les éditeurs soignent de plus en plus à leur revenu moyen par utilisateur au delà de la seule recherche de croissance du volume d'abonnés.



## 14. Réduire et mutualiser les coûts

En 2023, [Bridge Michigan](#) a lancé la *Sunshine Campaign*, cherchant à créer un fonds dédié pour financer les enquêtes, les coûts liés aux demandes d'accès à l'information (Freedom of Information Act) et les défis juridiques connexes.

Par ailleurs, de plus en plus de journaux locaux taillent dans les coûts en externalisant l'informatique, la gestion, les ressources humaines, ou l'impression.

C'est le cas du [St. Louis Post-Dispatch](#) qui va externaliser l'impression locales de son journal papier à Columbia, dans le Missouri, une décision qui, selon l'organisation, entraînera la perte de 72 emplois locaux.



Bridge MICHIGAN | Michigan's nonpartisan, nonprofit news source

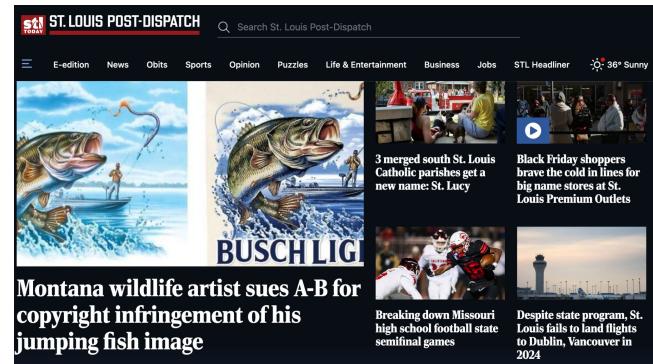
SPONSOR

Subscribe to the coverage that means the most to you.

B • Business • Politics • Health • Environment • Education • Education

Featured

Deep in the UP, an abandoned mine could offer hope for green energy



ST. LOUIS POST-DISPATCH

Search St. Louis Post-Dispatch

36° Sunny

E-edition News Obits Sports Opinion Puzzles Life & Entertainment Business Jobs STL Headliner

Montana wildlife artist sues A-B for copyright infringement of his jumping fish image

3 merged south St. Louis Catholic parishes get a new name: St. Lucy

Black Friday shoppers brave the cold in lines for big name stores at St. Louis Premium Outlets

Breaking down Missouri high school football state semifinal games

Despite state program, St. Louis falls to land flights to Dublin, Vancouver in 2024

BUSCH LIG

## 15. Innover et adapter son produit aux usages

- *Sahan* emploie un journaliste spécialisé en données et en intelligence artificielle (IA). Il développe des programmes utilisant ces outils. Il travaille également sur des applications IA pour attirer la publicité et les parrainages.
- L'engagement communautaire et les retours des sondages ont poussé le média à **expérimenter la publication en espagnol et d'autres langues**. Il a constaté que les membres plus âgés consommation d'actualités, tandis que les audiences plus jeunes préféraient consommer ses contenus sur les réseaux sociaux en anglais.
- **Des cartes postales aux résidents** de Richmond ? Projet en cours de *Cityside* pour partager des ressources informatives et des reportages sur la pollution atmosphérique locale



# Merci !

Besoin de discuter de stratégie de contenus ? De formation ?

- Travailler son positionnement
- Optimiser ses angles et formats
- Bien diffuser (SEO/RS)
- S'organiser pour être plus efficace
- Diffuser et monétiser

[cyrille.frank@mediaculture.fr](mailto:cyrille.frank@mediaculture.fr)

Le site : [mediaculture.fr](http://mediaculture.fr)

La newsletter [newsletter.kessel.media](http://newsletter.kessel.media)

**Mediaculture** accompagne ses clients dans leur **stratégie digitale** pour qu'ils gagnent en :

- **Visibilité**
- **Attractivité**
- **Productivité et rendement**

