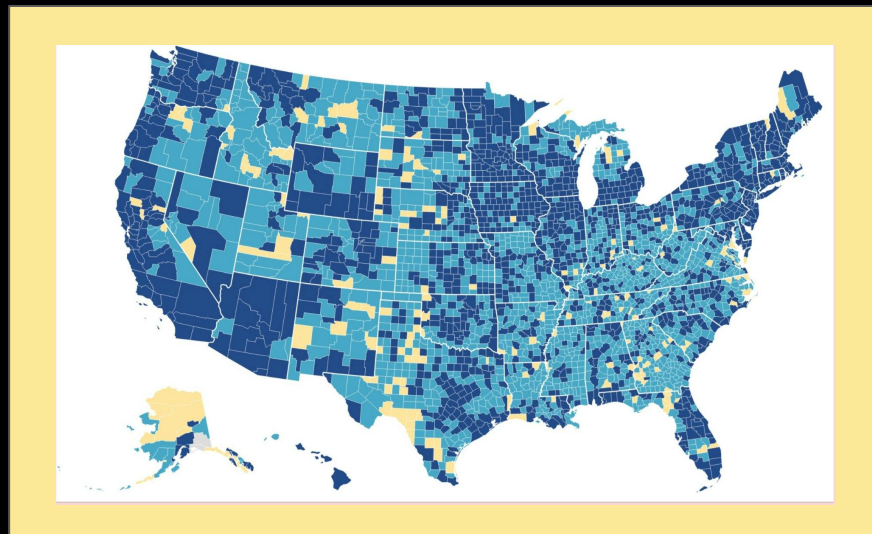


Les leçons de la presse locale américaine





Cyril 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)...

Qui suis-je ?

👉 **Newsletter** : newsletter "mediarama"

newsletter.kessel.media

👉 **Blog** : 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.



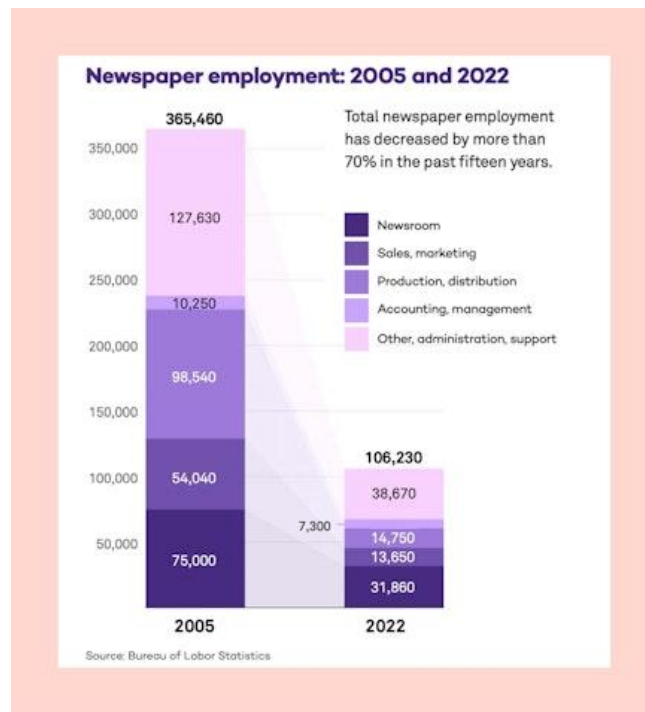
Source: Local News Initiative Database

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

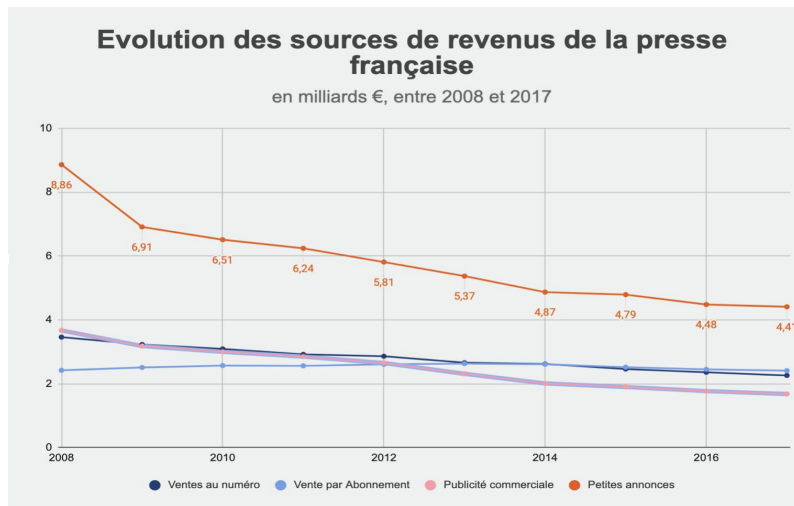
Les deux-tiers des journalistes locaux ont perdu leur emploi depuis 2005, soit **43 000 personnes**.

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



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

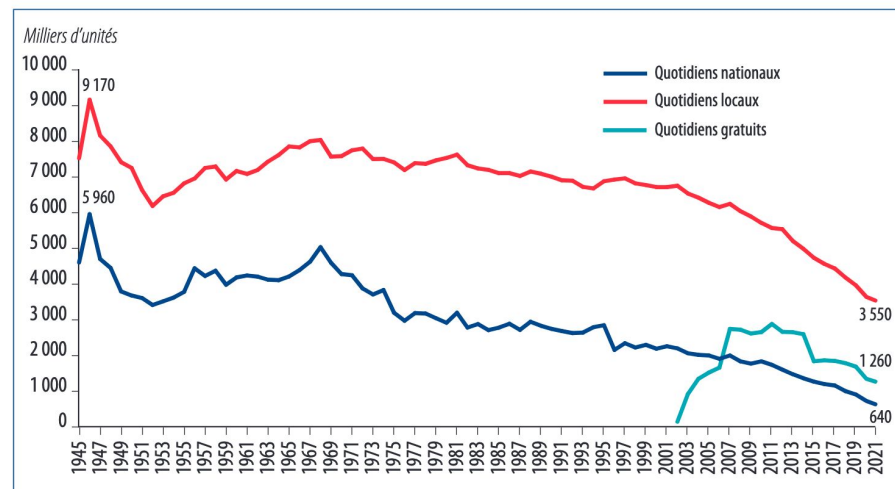
Les ventes à l'unité ont baissé de 35%.

Seules les revenus d'abonnements sont restés stables.

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

Chute des tirages de PQN depuis 1945

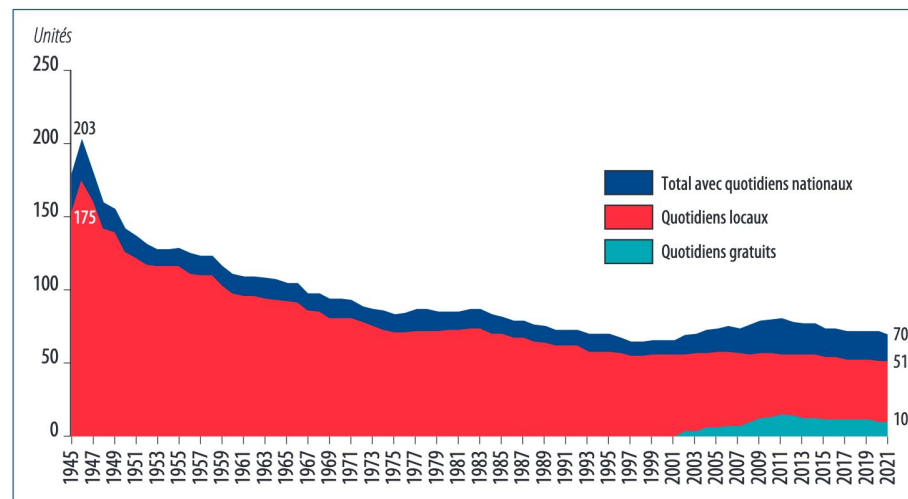
Graphique 3 – Tirage total moyen journalier des quotidiens d'information générale et politique, 1945-2021



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

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

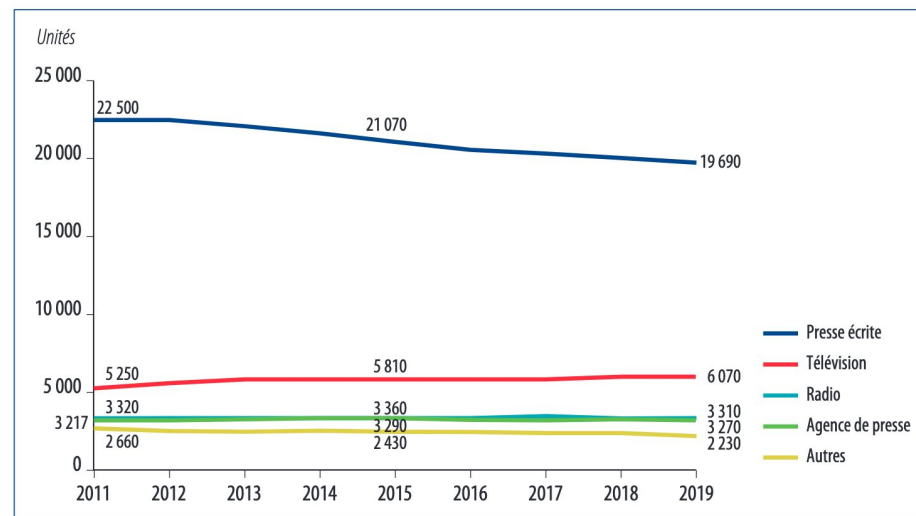
Graphique 2 – Nombre de titres de quotidiens d'information générale et politique, 1945-2021



[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*

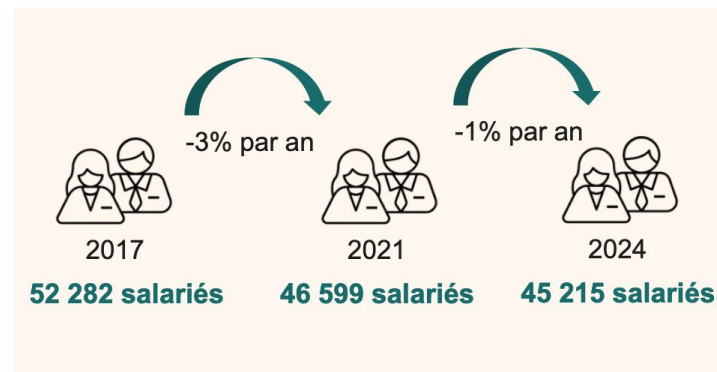
Source : URSSAF ; retraitement Katalyse



- 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

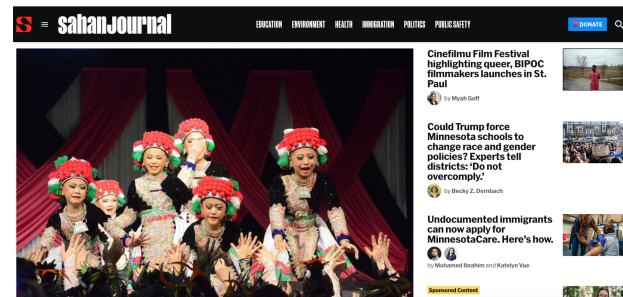
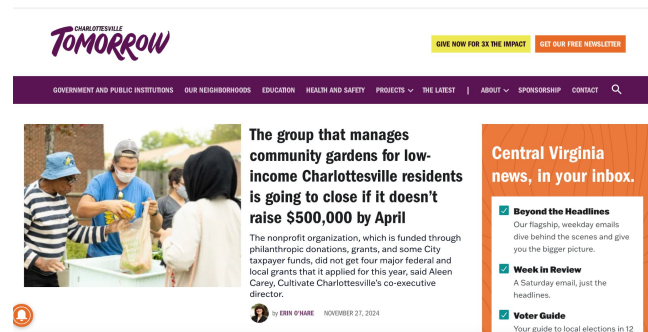
Aux Etats-Unis, la *Medill Local News Initiative* analyse depuis 15 ans l'évolution de la presse locale. [Son dernier rapport](#) fait le point sur l'état de la presse locale U.S. et les solutions trouvées.



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.



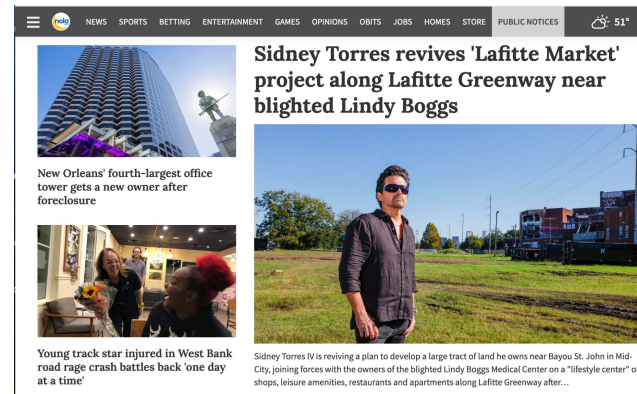
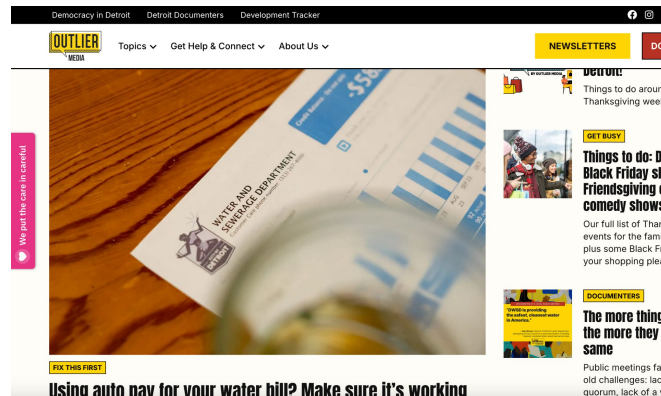
2. Adapter l'offre aux besoins réels du public

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



3. Multiplier les sources de revenus

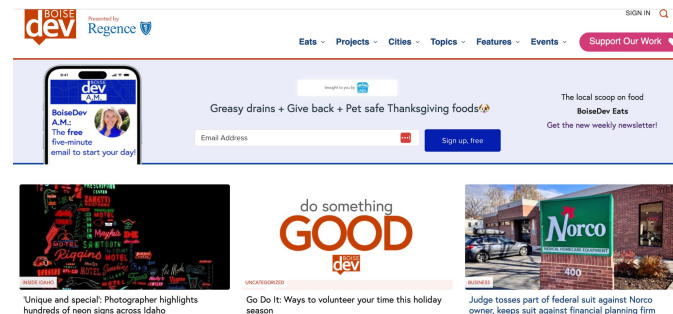
Seven Days est un hebdo papier et web gratuit basé dans la ville universitaire de Burlington (Vermont),

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 displays the SEVEN DAYS tickets website. The header includes the logo, navigation links (Browse Online Events, Login, Submit Event), and a search bar. A large red banner advertises a "Polish Potato Pierogi Workshop" on Dec 5, 2024, at 6:00 PM EST, by RED POPPY CAKERY, with a "Get Tickets" button. Below the banner is a carousel of event thumbnails. To the right, a list of events is shown with date filters (NOV 30, DEC 3, DEC 4) and "Get Tickets" buttons. The events listed are: "November Bird Monitoring Walk" (Nov 30, 2024 at 8:00 AM EST, Birds of Vermont Museum), "Mandarin Conversation Circle" (Dec 3, 2024 at 11:00 AM EST, South Burlington Library), "Outer Sounds ft. Berman / Wallace / Al..." (Dec 3, 2024 at 7:30 PM EST, The Phoenix), and "The One-Night Stand: a single-evening ..." (Dec 4, 2024 at 6:00 PM EST, Old Spokes Home). On the far right, there is a calendar for November 2024 and a "Browse Events" sidebar with filters for categories, date range, and zip code.

SEVEN DAYS tickets

Browse Online Events Login Submit Event

Festivals Live Music Arts & Entertainment Tours & Attractions Food & Drink Classes & Workshops

Search events, organizers, venues

Polish Potato Pierogi Workshop
Dec 5, 2024 at 6:00 PM EST
RED POPPY CAKERY
Get Tickets

NOV 30
November Bird Monitoring Walk
Nov 30, 2024 at 8:00 AM EST
Birds of Vermont Museum
Get Tickets

DEC 3
Mandarin Conversation Circle
Dec 3, 2024 at 11:00 AM EST
South Burlington Library
Get Tickets

DEC 3
Outer Sounds ft. Berman / Wallace / Al...
Dec 3, 2024 at 7:30 PM EST
The Phoenix
Get Tickets

DEC 4
The One-Night Stand: a single-evening ...
Dec 4, 2024 at 6:00 PM EST
Old Spokes Home
Get Tickets

NOVEMBER, 2024

SU	MO	TU	WE	TH	FR	SA
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7

Browse Events

All categories

Select a date range

Enter Zip Code

Search

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 9:13 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 privilégie 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 événements, 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 événements exclusifs...

[*Le 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...

ANNUAL 12 months
\$120 /yr.
Cancel anytime.
JOIN HERE

- ✓ Daily private email from our team
- ✓ Support our journalism
- ✓ Members-only events
- ✓ Reduced ads on BoiseDev.com
- ✓ Get stories before general public
- ✗ Free copy, Boise: City of Trees book
- ✗ Access to private Slack channel
- ✗ Save 15% on event tickets (2 per event)
- ✗ Save 5% on BoiseDev advertising *
- ✗ Save 5% on event sponsorship *
- ✗ One additional email account

MONTHLY
\$10.95 /mo.
Cancel anytime.
JOIN NOW

- ✓ Daily private email from our team
- ✓ Support our journalism
- ✓ Members-only events
- ✓ Reduced ads on BoiseDev.com
- ✓ Get stories before general public
- ✗ Free copy, Boise: City of Trees book
- ✗ Access to private Slack channel
- ✗ Save 15% on event tickets (2 per event)
- ✗ Save 5% on BoiseDev advertising *
- ✗ Save 5% on event sponsorship *
- ✗ One additional email account

PRO
\$349 /yr.
Cancel anytime.
JOIN NOW

- ✓ Daily private email from our team
- ✓ Support our journalism
- ✓ Members-only events
- ✓ Reduced ads on BoiseDev.com
- ✓ Get stories before general public
- ✓ Free copy, Boise: City of Trees book
- ✓ Access to private Slack channel
- ✓ Save 15% on event tickets (2 per event)
- ✓ Save 5% on BoiseDev advertising *
- ✓ Save 10% on event sponsorship *
- ✓ One additional email account

PRO PLUS
\$549 /yr.
Cancel anytime.
JOIN NOW

- ✓ Daily private email from our team
- ✓ Support our journalism
- ✓ Members-only events
- ✓ Reduced ads on BoiseDev.com
- ✓ Get stories before general public
- ✓ Free copy, Boise: City of Trees book
- ✓ Access to private Slack channel
- ✓ Free event tickets (2 per event)
- ✓ Save 5% on BoiseDev advertising *
- ✓ Save 10% on event sponsorship *
- ✓ Three additional email accounts

The Salt Lake Tribune **SUBSCRIBE** **LOG IN**

Support the nonprofit Salt Lake Tribune
You can cancel anytime

Annual Unlimited Digital Access

- ✓ 24/7 unlimited digital access to sttrib.com and The Tribune app
- ✓ Exclusive access to The Tribune daily e-edition digital replica of the paper

95.88 79.90/year

SUBSCRIBE

Black Friday Discount Subscription

- ✓ 24/7 unlimited digital access to sttrib.com and The Tribune app
- ✓ Exclusive access to The Tribune daily e-edition digital replica of the paper

5 months. Just \$5.

SUBSCRIBE

Reverts at \$7.90/month after 5 months.

Monthly Supporting Subscriber

- ✓ All the perks of a monthly digital subscription
- ✓ Up to 50% of your subscription fee is a tax-deductible donation to our nonprofit newsroom
- ✓ Early access to exclusive events

\$15/month

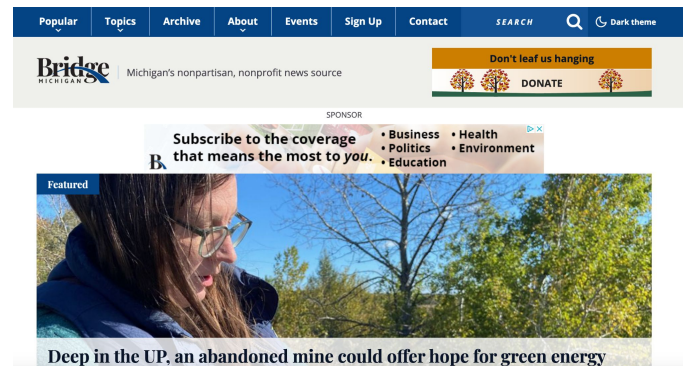
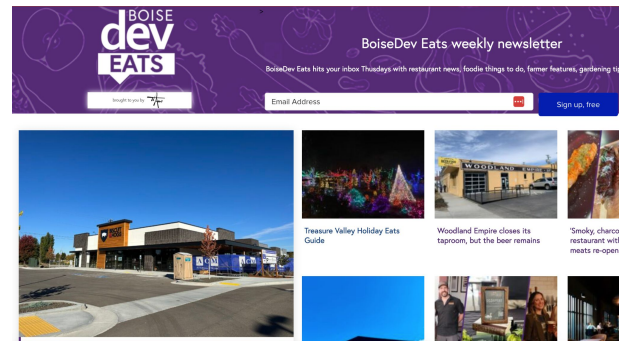
SUBSCRIBE

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.



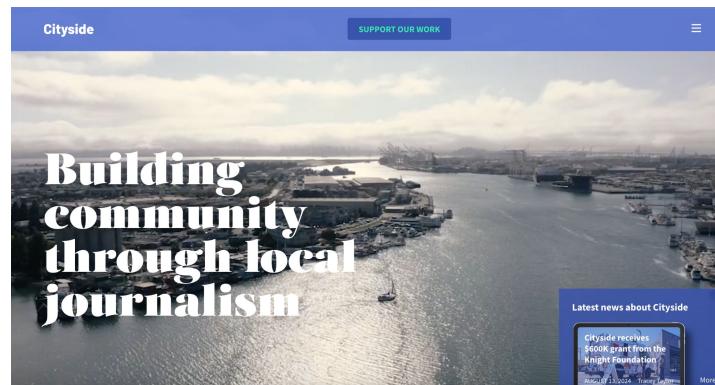
9. Développer une communauté engagée

[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 trava 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

Guías de Conecta Arizona

- Elecciones de Conecta Arizona:** las carreras por las 60 bancas en la Cámara de Representantes de Arizona
- Guía electoral de Conecta Arizona:** las carreras por las 30 bancas en el Senado de Arizona
- Guía electoral de Conecta Arizona:** las Propuestas de los votantes, desde detención de migrantes y aborto hasta mandatos de jueces, propinas e impuestos
- Guía electoral de Conecta Arizona:** las carreras por 1 banca en el Senado de Estados Unidos y 9 en la Cámara de Representantes

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"...).



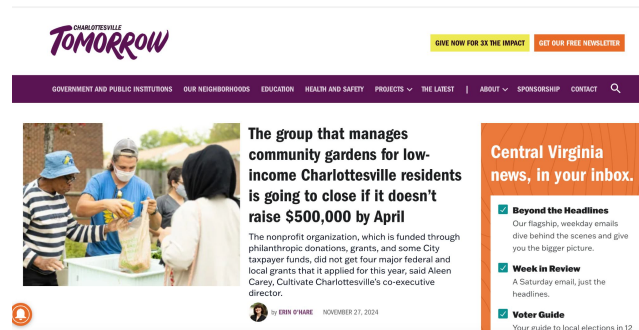
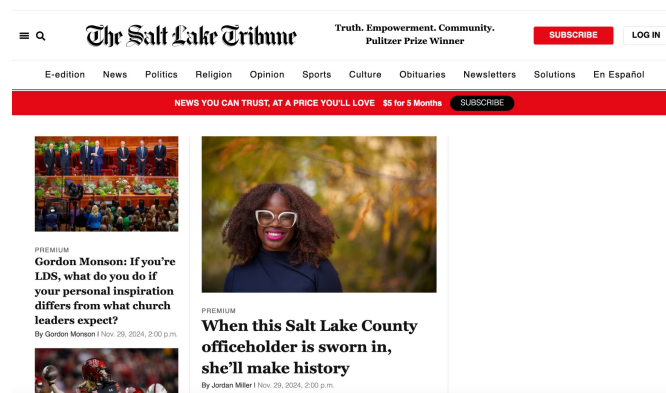
11. Collaborer avec d'autres journaux et institutions

[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 électriciens ou les écoles.



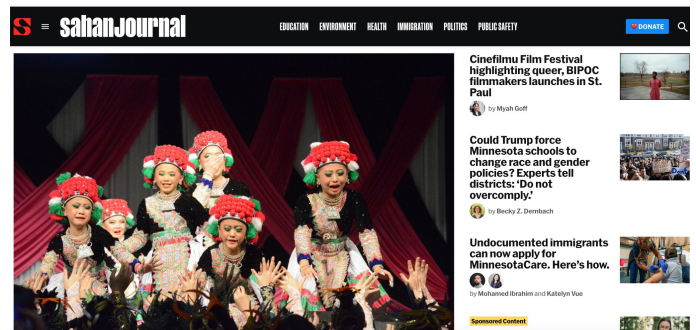
12. diversifier les formats et canaux

[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.

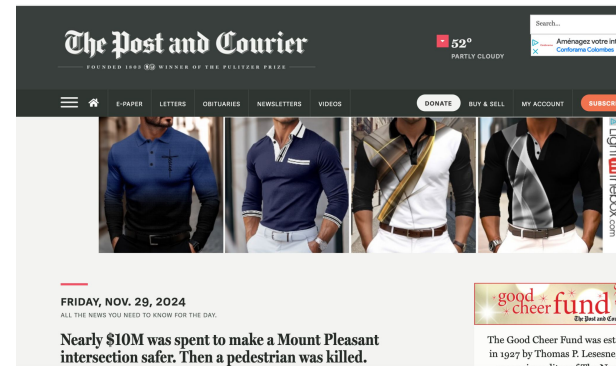


13. Changer de KPI

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.

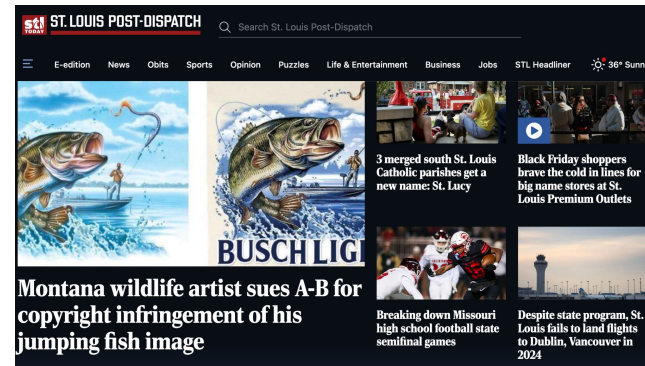
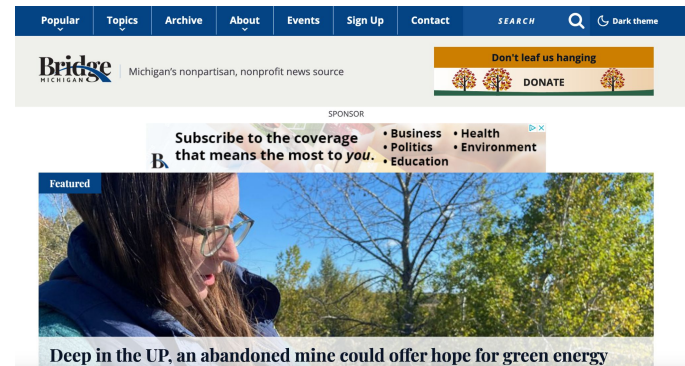


14. Réduire et mutualiser les coûts

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.

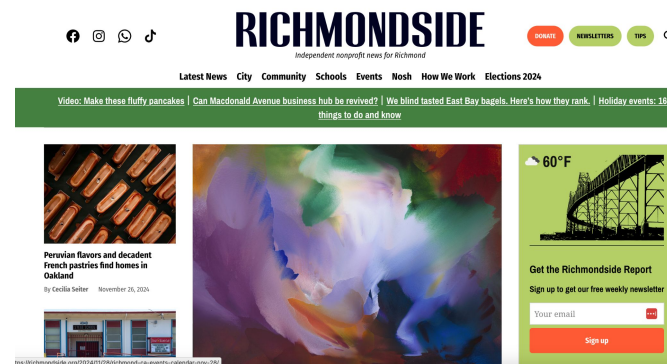
Par ailleurs, de plus en plus de journaux locaux taillent dans les coûts en externalisant l'informatique, la gestion, les ressources humaines, ou l'impression.

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.



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 consomment d'actualités, tandis que les audiences plus jeunes préféreraient 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

Le site : mediaculture.fr

La newsletter newsletter.kessel.media

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

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

MÉDIACULTURE

