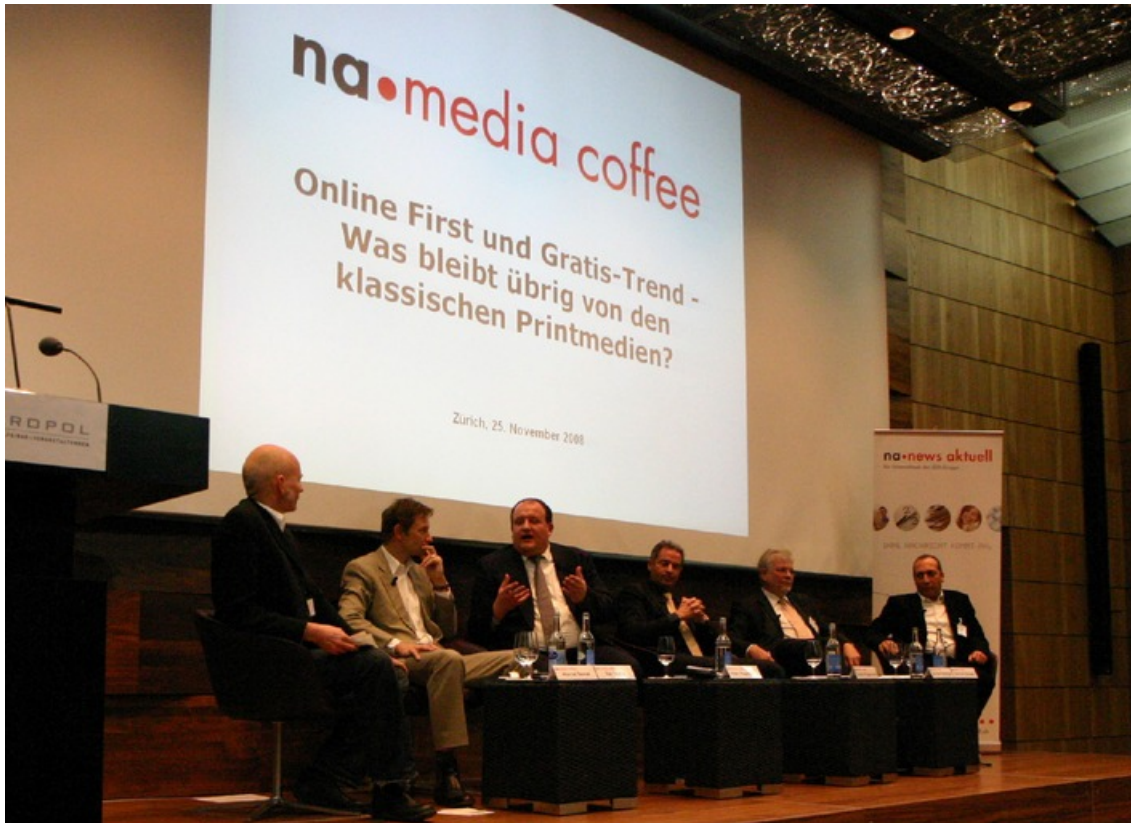


27.11.2008 - 11:40 Uhr

## Le quotidien de demain: surprendre le lecteur chaque jour



Zürich (ots) -

- Indication: Du matériel iconographique peut être téléchargé sous: <http://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003> -

Ce qui figure aujourd'hui dans les quotidiens, de nombreux lecteurs l'ont déjà lu sur Internet. Le quotidien payant de demain doit donc surprendre à nouveau chaque jour. Ce sont les principales conclusions du media coffee organisé le 25 novembre par news aktuell à Zurich. Plus de 150 chargés des relations avec les médias, spécialistes en relations publiques et journalistes ont répondu à l'invitation de la filiale de l'ATS sur le thème "La tendance du "Online First" et du gratuit: que reste-t-il de la presse écrite traditionnelle?". Marcel Bernet, propriétaire de l'agence de relations publiques Bernet\_PR et auteur de l'ouvrage "Medienarbeit im Netz" (Le travail des médias sur Internet), menait les débats.

Res Strehle, rédacteur en chef adjoint du Tages-Anzeiger, est convaincu de la capacité des quotidiens à surprendre chaque jour leurs lecteurs. Selon lui, cela passe par la création d'une valeur ajoutée grâce à de bonnes recherches, ce qu'il a appelé "News Plus". La stratégie de Tamedia s'oriente vers la "Total Audience", c'est-à-dire l'audience totale pour satisfaire de manière spécifique les besoins des lecteurs, avec le quotidien payant, le journal gratuit et le portail Internet.

Pour Bernard Maissen, rédacteur en chef de l'ATS (Agence Télégraphique Suisse), la pérennité de la presse écrite est assurée. À la question de savoir s'il y aura toujours un public "intelligent" pour acheter un produit "intelligent", il répond sans détour "de toutes les façons". Selon lui, les journaux seront différents, auront peut-être moins de pages, auront d'autres contenus, mais ils seront toujours là. Et de trouver aux journaux un atout supplémentaire: il s'agit du seul média dans lequel les utilisateurs acceptent de la

publicité.

Sacha Wigdorovits, fondateur du journal gratuit .ch, voit également se dessiner une perspective d'avenir pour les quotidiens payants. Il estime que la valeur ajoutée significative que devraient apporter les journaux est un facteur de réussite déterminant. Selon lui, les petits journaux régionaux ont une chance à saisir car ils peuvent couvrir l'actualité de manière plus approfondie et donc plus ciblée que les grands journaux. De manière générale, il demande aux éditeurs de journaux payants de réduire les coûts fixes car le nombre de lecteurs recule et le prix des encarts ne pourra pas être maintenu.

"Les quotidiens sont ennuyeux", a déclaré Peter Hogenkamp, directeur de Blogwerk AG. Il veut pouvoir cliquer au fil de sa lecture et obtenir des informations supplémentaires lorsque cela l'intéresse. Pour lui, cela est impossible avec les journaux même si la qualité rédactionnelle est supérieure à celle que l'on trouve en ligne. Il se montre sceptique sur le fait que, malgré des progrès technologiques fulgurants, les adolescents de 14 ans d'aujourd'hui liront des journaux payants dans dix ans. Il émet aussi quelques doutes sur la pérennité de la culture du gratuit. Qui sait si l'on ne pourra pas gagner de l'argent grâce au contenu à l'avenir. M. Hogenkamp ajoute que de nouveaux modèles économiques devraient émerger dans les prochaines années avec la création de nouveaux canaux d'information.

Norbert Neininger, éditeur et rédacteur en chef de Schaffhauser Nachrichten et président du conseil d'administration de news1.AG, a déconseillé aux éditeurs de dramatiser la situation. Selon lui, parmi les différents types de médias qui font concurrence à la presse écrite traditionnelle, il est étonnant de voir à quel point le modèle du quotidien est toujours stable. À ses yeux, il serait de toute façon formidable d'avoir une fois par jour dans le journal un résumé des principales informations. À l'argument selon lequel le contenu des quotidiens est déjà dépassé au moment de leur parution, il répond: "Si vous voulez être véritablement au fait de l'actualité, vous devez lire toute la journée".

Contact:

news aktuell (Schweiz) AG  
Andrea Menken  
Responsable Marketing  
Tél.: +41/43/960'68'10  
E-mail: menken@newsaktuell.ch

#### Medieninhalte



media coffee de Zurich, organisé par news aktuell, une filiale de l'ATS. de gauche à droite: Marcel Bernet, propriétaire de l'agence de relations publiques Bernet\_PR et auteur de l'ouvrage «Medienarbeit im Netz» (Le travail des médias sur Internet) (présentateur); Res Strehle, rédacteur en chef adjoint du Tages-Anzeiger; Peter Hogenkamp, directeur de Blogwerk AG; Sacha Wigdorovits, fondateur du journal gratuit .ch; Norbert Neininger, éditeur et rédacteur en chef de Schaffhauser Nachrichten et président du conseil d'administration de news1.AG; Bernard Maissen, rédacteur en chef de l'ATS (Agence Télégraphique Suisse) lors du media coffee de Zurich organisé par news aktuell, une filiale de l'ATS. Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch). L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Reproduction sous indication de source: "obs/news aktuell (Schweiz) AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003/100574257> abgerufen werden.