

ANNALES 2023

1^{er} CONCOURS EXTERNE

***CORPS DES ASSISTANTS DE
CONSERVATION***

**DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES
BIBLIOTHEQUES DE LA
NOUVELLE-CALEDONIE**

3 - Quels sont les enjeux du rapatriement d'œuvres vers les musées ? 7 pts

- Une question de souveraineté : un pays doit pouvoir disposer de son patrimoine dispersé et en regagner la pleine propriété, une notion assez récente. Des démarches ont été engagées par plusieurs pays de restitution des œuvres. Ces rapatriements sont souvent liés à l'histoire coloniale ou aux périodes de guerre.
- Une question de spiritualité : beaucoup d'œuvres sont sacrées. L'ethnocentrisme qui a prévalu durant de longues périodes fait place à un respect grandissant des cultures : la notion de sacré intervient donc logiquement dans les décisions prises pour des objets détenus par des musées hors du territoire d'origine. Cette notion est évidemment plus prégnante si les coutumes liées sont encore vivaces.
- Une question de mémoire et d'histoire : certains objets sont des jalons, des traces de l'histoire d'un pays. Au même titre que le sacré, le respect accordé à chaque nation dans son intégrité implique de lui permettre de documenter son histoire et sa mémoire à travers des objets soustraits en d'autres époques.
- Une question économique : ces objets participent à l'attractivité touristique et génèrent des revenus. Les outils culturels sont désormais des jalons touristiques, il importe donc que les pays puissent jouir de la valeur ajoutée de ce patrimoine soustrait.
- Cependant : on peut considérer que le débat est désormais politisé ou que ces œuvres peuvent participer à unir les peuples sans devoir retourner dans leur pays d'origine. Certains états font donc le choix de ne pas rapatrier les objets dispersés, considérant qu'ils sont des ambassadeurs de leur culture à l'étranger. Certains pays optent aussi pour une approche pragmatique s'ils n'ont pas les moyens suffisants pour garantir le même niveau de préservation. Ces garanties peuvent être techniques, financières ou conjoncturelles, s'agissant par exemple de pays en guerre.

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION
DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALEDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : **REPONSES A 3 A 5 QUESTIONS DE CULTURE
GENERALE OU D'ACTUALITE EN RAPPORT AVEC
LA SPECIALITE ARCHIVES**

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 1

SUJET

- 1 - Quelles sont les grandes missions des services d'archives ? 6 pts
- 2 - Quels sont les défis de l'archivage numérique pour les archives publiques ? 8 pts
- 3 - Quelles actions peuvent engager les services des archives pour atteindre le grand public ? 6 pts

numérique ? Elle offre en revanche des possibilités nouvelles de valorisation et de promotion de l'archive et de ses collections. Elle rend possible la communication à distance et permet une meilleure plasticité de la matière archivistique qui peut ainsi être réinvestie plus aisément dans des publications, des créations pour des usages divers.

3 – Quelles actions peuvent engager les services des archives pour atteindre le grand public ?

6 pts

- Les archives peuvent monter ou collaborer au montage d'expositions ponctuelles ou permanentes, sous forme numérique ou non, mises en avant en ligne, etc. Cette forme est une des plus classiques et a démontré son efficacité. Elle permet la mise en valeur sous des angles divers : thématiques, chronologiques, etc. La variété des formes aujourd'hui possibles en fait un outil évolutif et souple.
- Travail avec les scolaires : visites de classes, projets pédagogiques, etc. Ce travail permet de sensibiliser dès le plus jeune âge et d'agir au cœur même de la société.
- A travers le travail avec les chercheurs : un des axes majeurs des archives qui documentent l'histoire, les sciences sociales, etc.
- A travers des publications propres : les archives, notamment grâce au numérique qui permet l'édition en ligne à peu de frais, sont nombreuses à créer des contenus propres. Ces publications leur octroient une meilleure visibilité et participent à leurs missions de communication des collections.
- A travers le travail des médias (utilisation des archives dans documentaires télévisés, radio, en ligne...).
- Opérations annuelles : portes ouvertes, journées du patrimoine... Ces opérations permettent de découvrir le lieu en plus des collections.
- A travers des projets spécifiques visant et impliquant le grand public : création à partir d'images d'archives, etc. La limite est simplement l'imagination. De nombreux exemples existent d'archives lançant, par exemple, des concours d'utilisation d'images de leurs fonds, ou de formats audiovisuels pour des créations originales. En faisant sortir les collections de leur cadre habituel, on met en lumière leur valeur et potentiel parfois insoupçonnés.

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION
DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALEDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : **REPONSES A 3 A 5 QUESTIONS DE CULTURE
GENERALE OU D'ACTUALITE EN RAPPORT AVEC
LA SPECIALITE BIBLIOTHEQUE ET METIERS DU
LIVRE**

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 1

SUJET

- 1- Quelles sont les tâches quotidiennes les plus courantes d'un bibliothécaire au sein d'une bibliothèque de lecture publique ? 6 pts
- 2- Quelle utilité pour les bibliothèques face à la dématérialisation des supports culturels : livres, journaux, disques, vidéo... ? 8 pts
- 3- En quoi les services de la bibliothèque de lecture publique sont-ils essentiels ? 6 pts

2 Quelle utilité pour les bibliothèques face à la dématérialisation des supports culturels : livres, journaux, disques, vidéo... ? 8 pts

- La dématérialisation des documents semble poser la question de l'utilité des bibliothèques mais lui confère plutôt un rôle renouvelé :
- Les ressources en ligne sont onéreuses (et cumulatives : texte, son, vidéo, logiciels...). Les bibliothèques permettent d'y accéder gratuitement ou à peu de frais, jouant pleinement leur rôle d'un accès démocratisé et de réduction des inégalités sociales et d'égalité des chances.
- La condition de l'accès est d'être équipé (smartphone, tablette, ordinateur, télévision...) ce qui n'est pas le cas de tout le monde ? Les bibliothèques offrent la possibilité aux plus démunis d'accéder aux matériels indispensables. Certaines bibliothèques prêtent même des matériels.
- Outre l'équipement, la connexion est nécessaire et payante pour les usagers : même équipés, ils peuvent avoir besoin d'un accès à internet, ce que proposent les bibliothèques. Certains publics sont entièrement dépendants des connexions publiques gratuites, c'est le cas pour celles sans domicile par exemple. La bibliothèque offre une connexion, des équipements et un lieu propice à leur usage et libre d'accès.
- Le repérage et la sélection d'offres peut s'avérer difficile, ce travail est effectué par les professionnels des bibliothèques. En effet, l'offre en ligne ne cesse d'enfler et il devient de plus en plus difficile de sélectionner, voir de repérer les offres. Le travail de sélection est donc une réelle valeur ajoutée.
- L'utilisation même de ces ressources peut nécessiter une médiation. En effet, l'utilisation des matériels comme des logiciels et portails peut poser des problèmes à certains publics peu habitués. La médiation des bibliothécaires, l'accompagnement ou la formation sont en ce sens des atouts majeurs et parfois un passage obligé.

3 En quoi les services de la bibliothèque de lecture publique sont-ils essentiels? 6 pts

- L'accès à l'information : par tous les moyens mis à disposition par les bibliothèques, elle est un outil d'émancipation du citoyen. Elle lui permet de mieux appréhender les enjeux du monde qui l'entoure et de prendre des décisions éclairées.
- L'accès au livre et à la lecture et aux autres supports : participant de l'accès précité à l'information, au savoir, il participe aussi à la réussite scolaire, à la lutte contre l'illettrisme, à l'épanouissement des personnes, au simple divertissement, etc.
- L'accès à des espaces de travail peut être déterminant pour les scolaires ou les adultes.
- L'accès à des matériels (informatiques, etc.) représente un soutien logistique pour le citoyen qui trouve dans les bibliothèques certains matériels utiles dans son quotidien pour l'accès aux réseaux, la rédaction de documents constitution de dossiers, l'impression ou la reprographie, etc.
- L'accès à des outils : les logiciels sont souvent onéreux, comme l'accès à certaines bases données. La bibliothèque centralise un accès gratuit ou peu onéreux.
- L'accès aux expressions artistiques et intellectuelles : outre l'aspect « utilitaire » de la bibliothèque, l'accès aux œuvres reste un atout majeur. La part de ressources consacrée par les plus défavorisés à l'acquisition de supports culturels est basse, la bibliothèque permet d'équilibrer un accès fondamental pour l'élévation de l'homme.
- La valeur ajoutée de médiation des professionnels : le travail de sélection, d'accompagnement et de médiation des bibliothécaires est une part importante de l'apport des bibliothèques et permet au citoyen d'exploiter au mieux les services offerts.
- L'accès à un lieu public libre et accueillant : cette simple vocation est essentielle pour certains, confortable pour tous, notamment dans les grands centres urbains qui offrent peu de lieux paisibles ou favorisant le contact social.

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION
DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : **REPONSES A 3 A 5 QUESTIONS DE CULTURE
GENERALE OU D'ACTUALITE EN RAPPORT AVEC
LA SPECIALITE ACTIONS CULTURELLES**

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 1

SUJET

1. Quels sont les programmes et initiatives actuels visant à promouvoir l'accès à la culture et à l'éducation artistique pour les populations défavorisées ? (7 points)
2. Comment les actions culturelles contribuent-elles à la cohésion sociale et à la construction d'une société inclusive ? (7 points)
3. Quelles sont les stratégies mises en œuvre pour favoriser l'éducation artistique dans les écoles et encourager la créativité chez les jeunes ? (6)

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION DU
CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : **REPONSES A 3 A 5 QUESTIONS DE CULTURE
GENERALE OU D'ACTUALITE EN RAPPORT
AVEC LA SPECIALITE ACTIONS CULTURELLES**

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 1

CORRIGE

Le corrigé comporte 3 pages.

1. *Quels sont les programmes et initiatives actuels visant à promouvoir l'accès à la culture et à l'éducation artistique pour les populations défavorisées ? (7 points)*

Des programmes et initiatives visent à réduire les inégalités d'accès à la culture et à l'éducation artistique en offrant des opportunités équitables aux populations défavorisées. Ils contribuent à élargir les horizons culturels, à stimuler la créativité, à favoriser l'inclusion sociale et à promouvoir le développement personnel des individus issus de milieux moins favorisés. Quelques exemples :

1. Politiques publiques et financement : possible mise en place de politiques publiques et fonds spécifiques pour soutenir l'accès à la culture et à l'éducation artistique pour les populations défavorisées. Ces fonds peuvent être utilisés pour financer des programmes éducatifs, des subventions pour les institutions culturelles, des initiatives de diffusion de la culture, etc. (exemple province Sud : un été au cinéma / Ville de Nouméa...)
2. Programmes d'éducation artistique en milieu scolaire : Les écoles et les établissements d'enseignement mettent en place des programmes d'éducation artistique qui visent à offrir des opportunités d'apprentissage artistique aux élèves issus de milieux défavorisés. Ces programmes incluent des cours d'arts visuels, de musique, de danse, de théâtre, etc., ainsi que des activités artistiques parascolaires.
3. Projets communautaires et associations culturelles : Des associations culturelles et des organisations communautaires lancent des projets visant à promouvoir l'accès à la culture et à l'éducation artistique au sein des communautés défavorisées. Ces projets peuvent inclure des ateliers artistiques, des événements culturels, des résidences artistiques, des expositions, des spectacles, etc.
4. Programmes de mentorat et de tutorat : Des programmes de mentorat et de tutorat sont mis en place pour offrir un soutien individuel aux jeunes talentueux issus de milieux défavorisés. Ces programmes permettent aux jeunes de bénéficier de l'expertise et de l'encadrement d'artistes ou de professionnels du secteur culturel, favorisant ainsi leur développement artistique et leur accès à des opportunités. (Initiative Province Sud par exemple).

5. Projets de partenariat : Des partenariats sont établis entre des institutions culturelles, des établissements scolaires, des associations et des organisations sociales dans le but de promouvoir l'accès à la culture et à l'éducation artistique. Ces partenariats facilitent l'organisation d'événements, d'activités et de projets collaboratifs qui bénéficient aux populations défavorisées.
6. Plateformes en ligne et ressources numériques : Avec l'avènement des technologies numériques, de nombreuses initiatives ont été lancées pour fournir un accès à la culture et à l'éducation artistique via des plateformes en ligne et des ressources numériques. Des cours en ligne, des tutoriels, des expositions virtuelles, des performances en streaming, etc., permettent aux populations défavorisées d'accéder à des contenus artistiques et éducatifs de qualité.

2. *Comment les actions culturelles contribuent-elles à la cohésion sociale et à la construction d'une société inclusive ?*

En favorisant la diversité, le dialogue, la participation, l'inclusion, le renforcement social, l'éducation et la sensibilisation, les actions culturelles contribuent à créer une société plus cohésive et inclusive. Elles favorisent une meilleure compréhension mutuelle, le respect des différences et la construction d'un avenir commun basé sur la diversité culturelle et le vivre-ensemble.

Voici quelques façons dont elles contribuent à cet objectif :

Valorisation de la diversité culturelle : Les actions culturelles permettent de mettre en valeur la diversité culturelle présente au sein d'une société. Elles offrent des espaces d'expression et de reconnaissance des différentes traditions, pratiques artistiques, langues, coutumes et patrimoines culturels. Cela favorise le respect mutuel, la compréhension interculturelle et la reconnaissance des identités multiples au sein de la société.

Participation active des citoyens : Les actions culturelles encouragent la participation active des citoyens dans la vie culturelle de leur communauté. Elles permettent aux individus de s'impliquer dans des projets artistiques, des événements culturels, des associations ou des initiatives communautaires. Cette participation favorise un sentiment d'appartenance, renforce les liens sociaux et encourage l'engagement civique.

Inclusion sociale : Les actions culturelles jouent un rôle clé dans la promotion de l'inclusion sociale. Elles offrent des opportunités d'accès à la culture, à l'éducation artistique et à l'expression créative pour tous les membres de la société, y compris les groupes marginalisés ou défavorisés. Elles contribuent à briser les barrières sociales, à lutter contre les discriminations et à donner une voix aux personnes habituellement exclues.

Renforcement du tissu social : Les actions culturelles renforcent le tissu social en créant des espaces de rencontre, de partage et de collaboration. Elles favorisent les interactions entre les individus, les groupes et les communautés, encourageant ainsi la création de réseaux sociaux, le développement de relations interpersonnelles et la construction de liens de solidarité.

Éducation et sensibilisation : Les actions culturelles ont un rôle éducatif et sensibilisateur important. Elles contribuent à transmettre des connaissances, des valeurs, des traditions et des histoires. Elles sensibilisent également la société à des enjeux sociaux, environnementaux ou politiques, encourageant ainsi la réflexion critique, le débat et la mobilisation citoyenne.

3. Quelles sont les stratégies mises en œuvre pour favoriser l'éducation artistique dans les écoles et encourager la créativité chez les jeunes ?

Pour favoriser l'éducation artistique dans les écoles et encourager la créativité chez les jeunes, plusieurs stratégies sont mises en œuvre. Voici quelques-unes d'entre elles :

Intégration des arts dans le curriculum : Les écoles intègrent les arts visuels, la musique, la danse, le théâtre et d'autres formes d'expression artistique dans le curriculum scolaire. Cela signifie que les arts ne sont pas simplement considérés comme des matières facultatives, mais font partie intégrante de l'éducation formelle. Les élèves ont ainsi des occasions régulières d'explorer et de développer leurs compétences artistiques.

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION
DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : REDACTION D'UNE NOTE DE SYNTHESE

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 3

SUJET

Le sujet comporte 17 pages y compris la page de garde.

Le paysage de la presse a été profondément bouleversé ces dernières années.

A l'aide des documents joints, vous voudrez bien rédiger une note présentant les raisons du déclin de la presse avant de montrer les signes d'un renouveau.

Liste des documents :

Document 1 : Augmentation du prix du papier : la presse forcée de s'adapter, par Aude Carasco, <https://www.la-croix.com/>, 28 août 2022

Document 2 : La presse papier va-t-elle disparaître ?, par Agnès Chauveau, <https://essentiels.bnf.fr/>, 2012

Document 3 : Dauphiné Libéré: nouvelle formule, nouveau format, nouvelles rubriques..., par Le Dauphiné Libéré, <https://www.ledauphine.com/>, 30 avril 2023

Document 4 : « Au revoir et Merci » : les Nouvelles Calédoniennes, dernier quotidien du territoire, disparaît, par Domitille Courtemanche, <https://www.ouest-france.fr/>, 17 mars 2023

Document 5 : Presse quotidienne régionale : la nécessaire mutation des journaux régionaux, par La Rédaction, <https://www.vie-publique.fr/>, 29 juillet 2022

Document 6 : Le Covid-19 accélère la fin de la presse papier à travers le monde, par Taimaz Szirniks, <https://www.latribune.fr/>, 7 août 2020

Document 7 : La presse quotidienne frappée de plein fouet par l'explosion du prix du papier, par Brice Laemle, <https://www.lemonde.fr/>, 29 décembre 2022

Document 8 : Reuters Institute : les 5 chiffres clés sur l'avenir des médias, par Marina Alcaraz, <https://www.lesechos.fr/>, 11 janv. 2022

Document 1

Augmentation du prix du papier : la presse forcée de s'adapter

Par Aude Carasco, <https://www.la-croix.com/>, 28 août 2022

La flambée du prix du papier pèse lourdement sur les charges des éditeurs. Certains ont fait le choix de baisser leur pagination, d'autres d'augmenter les prix. Le secteur espère des aides de l'Etat.

Depuis un an, le papier a pris des airs d'or blanc. « Dès la fin de l'été 2021, se souvient Pierre Petillault, directeur général de l'Alliance de la presse d'information générale (Apig), de petits éditeurs se sont inquiétés des hausses de prix et des difficultés d'accès à la matière première ». Début 2022, lors des 112 jours de grève des salariés du groupe finlandais UPM, plus aucun rouleau ne sortait des usines du premier papetier mondial.

« Cela a engendré de grosses difficultés d'approvisionnement pour Bayard (éditeur de La Croix, NDLR), dont une trentaine de parutions dépendent de ce fournisseur, se souvient son directeur industriel, Nicolas Mathieu. Et sur un an, les acheteurs de papier journal indiquent que le prix de la tonne a doublé ».

Face à cette situation, les éditeurs tentent d'amortir le choc. À l'hebdomadaire Le 1, les stocks constitués par les imprimeurs ont permis de repousser les décisions d'augmenter le prix (de 2,9 € à 3 € le 13 juillet) ou de changer de papier dans « la même gamme de qualité ». De son côté, Le Courrier français s'est résolu à baisser la pagination de ses hebdomadaires locaux (Courrier de Gironde, La Vie corrézienne...) de 56 à 48 pages. Début juillet, La Voix du Nord a renoncé à son supplément donnant le nom des nouveaux bacheliers.

« Nous étudions tous des réductions de grammage, des adaptations de formules, mais c'est en dépit de la qualité », se désole Nicolas Mathieu, qui anticipe « un impact financier supérieur à la crise de Presstalis (1), avec un fort risque que cela soit structurel ».

Surcoût de 100 millions d'euros

Des quotidiens ont déjà pris des mesures radicales. Fin 2021, le groupe Bolloré annonçait l'arrêt de la parution papier de son journal gratuit Cnews, diffusé à 760 000 exemplaires. Son concurrent 20 minutes s'apprête, lui, à passer de 12 éditions locales à deux formules nationales.

L'Apig estime le surcoût du papier à 100 millions d'euros par an pour le secteur. « Mais nous n'allons pas arrêter la presse papier demain, car les trois tonnes de quotidiens distribués représentent encore 80 % de nos recettes », précise Pierre Petillault. La profession espère un soutien de l'État, et demande notamment le report du paiement direct et de la hausse de 30 % de l'éco-contribution, jusqu'ici « monnayables » en pages de promotion pour les gestes de tri.

Des économies sont aussi recherchées dans la réduction des tirages et des invendus. Les éditeurs réfléchissent par ailleurs aux moyens de « mieux accompagner la transition des revenus vers le numérique » en valorisant mieux les contenus ou en récupérant une part plus substantielle du marché de la publicité en ligne.

(1) Société commerciale de messagerie de presse placée en liquidation judiciaire le 1er juillet 2020.

Document 2

La presse papier va-t-elle disparaître ?

Par Agnès Chauveau, <https://essentiels.bnf.fr/>, 2012

Depuis quelques années, les essais sur la fin des journaux et la mort supposée du journalisme se multiplient. En ce début de 21^e siècle, le climat est pour le moins morose et la dépression qui touche la presse contraste avec l'âge d'or du début du 20^e siècle. Les dernières heures de la presse papier auraient-elle sonné ?

Serions-nous tous condamnés, d'ici quelques années, à lire les nouvelles sur des écrans d'ordinateurs ou sur des tablettes numériques ? À en croire les pythies en tout genre, le sort de la presse écrite est définitivement scellé. Faut-il le déplorer ? Ce constat signifie-t-il la mort des systèmes d'information ? Ou la presse doit-elle être réinventée et dès lors, sous quelle forme ?

La presse aura-t-elle disparu en 2040 ?

En 2008, le Newseum, un musée consacré à l'histoire de la presse depuis les premiers imprimés du 16^e siècle, était inauguré à Washington. Le parcours évoque la saga dorée des journaux américains, les exploits des reporters de guerre et les révélations des journalistes d'investigation. Aujourd'hui, c'est une exposition à la BnF qui retrace la splendeur passée d'une presse française qui participa pleinement à la construction démocratique. À n'en point douter, quelques tristes Cassandre songeront que cette sanctuarisation, à quelques années d'écart, de part et d'autre de l'Atlantique, est de bien mauvais augure.

La fin de la version papier de France-Soir

Et nombreux sont ceux qui leur donneraient raison, à l'heure où, en France, des « Robins des bois de l'information » répandent sur le pavé parisien des journaux par milliers, pour protester contre la mort de la version papier de France-Soir. Le journal mythique de Pierre Lazareff, le seul quotidien français à avoir été vendu, certains jours, à la fin des années cinquante, à plus de 2 millions d'exemplaires, disparaît des kiosques mais conserve une existence numérique. Créé au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, France-Soir, héritier du journal résistant Défense de la France, aura été, pour plusieurs générations de lecteurs et de journalistes, un modèle : grandes plumes, reportages, scoops et photos-choc. On y lisait parmi les plus grands de la profession : Joseph Kessel, Lucien Bodard et tant d'autres. Au fil de la demi-douzaine d'éditions quotidiennes, le quotidien dévoilait tout des mésaventures de la IV^e République et plus tard de l'épopée gaulliste, des guerres d'Indochine et d'Algérie. Mais le journal se voulait aussi populaire et rien des faits divers, des péripéties du Tour de France et de la vie des célébrités ne lui échappait.

Dans les années soixante, s'amorce un long déclin – qui coïncide avec la fin des Trente Glorieuses – de la presse d'après-guerre. Même Robert Hersant, qui rachète France-Soir au groupe Hachette en 1976, ne parvient pas à remonter la pente. En avril 1998, le journal n'a plus qu'une édition, vendue à seulement 150 000 exemplaires par jour. En avril 1999, Hersant cède le titre pour un franc symbolique. Dès lors, le journal passe de main en main, sans parvenir à trouver un second souffle et en perdant toujours un peu plus de lecteurs. Racheté par Alexandre Pougatchev en 2010, France-Soir veut croire que sa grande époque est de retour. Le nouveau propriétaire – un Russe dont le père milliardaire, Sergueï Pougatchev, est surnommé « le Banquier de Poutine » – décide de relancer le journal à coups d'espèces sonnantes et trébuchantes : il installe la rédaction dans de luxueux locaux sur les Champs-Élysées, embauche une centaine de journalistes et orchestre une énorme campagne de publicité. En vain, le projet d'un grand quotidien d'information populaire a vécu.

L'inexorable chute des tirages des quotidiens

La disparition de France-Soir ne fait pas exception. La Tribune, moribonde, s'apprête à connaître le même sort. Même s'il a su trouver un public, ce quotidien économique né dans les années quatre-vingt n'a jamais réussi à équilibrer ses comptes. L'Humanité et, dans une moindre mesure, Libération, se battent pour leur survie ; Le Figaro et Le Monde maintiennent un équilibre précaire. Les Échos et Le Parisien – Aujourd'hui en France, hier symbole de réussite, ont annoncé des plans de restructuration. Les 600 millions d'euros débloqués par l'État en 2010, qui faisaient suite aux États généraux de la presse (2008) et visaient à améliorer la distribution et moderniser les imprimeries, n'ont pas résolu le problème de fond. De fait, depuis les années soixante, la presse française connaît une érosion continue de sa diffusion.

En 1945, les quotidiens nationaux, alors au nombre de 26, tiraient 4,6 millions d'exemplaires chaque jour. En 2010, ils n'étaient plus que 10 pour un tirage quotidien de 1,8 million d'exemplaires. Ce qui équivaut à une chute de 60 % en soixante-cinq ans, qui a commencé bien avant l'apparition de la presse gratuite et de l'information sur la Toile. En 1980, les quotidiens nationaux avaient déjà vu leur tirage baisser de 35 % depuis 1945. Ils n'étaient déjà plus que 12 et leur tirage quotidien passait pour la première fois sous la barre des 3 millions d'exemplaires. En 1996, on ne comptait plus que 10 quotidiens, dont le tirage frôlait dangereusement la barre des 2 millions d'exemplaires, soit une nouvelle chute de 17 % en seize ans. En 2005 et jusqu'en 2010, les quotidiens ont vu leur tirage passer de 1 901 000 à 1 830 000 exemplaires par jour : une chute de 4 %, paradoxalement moins importante que les précédentes alors que la grande majorité des foyers français est désormais connectée à Internet. Les ventes des titres de presse nationale sur la période 2010-2011 ont globalement baissé de 5,6 %, en passant de 186 492 à 177 515 ventes par numéro en moyenne entre juillet 2010 et juin 2011. Trois Français sur quatre ne lisent jamais de quotidien national : le désintérêt des jeunes lecteurs et des moins jeunes pour la presse imprimée va croissant...

Une crise internationale

Le cas français est loin d'être isolé. The Guardian a annoncé qu'il avait perdu 37 millions d'euros et qu'il pourrait être en faillite d'ici trois ans. Le titre britannique, qui a décidé d'un plan d'économie de 28,5 millions d'euros sur cinq ans, veut tourner la page du papier et passer au numérique. En Europe, la diffusion des quotidiens a régressé de près de 8 % depuis 2005. La baisse est de 10 % au Japon et en Amérique du Nord. Aux États-Unis, 142 quotidiens ont disparu en 2009, et le nombre de journalistes a diminué de 25 % en dix ans. Une crise qui semble laisser les lecteurs relativement indifférents : 69 % des Américains interrogés par le Pew Research Center estiment que si leur journal local cessait d'exister, cela n'aurait pas d'impact majeur sur leur capacité à s'informer.

Aussi, certains futurologues, comme Ross Dawson, se livrent à des pronostics qui prévoient la disparition des journaux en 2017 aux États-Unis, en 2019 au Royaume-Uni et en 2029 seulement pour la France, mieux lotie en raison des aides de l'État. Ses prévisions s'appuient sur la combinaison de tendances telles que le développement des tablettes, des e-readers, des mobiles et des plateformes ouvertes, l'évolution des coûts d'impression ou le transfert des investissements publicitaires. Les futurologues n'annoncent pas pour autant la disparition du Monde ou de Libération en 2029, mais avancent que leur extinction est programmée si leurs sources principales de revenus viennent toujours de leur édition papier actuelle. Simples élucubrations ? Si l'on en croit l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, agence de l'ONU située à Genève, la disparition des journaux traditionnels sur papier est prévue pour 2040.

Ce constat cache en fait des réalités contrastées. La situation de la presse n'est pas la même partout dans le monde. La planète compte 1,7 milliard de lecteurs de quotidiens et la diffusion de la presse d'information a progressé de 5,7 % dans le monde entre 2006 et 2011. Dans certains pays d'Asie, en Amérique du Sud ou en Russie, le journal gagne du terrain et accompagne les mutations en cours... Mais pour combien de temps encore ?

Comment en est-on arrivé là ?

La baisse de la diffusion payée, l'effondrement des recettes publicitaires et du marché des petites annonces, la concurrence des gratuits, l'augmentation des coûts de fabrication, du prix du papier, des matières premières et des coûts de distribution, le faible nombre de points de vente : le modèle économique sur lequel l'essor de la presse écrite s'était construit s'est désagrégé en quelques décennies... La publicité a déserté les vieux journaux et le modèle de financement apparu au 21^e siècle, avec La Presse d'Émile de Girardin, s'est vu brusquement remis en cause. Les responsables des journaux sont donc confrontés au défi de trouver un nouveau business model tout en réduisant leurs coûts de production de l'information. L'entrée en force, dans le capital des journaux, d'industriels dont le journalisme n'est pas le métier a permis de sauver des titres chancelants, mais a fini de nuire à l'idée d'une presse indépendante de tout pouvoir. Et parce que les journaux quotidiens sont chers à fabriquer, ils sont devenus vulnérables, d'autant que leur lecture n'est plus un rituel incontournable.

Une grave crise de confiance

La mutation est encore plus profonde. Le journal a perdu de sa superbe, de son influence, de sa suprématie et il n'est plus le creuset de la démocratie. Concurrencé par la multiplicité des sources d'information, par la gratuité des informations sur la Toile, il a abandonné son leadership politique et culturel et cessé d'assumer sa fonction de quatrième pouvoir. L'époque qui s'est ouverte à la fin du 19^e siècle avec le « J'accuse » de Zola, publié à la une de L'Aurore, paraît révolue. De même, le temps où les éditoriaux de Sirius – pseudonyme du patron du Monde Hubert Beuve-Méry – faisaient la leçon à de Gaulle n'a plus cours. L'ambition d'exercer un magistère moral, de jouer un rôle politique autonome, est désormais mal perçue par les lecteurs. L'attitude de surplomb et de donneur de leçon provoque le rejet et donne la sensation d'une collusion entre la presse et les élites dirigeantes.

La presse a mauvaise presse. Le phénomène, il est vrai, n'est guère nouveau. Balzac ne cessait déjà de dénoncer la toute-puissance des journalistes de son temps, leur vanité, leur vénalité, la versatilité de leur jugement, concluant sa Monographie de la presse parisienne par un cinglant axiome : « Si la presse n'existait pas, il faudrait ne pas l'inventer. »

Depuis 1987, un baromètre réalisé par TNS Sofres pour le journal La Croix permet de mesurer d'année en année la confiance de l'opinion dans les médias. Les lecteurs montrent une défiance croissante vis-à-vis de la presse. Les journalistes sont accusés de nombreux maux : on leur reproche notamment de se polariser sur des sujets éloignés des préoccupations du public ; de fouiller dans la vie privée des gens au risque de leur porter préjudice ; d'être approximatifs, de ne pas prendre le temps de vérifier les sources ; d'embrouiller faits et commentaires ; de proposer une hiérarchie de l'information sans lien raisonnable avec l'importance des sujets, en utilisant par exemple les faits divers comme produits d'appel. Surtout, on les suspecte d'agir sous l'influence des politiques ou sous la domination de groupes financiers.

La fracture médiatique entre la population et le système d'information

L'histoire du pouvoir de la presse écrite s'achève ; le temps de la « nouvelle cléricature », où éditorialistes et journalistes d'investigation pouvaient, selon la formule d'Albert Londres, « porter la plume dans la plaie » des gouvernants a vécu. En France, la quasi-unanimité des journaux en faveur de la Constitution européenne en 2005 a brusquement fait prendre conscience d'une fracture médiatique entre la population et le système d'information. Et pourtant, depuis la Révolution, la presse aura été en France l'auxiliaire de la démocratie, en contribuant à créer par sa fonction critique les conditions pour que le débat démocratique implique l'ensemble des citoyens.

Comment envisager alors l'avenir du journalisme et de sa fonction d'organisation du débat public ? L'information s'est banalisée. Elle est concurrencée par de nouveaux supports qui ne sont pas des moyens d'information : des moteurs de recherche comme Google ou encore des réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter. La presse est aussi concurrencée par l'émergence de la blogosphère. L'idée se fait jour qu'une autre information est possible, plus démocratique, car produite par des citoyens. Début 2011, on comptait plus de 156 millions de blogs, publiant 1 million de nouveaux billets

par jour. Bien que ce journalisme citoyen ait montré ses limites, les blogs sont devenus partie intégrante du paysage médiatique. Ils dépassent parfois en audience et en qualité nombre de médias traditionnels, même s'ils sont souvent alimentés par des journalistes. Quelques années après son lancement, le Huffington Post, site d'information en même temps que plateforme de blogs, a dépassé en trafic le site du Wall Street Journal ou du Washington Post. Les blogueurs ont aussi fait la preuve de leur capacité d'intervention dans l'espace public. Depuis l'hiver 2010, les révolutions dans le monde arabe ont prouvé que les internautes et les blogueurs, adeptes de Facebook, Twitter et YouTube, étaient capables de déclencher une mobilisation populaire sans précédent et que ces nouvelles formes d'expression étaient susceptibles d'organiser un débat public, contrairement à une presse atone qui demeurait muselée par le pouvoir politique.

Dauphiné Libéré: nouvelle formule, nouveau format, nouvelles rubriques...

Par Le Dauphiné Libéré, <https://www.ledauphine.com/>, 30 avril 2023

Nouvelle formule, nouveau format, tout en couleurs!

Votre journal a longuement écouté ses lecteurs et a fait le choix de s'inscrire résolument dans la modernité. Découvrez tout ce qui change. Et partez à la découverte de la rédaction, des ventes, de la publicité...

Fini l'ère des grands journaux difficiles à lire et à feuilleter. Le nouveau format, tabloïd, permet de mieux structurer l'information, avec plus de cohérence. Un nouveau format plus pratique à lire à la maison, dans les transports, sur son téléphone portable ou sur son ordinateur avec notre liseuse numérique.

Lisibilité et modernité

Dans un monde où la surabondance d'information (réseaux sociaux, télés en continu) devient stressante et brouille les messages, le directeur artistique fait le choix d'une plus grande clarté et d'une plus grande lisibilité avec une maquette sobre, élégante, qui guide le lecteur. La gestion des blancs et les deux polices de caractères utilisées éclairent l'information et la mettent mieux en valeur.

Tout en couleurs

Nous avons opéré ces derniers mois un grand chantier sur nos rotatives en les équipant pour pouvoir imprimer toutes les pages en couleurs. C'est une première dans l'histoire de notre journal et nos lecteurs nous le réclamaient depuis longtemps !

Mieux rangé

Toutes nos pages sont clairement rubriquées de la première à la dernière, pour que nos lecteurs s'y retrouvent plus facilement. L'information de votre département et de votre région sera rangée chaque jour dans le même ordre et nous proposerons d'aborder des thématiques qui reviendront chaque semaine.

Encore plus de rubriques le dimanche

Le dimanche nous avons plus de temps pour mieux comprendre l'actualité, pour plus de plaisir, de détente, de réflexion. Nous proposerons dès le 7 mai, une offre éditoriale renforcée le dimanche avec un dossier d'actualité, une page gastronomie régionale, une double page jeux, une page BD (avec l'arrivée de Titeuf), une pages livres avec la sélection de la rédaction et une page tribune idées pour mieux réfléchir sur les grands sujets du moment.

Davantage d'infos positives, qui donnent envie

Ce nouveau journal mettra plus en valeur notre territoire et ses acteurs, avec le récit tous les jours des réussites économiques locales, les portraits tous les lundis de jeunes qui font bouger le département, le récit tous les mercredis d'initiatives positives, une double page tous les jeudis et vendredis de conseils de sorties culture et loisirs.

Des liens renforcés entre le papier et le digital

Priorité à l'information immédiate, puis à son enrichissement tout au long de la journée via divers formats : articles, photos, vidéos, podcasts. Le web et les réseaux sociaux seront le lieu d'un échange renforcé avec les internautes au travers de différentes rubriques. Nos lecteurs papier retrouveront des

QR codes dans les pages qui leur permettront de faire des allers et retours sur le site pour y découvrir les enrichissements et les articles supplémentaires.

Document 4

« Au revoir et Merci » : les Nouvelles Calédoniennes, dernier quotidien du territoire, disparaît

Par Domitille Courtemanche, <https://www.ouest-france.fr/>, 17 mars 2023

Le journal créé en 1971 était en difficulté depuis des années, mais ses salariés vivent très durement une disparition qui s'est précipitée.

« Au revoir et merci » peut-on lire sur la Une du site du quotidien, diffusé le 16 mars, la dernière de son histoire. Après 52 ans d'éditions quotidienne, le journal Les Nouvelles Calédoniennes a mis fin à ses publications : soit plus de 15 000 numéros. Et cela de manière définitive.

Un instant, le recours requis par le procureur de la République Yves Dupas, après la demande de liquidation judiciaire des Nouvelles Calédoniennes, plus largement du groupe Melchior (propriétaire du journal Le Gratuit et des Imprimeries IRN), a donné un peu d'espoir aux 120 salariés que compte le groupe. Les actionnaires auraient été contraints, en dépit de la situation financière déplorable du journal, à mettre en place un plan de redressement. Mais le tribunal de commerce de Nouméa en a décidé autrement : il a officialisé vendredi la liquidation judiciaire.

Un modèle qui ne fonctionne plus

Il y avait bien eu des signes avant-coureurs : après neuf ans de perte, le journal avait été placé en procédure de sauvegarde en avril 2021. A ce moment-là, ses pertes s'élevaient déjà à plus de 16 millions d'euros.

« On savait que la situation était très compliquée depuis deux ans. Je suis arrivé en octobre : trois semaines plus tard les recrutements étaient gelés [...] Déjà, à ce moment-là, je me suis dit : ce n'est pas possible, on ne va pas aller très loin » Florent, journaliste pour Les Nouvelles Calédoniennes.

Au 1er janvier 2023, la direction avait choisi de mettre un terme définitif à l'édition papier au profit d'une version quotidienne 100 % Web, et l'impression d'un hebdomadaire : un pari risqué qui n'a pas payé :

« Malgré ce plan et toutes les actions mises en œuvre depuis des années, ni le groupe Melchior, ni les Nouvelles calédoniennes n'ont pu trouver un modèle économiquement viable et identifier des pistes de rétablissement durable. » expliquait le groupe Melchior dans un communiqué diffusé vendredi 10 mars.

La sidération des salariés

Ce qui a choqué les employés, ce n'est pas tant l'arrêt du journal, assez prévisible. C'est le fait de mettre la clé sous la porte dans un délai si court : cinq jours.

« C'est assez dingue de s'entendre dire : vous devez rendre les ordinateurs, les portables, les badges et à partir de jeudi minuit vous n'avez plus accès à la rédaction ; une rédaction que des gens ont côtoyée chaque jour depuis 20 ans [...] C'est comme un déménagement forcé. Tu ne sais pas où tu vas aller », dit l'un d'entre eux.

Sur le plan financier, les 120 salariés se retrouvent en difficulté : « On est certain d'avoir notre salaire à la fin du mois, mais après on ne sait pas quand sera versé nos trois mois de préavis, et encore moins les indemnités définitives par année de présence [...] qui sont liées à la vente des biens immobiliers du journal. »

Les salariés se disent choqués par l'absence de communication et de soutien de la part de la direction. Le vendredi, jour de l'annonce officielle de la demande de liquidation : « Ça a été très brutal, raconte Florent. J'étais au Vanuatu en reportage. Une collègue m'a envoyé un message pour me dire : Jeudi prochain, c'est terminé. J'étais dans l'avion avec l'armée française. C'était très

paradoxal : en même temps, je faisais un reportage génial, et on me dit : dans cinq jours c'est terminé. On a l'impression que le monde s'écroule sous ses pieds. [...] C'est la fin pure et nette du journal »

À l'annonce de la liquidation du journal, ce vendredi, aucun actionnaire n'était présent, pas plus que la direction.

Des inquiétudes sur le pluralisme de l'information

Ce qui interpelle, c'est aussi la disparition du seul et unique quotidien du territoire, sans repreneur. Ce journal d'abord orienté en faveur des Loyalistes se voulait neutre. Cette disparition majeure a donné lieu à très peu de réactions politiques, à l'exception du député Nicolas Metzdorf : « La disparition des Nouvelles Calédoniennes est une perte pour la liberté d'expression » et de Roch Wamytan, le président du Congrès qui s'en inquiète dans un communiqué : « A l'heure où le Congrès réfléchit au renforcement de la démocratie calédonienne [...] voir disparaître Les Nouvelles calédoniennes nous affecte profondément. »

Cette fermeture du seul quotidien de Calédonie survient à un moment de forts enjeux démocratiques : le statut de la Nouvelle-Calédonie, en transition depuis fin 2021, est sur le point d'être redéfini. Gérald Darmanin se rendra dans le territoire en mai, avant Emmanuel Macron cet été, dans la perspective d'aboutir à un accord en septembre.

Presse quotidienne régionale : la nécessaire mutation des journaux régionaux

Par La Rédaction, <https://www.vie-publique.fr/>, 29 juillet 2022

La presse quotidienne régionale et départementale (PQR) est lue chaque mois par 43 millions de personnes, soit les deux tiers de la population française. Mais, confrontée à l'érosion de ses ventes, elle doit se transformer.

Un rapport sénatorial de juillet 2022 sur la presse quotidienne régionale (PQR) dresse un état des lieux de la PQR en France et avance des pistes pour remédier à la crise qu'elle traverse depuis 2010.

Des modèles économiques variés

La PQR maille l'ensemble du territoire français et s'est constituée peu à peu en monopoles régionaux. Ses 51 titres se déclinent en 91 versions locales. Son modèle économique repose sur :

- la vente de journaux qui représente 68% des revenus des huit groupes de PQR ;
- la publicité (24%) ;
- la diversification (5%) avec certains titres qui développent une politique événementielle de grande ampleur consolidant leur assise économique.

Par ailleurs, des titres de presse locale intégralement en ligne sont apparus ces dernières années, comme Marsactu dans les Bouches-du-Rhône. Leur modèle économique reste incertain.

Entre 2010 et 2021, la diffusion papier de la PQR a baissé de 37%, et celle de la PQN (presse quotidienne nationale) de 75%. Mais la PQR affiche un fort retard sur la PQN en matière de numérisation malgré des efforts récents. En 2021, les ventes d'exemplaires numériques ont représenté 13% du chiffre d'affaires pour la PQR et 61% pour la PQN.

Un secteur fragilisé

La PQR a subi un triple choc ces dernières années :

- l'essor des plateformes numériques qui a tari ses revenus et son lectorat. Le modèle économique de la presse repose sur un équilibre entre les ventes et la publicité, deux ressources menacées. Les canaux de vente traditionnels souffrent et les recettes publicitaires de la presse ont été divisées par trois depuis 2006 et par deux depuis 2012 à cause de la concurrence des entreprises numériques ;
- la forte hausse des coûts de production. L'économie de la presse imprimée repose sur des coûts fixes élevés. Face à un marché en baisse forte et régulière, ces coûts augmentent rapidement. La PQR doit adapter son outil industriel, en cours d'évolution avec la mise en œuvre du plan 2020-2025 destiné à moderniser les imprimeries. De plus, le prix du papier explose depuis début 2021, induisant des coûts supplémentaires ;
- la pandémie de Covid-19 qui a accéléré l'érosion des ventes.

Favoriser la mutation de la PQR

La PQR doit à la fois :

- préserver un marché de la vente "papier" auquel beaucoup de lecteurs sont attachés mais dont les coûts de fabrication et de diffusion s'accroissent ;
- investir massivement dans le numérique pour répondre aux nouvelles attentes de son lectorat, ce qui nécessite de lourds investissements.

Vu l'importance de la PQR pour la démocratie et la vie locale, elle doit être accompagnée par l'État dans sa mutation. Le rapport recommande ainsi :

- d'accélérer la transition digitale de la PQR en renforçant l'aide du Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) ;
- d'encourager la création de lieux de vente dans les zones "blanches" et d'inclure dans le pass Culture les abonnements à la presse papier ;
- de compenser la hausse des coûts de production pour les titres les plus en difficulté et de rebâtir une filière papetière nationale via le plan France Relance.

Le Covid-19 accélère la fin de la presse papier à travers le monde

Par Taimaz Szirniks, <https://www.latribune.fr/>, 7 août 2020

Pour la première fois de son histoire, le New York Times a vu, au deuxième trimestre, ses recettes en ligne dépasser celles du papier. Un phénomène révélateur d'une tendance de fond ? La crise sanitaire semble en tout cas avoir accéléré le déclin du papier au profit du numérique.

Amorcé depuis longtemps, le déclin de la presse papier connaît un coup d'accélérateur à travers le monde depuis la crise du Covid-19: les audiences numériques des journaux ont explosé mais leurs ventes d'exemplaires papier se sont effondrées ou ont dû être suspendues.

Avec la crise sanitaire, il est devenu difficile d'amener les quotidiens jusqu'aux points de vente, et compliqué pour les clients de les obtenir.

La crise a "accéléré quasi certainement le passage à un futur 100% numérique", analyse le rapport 2020 de l'institut Reuters. Elle frappe une industrie déjà fragilisée par la chute des ventes et des revenus publicitaires, ses deux principales sources de revenus.

Au Brésil, au Mexique, certains des plus grands quotidiens ont délaissé provisoirement le papier pour le tout numérique, ou fait sauter des éditions.

Aux Philippines, 10 des 70 journaux membres de l'institut de la presse (PPI) ont dû fermer à cause de la pandémie. "Les temps sont difficiles: il n'y a pas d'annonceurs et personne ne nous lit", a déclaré à l'AFP le directeur exécutif du PPI, Ariel Sebellino.

Les petits journaux locaux, qui ont vu leurs ventes dans la rue s'écrouler avec les mesures de confinement, sont les plus touchés. "L'industrie est assiégée. Nous sommes tous meurtris", regrette-t-il.

Partout, la disparition progressive des éditions papier affecte toute la chaîne de production: des journalistes aux vendeurs de journaux, en passant par la production de papier, les imprimeurs et les livreurs.

Au Royaume-Uni, les grandes marques de presse ont gagné en ligne 6,6 millions de lecteurs au premier trimestre, un record selon leur association professionnelle.

Mais la plupart des journaux n'ont pas retrouvé leurs chiffres de ventes papier. "C'est la plus grande menace pour l'industrie mondiale de l'information depuis la crise économique de 2008", a prévenu le magazine spécialisé Press Gazette (qui a abandonné le papier en 2013).

250 journaux locaux avaient déjà fermé dans le pays entre 2005 et 2018, et un journaliste sur trois pourrait perdre son poste.

Un public de niche ?

Aux États-Unis, des dizaines de journaux ont fermé ou fusionné avec leurs concurrents locaux depuis le début de la crise, selon l'institut Poynter. Les journaux américains avaient déjà licencié la moitié de leurs salariés entre 2008 et 2019, selon l'institut Pew.

Les journaux gratuits, comme Metro et Destak au Brésil, ou 20 Minutes en France, ont aussi suspendu temporairement leur parution. Financées par la publicité, et distribuées dans des zones à forte densité, leurs éditions papier n'avaient plus de raison d'être.

En Allemagne, "avant la crise du coronavirus, tous les éditeurs gagnaient de l'argent, même si le nombre des exemplaires vendus ne cessait de diminuer", a déclaré à l'AFP le président de la

Fédération des journalistes allemands, Frank Überall. "Aujourd'hui c'est très différent", mais "la presse écrite a de beaux jours devant elle", selon lui. "Il y a encore trop de lecteurs qui veulent tenir leurs journaux dans les mains. Et les plus âgés en particulier sont encore loin d'utiliser en masse le numérique".

"L'impression coûte cher, mais c'est un mal pour un bien", argumente Gilles Dechamps, directeur d'une imprimerie au nord de Paris. "Il est important pour les lecteurs, comme pour les annonceurs, d'avoir ce repère en point de vente". L'imprimeur cite des marques comme France-Soir et Métro, qui ont abandonné le papier en France, et dont "plus personne ne se rappelle".

Au cours des trente dernières années, les journaux ont déjà essayé de réduire leur dépendance au papier, en réduisant leurs formats, en se diversifiant, et en investissant sur internet. Mais la plupart n'ont pas encore trouvé la martingale. "Même sur les plus petits marchés, Facebook et Google siphonnent les trois quarts des revenus numériques", souligne Penelope Abernathy, ancienne vice-présidente du Wall Street Journal et du New York Times, professeure d'économie des médias à l'université de Caroline du Nord. "Les médias se partagent les restes".

Les plus gros pourraient s'en tirer: le New York Times a vu ses recettes en ligne dépasser pour la première fois celles du papier, au deuxième trimestre.

Pour survivre, les plus petits pourraient aussi continuer à devenir plus rares et plus chers. Les magazines qui se sont lancés avec succès en papier ces dernières années visent souvent un public de niche. "Le papier imprimé survivra sous une certaine forme", souligne Penelope Abernathy, comparant les journaux avec les livres, qui survivent au numérique.

Il y a un futur sur abonnement, pour les magazines, pour des grands journaux quelques jours par semaine, "et l'on se rappellera avec nostalgie de l'ère des quotidiens, de cet instantané des dernières 24 heures", conclut Mme Abernathy.

La presse quotidienne frappée de plein fouet par l'explosion du prix du papier

Par Brice Laemle, <https://www.lemonde.fr/>, 29 décembre 2022

La plupart des quotidiens nationaux, dont « Le Monde », augmenteront leurs prix au 1er janvier 2023.

En kiosques, les journaux de la presse quotidienne nationale (PQN) coûteront plus cher début janvier 2023. Il faudra déboursier 20 centimes de plus pour acheter l'édition papier du Figaro, des Echos ou encore du Monde, qui progresseront à 3,40 euros. La Croix et Libération augmenteront respectivement de 30 et de 20 centimes, pour atteindre 2,70 euros. Quant à L'Equipe, le journal sera vendu 10 centimes plus cher (2,30 euros la semaine et 3,30 euros le samedi avec le magazine), à partir du 2 janvier.

Si les hausses de prix sont récurrentes en début d'année dans la presse, les éditeurs justifient celle-là par l'explosion des coûts du papier journal et, plus largement, des coûts de production. Le prix du papier à la tonne était de 400 euros au premier trimestre 2021, un prix historiquement bas. Il atteint aujourd'hui 900 euros, après avoir même grimpé jusqu'à 1 100 euros en novembre.

Cette augmentation est liée aux conséquences de la guerre en Ukraine et à la hausse des coûts de l'énergie, mais pas seulement. « Les papetiers réorientent leurs investissements vers l'emballage en carton, car c'est un marché très dynamique, avec l'e-commerce par exemple, mais cela se fait au détriment de la production de papier journal », estime Pierre Petillault, le directeur général de l'Alliance de la presse d'information générale. Pour la presse d'information, le surcoût lié à la hausse du prix du papier est estimé à 150 millions d'euros en 2022, selon M. Petillault. « C'est même sans doute beaucoup plus en prenant en compte la totalité des magazines », déplore-t-il.

« On a réduit notre pagination de près de 20 % »

La presse quotidienne régionale (PQR), dont le modèle économique repose encore essentiellement sur les ventes papier, est d'autant plus durement frappée par ce bond des coûts. Pour le groupe EBRA – propriétaire du Dauphiné Libéré, du Progrès et des Dernières Nouvelles d'Alsace –, qui était parvenu à revenir à l'équilibre en 2021, le surcoût est estimé à 15 millions d'euros en 2022. Cela grève les comptes de l'entreprise qui, une fois clos, pourraient totaliser une dizaine de millions d'euros de pertes d'exploitation.

« Pour moins consommer de papier, on a réduit notre pagination de près de 20 % », explique Rémy Ramstein, directeur industriel d'EBRA.

Reuters Institute : les 5 chiffres clés sur l'avenir des médias

Par Marina Alcaraz, <https://www.lesechos.fr/>, 11 janv. 2022

Boom du digital, investissement sur les podcasts, recentrage sur TikTok ou Instagram... Le rapport « Digital News Project » du Reuters Institute donne les grandes tendances dans les médias pour 2022.

Une certaine confiance dans l'avenir, un net focus sur le numérique et un investissement sur de nouveaux canaux - qu'il s'agisse de l'audio ou de nouvelles plateformes comme TikTok et Instagram... Voilà les grandes tendances qui se dessinent pour le secteur des médias cette année, selon le dernier rapport du Reuters Institute for the Study of Journalism.

Pour cette étude intitulée « Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022 » du Reuters Institute et de l'université d'Oxford, 246 professionnels des médias dans le monde (directeurs généraux, rédacteurs en chef, responsables du digital, fondateurs, etc.) ont été interrogés entre novembre et décembre, fournissant un bon aperçu du sentiment des patrons du secteur.

59 % des dirigeants de médias ont vu leurs revenus progresser en 2021

L'une des grandes surprises de ce rapport est la hausse des revenus enregistrés par de nombreux journaux. Plus de la moitié des sondés (59 %) indiquent que leur chiffre d'affaires a augmenté sur l'année écoulée, en tenant compte à la fois de la publicité et des abonnements.

Le rapport souligne ainsi que les médias se sont adaptés à la nouvelle donne, en accélérant sur les abonnements, l'e-commerce et les événements digitaux. De plus, la croissance de la publicité en ligne a permis de soutenir les recettes publicitaires. A l'inverse, 8 % des répondants font état d'un recul de leurs revenus, et 20 % d'une stabilité.

Cette progression des revenus peut paraître contre-intuitive en pleine pandémie et alors même que nombre de médias ont vu leur audience décliner. L'étude précise, en effet, que 54 % des sondés constatent un trafic stable ou en baisse sur leur site. En particulier, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, la consommation de news en ligne a décliné. Ainsi, outre-Atlantique, les principaux quotidiens américains - en particulier ceux qui s'opposaient à l'ancien président républicain comme le « Washington Post » ou le « New York Times » - ont souffert ces derniers mois.

Nic Newman, chercheur au Reuters Institute for the Study of Journalism et auteur du rapport, met en avant aussi la nature « déprimante » des news, alors que de nombreux consommateurs sont allés sur les réseaux sociaux et les services de streaming pour se détendre.

75 % des dirigeants de médias sont optimistes sur l'année à venir

Chiffre encourageant, les trois quarts des répondants à cette enquête sont optimistes sur l'année à venir, en tout cas en ce qui concerne leur société. L'une des explications réside dans la bonne tenue des abonnements, notamment numériques. Par exemple, le « New York Times » vise le chiffre symbolique des 10 millions d'abonnements en 2025. A contrario, seulement 5 % des dirigeants se déclarent inquiets sur le futur.

En revanche, la confiance est plus faible sur le journalisme en général : 60 % des dirigeants se disent confiants. L'inquiétude est notamment palpable dans les pays où les journalistes eux-mêmes sont attaqués et où il existe une forte polarisation des médias.

79 % des patrons misent sur les abonnements digitaux

Le principal focus des dirigeants pour cette année ? Clairement, les abonnements. 79 % des sondés (privés) placent les abonnements digitaux en tête de leurs sources de revenus de l'année (contre 74 % en 2020). C'est devant la publicité digitale (73 % contre 81 % en 2020), le « native advertising » (59 %, contre 75 %). Les stratégies de diversification - mot d'ordre de l'an dernier - sont aussi présentes : les événements sont cités à 40 % et l'e-commerce à 30 %.

Toutefois, ce focus sur l'abonnement n'est pas sans poser question. Presque la moitié (47 %) s'inquiète que le modèle d'abonnement pousse le journalisme vers des lectorats plus riches et plus éduqués. Et certains nouveaux titres vont dans ce sens : en témoigne, l'annonce toute récente d'un nouveau média fondé par l'ex patron de Bloomberg Média avec un journaliste du prestigieux « New York Times », visant une audience ayant un diplôme universitaire.

80 % accentuent les investissements sur les podcasts et l'audio

Les podcasts sont le nouveau Graal des médias. 80 % des sondés de l'enquête du Reuters Institute pensent que l'innovation vient de l'audio. Et de fait, de plus en plus de médias de la presse écrite ont lancé des podcasts ces dernières années, à l'étranger comme en France.

Par exemple, le britannique Tortoise Media a un podcast leader sur Apple Podcasts aux Etats-Unis. En France, le trio de tête est constitué de « Culture Générale » (Choses à Savoir), devant « Transfert » (Slate) et « Bliss Stories », selon l'ACPM, tandis que « La Story » (« Les Echos ») arrive en quatrième position et est le premier sur l'actualité. Aujourd'hui, les écoutes de podcasts natifs sur les sites de médias représentent environ 10 % des téléchargements, selon Acast en France.

« Il est clair que de nombreux éditeurs estiment que l'audio offre de meilleures opportunités d'engagement et de monétisation que l'investissement dans l'écrit ou la vidéo », estime Nic Newman. Les newsletters par e-mail arrivent juste derrière avec 70 % et les vidéos digitales sont à 63 %.

Les médias mettent le cap sur TikTok et Instagram

Les dirigeants de médias sont de plus en plus inquiets sur la manière d'attirer le jeune public. L'une d'elles consiste à multiplier les formats vidéo, plébiscités par les jeunes. Le groupe audiovisuel public suédois SVT est désormais le média privilégié d'un quart des jeunes suédois (entre 20 et 29 ans), contre seulement 9 % en 2017, relate le rapport. Cette percée auprès des millénials s'est faite grâce à un investissement dans les vidéos.

**1^{ER} CONCOURS EXTERNE OUVERT AU TITRE DE L'ANNEE 2023
POUR LE RECRUTEMENT DANS LE CORPS DES ASSISTANTS DE CONSERVATION
DU CADRE DU PATRIMOINE ET DES BIBLIOTHEQUES DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE**

-----□□-----

EPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITE : REDACTION D'UNE NOTE DE SYNTHESE

DUREE : 3h00

COEFFICIENT : 3

CORRIGE

Le corrigé comporte 2 pages.

Le paysage de la presse a été profondément bouleversé ces dernières années.

A l'aide des documents joints, vous voudrez bien rédiger une note présentant les raisons du déclin de la presse avant de montrer les signes d'un renouveau.

Depuis quelques années, les discussions sur le déclin du journalisme se multiplient au point que l'on se pose régulièrement la question de savoir si la presse écrite va ou non disparaître.

Les chiffres sont éloquentes : alors qu'en 1945, les quotidiens nationaux, alors au nombre de 26, tiraient à 4,6 millions d'exemplaires ; en 2010, le tirage est de 1,8 million d'exemplaires pour 10 quotidiens nationaux.

Si la presse apparaît bien comme un secteur fragilisé, et encore davantage récemment (I), force est de constater une volonté de renouveau (II).

I. Un secteur fragilisé

L'inexorable chute des tirages des quotidiens est le reflet de la crise que traverse la presse. Principalement liée à la baisse des revenus publicitaires et à la concurrence d'autres sources d'information, la fragilisation du secteur apparaît comme une conséquence de la crise de la covid-19 (A) et de la récente augmentation du prix du papier (B).

- A. La crise de la covid-19
- B. L'augmentation du prix du papier

II. Une volonté de renouveau

Les médias se sont adaptés à la nouvelle donne. Le renouveau de la presse est visible à travers le développement du numérique (A) et la diversification des outils (B).

- A. Le renouveau par le numérique

B. La diversification des outils

Conclusion / ouverture :

Pour survivre, il est observé une tendance des plus petits journaux à devenir plus rares et plus chers. Des magazines visant un public de niche ont ainsi un certain succès dans la presse papier.

Barème général :

Une note inférieure à 5 sur 20 pour tout devoir hors sujet ;

Une note inférieure à 10 sur 20 pour tout devoir ne présentant pas de plan matérialisé ;

Une note inférieure à 10 sur 20 pour tout devoir comportant plus de 6 pages ;

A partir de 5 fautes, 2 points seront enlevés à la note sur 20.