



**HAL**  
open science

# Être journaliste au sein de la presse régionale française à l'heure du net

Maria Holubowicz

► **To cite this version:**

Maria Holubowicz. Être journaliste au sein de la presse régionale française à l'heure du net : Exemple du Dauphiné libéré. 11th International Symposium for Online Journalism, Apr 2010, Austin, États-Unis. hal-00484247

**HAL Id: hal-00484247**

**<https://hal.science/hal-00484247>**

Submitted on 19 May 2010

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Maria Holubowicz**  
MCF  
UFR des Sciences de la communication - GRESEC  
Université Stendhal - Grenoble 3  
FRANCE  
E-mail : [maria.holubowicz@u-grenoble3.fr](mailto:maria.holubowicz@u-grenoble3.fr)

## **Être journaliste au sein de la presse régionale française à l'heure du net**

### **Exemple du *Dauphiné libéré***

Pendant longtemps, les entreprises de la presse quotidienne régionale française (dite PQR) étaient des affaires de familles. De taille incomparable avec les entreprises de presse allemandes ou britanniques, elles souffrent d'une sous-capitalisation chronique et d'un taux de profit insuffisant ce qui a freiné leur modernisation. L'arrivée des grands groupes dans le secteur, dès années 70 (le groupe Hersant puis Hachette) avec les méthodes de gestion plus rigoureuses et la concentration qui s'en suit dans la presse régionale conduisent à la rationalisation du fonctionnement des entreprises. Cependant, ces efforts s'avèrent insuffisants, face à la concurrence des gratuits d'information générale qui grignotent une part des recettes publicitaires, avec le vieillissement inexorable du lectorat et la baisse des ventes. (Martin, 2002) La révolution technologique, en permettant, grâce aux outils télématiques d'abord et l'internet ensuite, de multiplier les supports et les acteurs aussi pour l'information régionale, locale et de proximité, a aussi bouleversé le secteur de la presse régionale française, jusqu'alors relativement épargné par rapport à la presse écrite nationale. (Mathien, 1999) Aujourd'hui, à l'instar de cette dernière, les quotidiens régionaux doivent se réinventer afin de faire face à l'avenir incertain, faute de modèle économique viable à long terme.

Les journalistes de la PQR, sont concernés de près par ces évolutions. Nous voulions savoir comment les journalistes arrivent à affronter, aussi bien au niveau pratique que mental, les changements dans les comportements et pratiques professionnels induits par

les nouveaux outils. Nous voulions aussi saisir le contexte interne des changements consécutif à l'adoption des nouveaux supports électroniques par un journal papier ainsi que d'essayer de comprendre la portée de ces changements pour la pratique professionnelle journalistique. Pour répondre à ces questions, nous avons choisi le cas du *Le Dauphiné Libéré*, un grand quotidien du Sud-Est de la France, et plus particulièrement l'un de ses « enfants » de la génération Internet GREnews, un produit d'information multisupport disponible dans la ville de Grenoble.

Pour cela, nous avons mené des entretiens semi-directifs avec les trois membres de la rédaction de *GREnews* ainsi qu'avec Jean-Paul Fritz, le chef du département des « Nouveaux Médias » du *DL*. L'objectif consistait à saisir leur profil professionnel, mais aussi les spécificités de leurs pratiques professionnelles et de leur position au sein de l'entreprise, tels qu'ils les percevaient eux-mêmes. Nous voulions aussi savoir si le travail au sein d'un support plurimédia avait affecté leur perception du métier de journaliste et de ses finalités. Cette enquête sociologique, dans l'esprit de la démarche compréhensive, a été complétée par l'analyse du contexte de la création et du développement de *GREnews* ainsi que par l'analyse du produit lui-même.

### *Le Dauphiné libéré et la stratégie de diversification sur les nouveaux médias*

*Le Dauphiné Libéré*, quotidien régional qui couvre aujourd'hui neuf départements et tire à près de 250 000 exemplaires, a connu, durant plus de soixante ans d'existence, à peu près les mêmes aléas que ses concurrents. Issu du mouvement de la Résistance, il a été d'abord une propriété familiale pour tomber ensuite dans l'escarcelle des groupes de presse, d'abord celui de Robert Hersant, à partir de 1983, ensuite du groupe EBRA « Est Bourgogne Rhône-Alpes » (2006), constitué autour de la banque Crédit mutuel.

En situation de quasi-monopole dans sa zone de diffusion, le quotidien dauphinois a été pratiquement le dernier grand titre de la presse quotidienne française à investir le web : son site éditorial n'a été lancé qu'à l'occasion de changement de la formule en 2005. Confronté à la concurrence accrue des nouveaux acteurs et de nouveaux supports, ainsi qu'à la baisse constante de son lectorat qui ne se renouvelle pas assez, l'entreprise *Le Dauphiné libéré* a été obligé de réagir.

Les premières tentatives de diversification sur l'internet remontent au milieu des années 90. *Le Dauphiné libéré* a essayé alors de se placer sur le créneau du web marchand avec une plateforme de commerce en ligne nommé *Dauphiné Network Services (DNS)*. Cependant, cette tentative échoue, comme dans beaucoup d'autres cas semblables d'ailleurs, car le grand public n'est pas encore prêt à se lancer dans le commerce en ligne.

La tentative suivante du quotidien pour se positionner sur le terrain des nouveaux médias sera la bonne. Elle commence par une expérience de création d'un site participatif à l'occasion des élections présidentielles en France en 2007. Lancé le 12 février 2007, le site mêle l'information journalistique à l'expression des internautes qui peuvent y publier leurs commentaires sans modération préalable. Cette expérience a pris fin une fois le président élu, mais s'est avéré suffisamment concluante pour en tenter d'autres.

### *GREnews, un média multisupport*

Ainsi, en février 2008, *Le Dauphiné libéré* lance un trimédia *GREnews*, décliné en hebdomadaire papier gratuit, en un site web et en un journal webtélé quotidien. En effet, vu le contexte actuel général de la presse écrite, le développement de nouveaux supports est devenu un enjeu économique majeur pour le journal dauphinois, comme l'explique Patrick Peltier, rédacteur en chef chargé du développement. (HYPERLINK "http://www.ledauphine.com" [www.ledauphine.com](http://www.ledauphine.com), le 06 février 08). A ses débuts, son équipe se compose de neuf personnes : d'un coordinateur éditorial, de trois journalistes

multimédia, d'un journaliste photo-vidéo, d'une équipe de quatre personnes pour produire le webjournal ainsi que d'une personne responsable de la publicité.

La déclinaison du *Dauphiné libéré* sur ces nouveaux supports a été conçue pour séduire le public jeune entre 18-35 ans, qui boudent la lecture des journaux papier en général et de la presse quotidienne régionale en particulier, qui ne prend pas suffisamment en compte leurs préoccupations et leurs pratiques en matière d'information. *GREnews*, l'hebdomadaire et *grenews.com*, avec la formule, certes, généraliste, mais centrée sur les sorties et le sport se destinent avant tout aux jeunes urbains grenoblois. Public qui, il convient de le souligner, mérite d'être pris en compte à Grenoble, ville « jeune » par excellence, car accueillant 60 000 étudiants, soit un tiers de sa population intra muros et plus d'un dixième de la population de l'agglomération grenobloise comptant 400 000 personnes.

La version électronique de *GREnews*, *grenews.com*, hormis les contenus journalistiques (articles, dossiers, diaporamas, vidéos...) accorde une place importante à l'interactivité en favorisant la participation des lecteurs en utilisant les principaux moyens du web 2.0 : liens vers des sites communautaires (Facebook, Myspace) des plateformes de partage de contenus (Youtube, Dailymotion) pour augmenter la notoriété, le système de commentaires et de notation des articles par les lecteurs, des minisondages et des systèmes de vote (pour les sportifs, des hommes politiques) pour accroître l'interactivité. Le caractère « jeune » du site est rehaussé par différents éléments d'ambiance (témoignages vidéo des fêtes, comme, par exemple, celui de la fête de la Saint Patrick) et par la langue utilisée, notamment dans les questions des sondages. L'objectif serait de créer une communauté, voire des communautés, autour du site, mais pour l'instant, la rédaction n'en a pas les moyens matériels. Selon les estimations, le site compte entre 1500 et 3500 de visiteurs uniques par jour.

Logiquement, grenews.com est spécialisé dans l'information hyperlocale, de proximité. Cependant, l'ambition de ses créateurs est de lui amener davantage d'audience nationale en accroissant le trafic de recherche, jugée insuffisante pour le moment, faute de référencement suffisant, d'autant plus que Grenoble, une ville réputée comme centre de nouvelles technologies, située au cœur des Alpes, n'intéresse pas que les Grenoblois.

L'hebdomadaire *GREnews*, d'une trentaine de pages, reprend une partie des contenus du site web. Il est distribué gratuitement à 40 000 ex. chaque mercredi grâce à 800 points de diffusion environ à travers la ville. Selon M. Peltier, *GREnews* aurait généré en un an d'existence 500.000 euros de chiffre d'affaires (*AFP*, 2 décembre 2008) et il n'était plus déficitaire, comme l'affirme Jean-Paul Fritz, chef du département « Nouveaux médias » du quotidien. Cependant, il devait renoncer à son journal télévisé quotidien intégré au *GREnews.com*, trop cher à produire. Il laisse aussi entendre que cette réussite n'aurait pas été possible sans l'adossement au journal papier, donc à une entreprise de presse de notoriété, sans concurrents directs dans sa région de diffusion, et, qui plus est, faisant aujourd'hui partie du plus grand groupe de presse régionale du pays. Comme preuve supplémentaire, on peut citer la disparition récente du concurrent direct de *GREnews Grenoble et moi*, un autre hebdomadaire gratuit d'information générale.<sup>1</sup>

### *D'autres expériences du DL sur Internet*

Depuis octobre 2008, cette formule (site internet plus l'hebdomadaire tiré à 25 000 ex.) a été déclinée à Avignon, dans le sud de la zone de diffusion du *Dauphiné libéré*. Elle émane du quotidien *Vaucluse Matin*, version locale du *DL*. Le contexte y est cependant très différent car Avignon est une ville de seulement 160.000 habitants et *Vaucluse matin* y est confronté à la concurrence du quotidien *La Provence* (groupe Hersant Média). En revanche, la même expérience dupliquée à Annecy, une ville de plus de 50 000 habitants

---

<sup>1</sup> Présent dans la capitale des Alpes depuis 2006 et distribué à 40 000 ex., *Grenoble et moi* n'est plus disponible en version papier depuis fin 2009 mais a survécu en version web.

située au nord des Alpes françaises à partir du début décembre 2008 sous le nom d'*Arvinews*, n'a perduré que cinq mois faute de marché suffisant. Le groupe du *Dauphiné libéré* a créé aussi un produit plurimédia dédié aux sports de glisse. Le *Ski chrono* magazine payant (7 numéros par an) doublé d'un site Internet a été lancé dès la fin de l'année 2006.

Jean-Paul Fritz, chef du département « Nouveaux médias » du quotidien, affirme cependant que le DL n'a pas de stratégie prédéfinie pour se positionner sur les nouveaux médias. Ou bien qu'il s'agit d'une stratégie d'essais successifs, pour voir ce qui peut fonctionner. D'autres journalistes de *GREnews* tiennent les mêmes propos, sans pour autant entrer dans les détails. Ceci n'est pas étonnant en soi puisqu'il s'agit des informations stratégiques pour l'entreprise, donc confidentielles selon toute probabilité. Ces affirmations vont dans le sens des constatations de Yannick Estienne, auteur d'un ouvrage sur les pratiques professionnelles journalistiques à l'heure de l'internet.

En effet, pour ce dernier, « *le journalisme en ligne fonctionne comme un laboratoire où toute une génération de journalistes acculturée aux nouveaux médias expérimente un autre rapport au « métier »*. (Estienne, 2007, p. 291) La prochaine étape devrait concerner davantage l'amélioration de ce qui existe déjà aussi bien que l'optimisation des moyens au sein du groupe EBRA. Ainsi, le site du DL va bientôt passer sur une nouvelle version technique, sur la même plateforme que *Le Progrès* et *L'Est républicain*, les autres journaux-membres du groupe. En tout cas, le marché du mobile, pas mûr, ne serait pas concerné pour l'instant. Par contre, on se prépare aussi au sein du journal-mère à sauter le pas du multisupport en formant petit à petit les membres de ses différentes rédactions aux techniques du web.

Les modèles ? Ils sont anglo-saxons pour Jean-Paul Fritz, le site de *Guardian*, notamment, un petit journal britannique qui génère un trafic mondial parmi les plus importants, pour paraphraser notre interlocuteur. « *Tout y est, dit-il, la navigation est*

*superbe, le graphisme dépouillé, ils font du podcast et ont une bonne application iPhone ».*

Cependant, comme a déclaré rédacteur en chef chargé du développement du *Dauphiné libéré* Patrick Peltier début 2008, l'objectif pour le groupe était de faire en sorte que les produits autres que le quotidien papier devraient représenter 50% du chiffre d'affaire en l'espace de cinq ans (*La Tribune*, 6 février 2008). Il ne précise pas pour autant s'il s'agit du groupe EBRA dans son ensemble ou seulement du *Dauphiné libéré*.

### *Etre journaliste à GREnews*

Après l'abandon du webjournal, la rédaction de GREnews se compose actuellement d'à peine trois journalistes. Nombre insignifiant en comparaison avec plus de 250 journalistes travaillant à la rédaction du DL et même avec une quarantaine des journalistes de l'agence de Grenoble. S'y ajoutent, certes, quatre correspondants locaux, ainsi que quelques étudiants de l'école de journalisme locale qui y collaborent régulièrement dans le cadre d'un partenariat, mais, comme tient à le préciser l'un des membres de la rédaction, ces étudiants sont là pour apprendre et non pas pour fournir de la main d'œuvre gratuite. Leur encadrement fait donc partie des tâches des membres de la rédaction. Pour expliquer les maigres effectifs de la rédaction de *GREnews*, un de nos interlocuteurs met en avant l'exigence de rentabilité immédiate imposé par le siège, dans le contexte de plus en plus morose pour la presse écrite.

### *Une continuité de pratiques dans un environnement jugé stimulant*

Les trois journalistes de *GREnews* viennent tous de la rédaction du DL. Ils ont suivi un parcours d'insertion des plus classiques pour entrer dans la presse régionale : un stage, une période comme correspondant local de presse, recrutement en CDD, passage par une agence locale avant d'intégrer la rédaction centrale. Aucun d'entre eux n'est passé par une école de journalisme, ni n'a suivi de formation spécifique aux techniques du web avant

son embauche. Tous les trois disent s'être formés « sur le tas », au fur et à mesure, en travaillant. Ils sont tous âgés d'une trentaine d'année. Il semblerait que l'âge, proche de celui des publics visés, ainsi que leurs qualités personnelles étaient des critères déterminants dans leur recrutement pour ce projet plurimédia. Peut-être d'ailleurs même plus que la maîtrise des outils liés au web laquelle n'est pas totale, comme l'avouent les trois membres de la rédaction. Seul le chef du projet « Nouveaux Médias » se dit être un *geek* inconditionnel et en tant que tel, constitue la principale personne – ressource pour ses collègues dans son domaine de prédilection.

Travaillant pour le support web et pour le support papier, ils se considèrent logiquement comme les journalistes multimédia et non comme les webjournalistes. Ils insistent tous sur la notion de continuité par rapport à leur pratique professionnelle précédente. « *Je fais exactement le même travail que je faisais avant* », dit l'un de nos interlocuteurs. J.P. Fritz, lui, prenant un contrepied des opinions répandues considère que même l'écriture reste la même sur le web, qu'il n'y a pas d'écriture spécifique pour ce support, lequel, tout au plus, exige de prendre davantage en compte les critères de lisibilité.

Ce qui a changé, par contre, c'est beaucoup plus de polyvalence demandée. Il faut trouver l'information, la vérifier, la mettre en forme, la mettre en ligne, gérer le contact avec les usagers et avec d'autres parties prenantes (les annonceurs), encadrer les étudiants de l'école du journalisme... Accomplir à trois toutes ces tâches relevant normalement des fonctions voire des métiers différents.

Jugée très intéressante en ce qu'elle apporte comme de nouvelles compétences professionnelles, accompagnée d'une grande liberté de proposition et d'organisation, cette polyvalence est donc difficile à gérer, vu les effectifs extrêmement réduits de la rédaction. Par conséquent, le travail au sein de *GREnews* se caractérise pour tous par des horaires à rallonge. « *Travailler sur un multi-platform demande une énergie et une opiniâtreté constantes* », avoue l'un des rédacteurs. « *On se disperse beaucoup, on n'est pas assez*

*formé, on n'a pas assez de temps pour tout faire, les horaires sont à coucher dehors », dit un autre, en rappelant le fait que les moyens sont concentrés sur le quotidien papier. De nouvelles expériences, oui, mais à condition d'être à l'équilibre.*

Le web rime aussi avec l'instantanéité de l'information qui n'est pas toujours simple à gérer non plus, exigeant une grande réactivité et faute de recul suffisant. L'interactivité avec les lecteurs est un autre élément spécifique à intégrer, avec les avantages qui lui sont propres : les lecteurs peuvent amener des sujets, leurs réactions permettent de mieux les connaître...

Cependant, malgré une charge de travail et disponibilité demandées, l'expérience est jugée stimulante, positive voire très positive par les journalistes de *GREnews*. Ils sont conscients d'être à la pointe d'innovation par rapport aux collègues du quotidien, ils apprécient d'intégrer les nouvelles compétences qu'ils pressentent comme la norme du journalisme du demain. Et le fait d'« être beaucoup plus en phase avec l'évolution du métier » doit être quelque part perçu comme rassurant dans le contexte d'inquiétude généralisée quant à l'avenir de la presse écrite d'information générale.

Autonomes dans leur travail, se sentant relativement en sécurité (tous les trois sont en CDI), les journalistes-rédacteurs de *GREnews* s'estiment aussi être correctement rémunérés, vu leur ancienneté dans le métier de dix ans en moyenne, ce qui n'est pas négligeable non plus à l'époque de la crise économique et du taux de chômage frôlant 10%. Ceci dit, ils restent conscients de la fragilité de l'expérience et personne ne se hasarde de parier sur demain.

### *Une conception traditionnelle de la mission de la profession*

Etant donné ce qui précède, on ne s'étonnera pas que la pratique du journalisme multisupport n'a pas énormément modifié la vision que les journalistes de *GREnews* ont du métier. Bien au contraire, dans un contexte professionnel en pleine évolution, ils

considèrent nécessaire de se recentrer sur les fondamentaux de la profession qu'ils résumement de la manière suivante : « informer », « savoir récolter de l'info et la traiter », « donner envie de lire », « ne pas laisser ses propres opinions ». L'un de nos interlocuteurs, qui dit essayer toujours de se donner du temps pour comprendre « *des situations complexes où la part de l'humain est importante* » nous avoue : « *J'ai toujours considéré que notre métier c'est comme décrypter multiples nuances de gris sur une belle photo en noir et blanc.* »

Récité comme un credo, non dépourvu d'une certaine naïveté quand il est tenu par les plus jeunes, ce discours ne peut prouver qu'une chose, et notamment l'attachement affiché de ces journalistes à la doxa journalistique traditionnelle. Celle qui voit en journalistes les gardiens de la démocratie puisque leur objectif principal est de produire une information impartiale qui va éclairer les citoyens dans leurs choix. (Mathien, 1999) Bien sûr, en aucun cas, cet affichage ne peut être confondue d'emblée avec la réalité des pratiques. Ils laissent cependant penser que pour ces jeunes journalistes, le journalisme reste une mission, peu importe le support sur lequel ils sont amenés à travailler.

### *Conclusion*

Pour résumer, les résultats de notre enquête font avant tout ressortir une continuité de la pratique professionnelle dans ce qu'elle a d'essentiel ressentie par les journalistes amenés à travailler sur et pour le web. Ce constat confirme les études à propos de l'évolution de la pratique journalistique face au web menées en France déjà au tournant des années 2000 (Cf. Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry, 2002 ; Péliissier, 2002, 2003 ; Ruellan, Thierry, 1998) selon lesquelles Internet apparaît davantage comme accélérateur voire « révélateur » de bouleversements professionnels observables dans les médias depuis les années 1980. Bouleversements qui, d'ailleurs, ont touché en premier lieu l'économie des médias, avant d'affecter des pratiques professionnelles. (Péliissier, 2003).

L'exemple de *GREnews* laisse aussi penser que même si l'internet exige l'évolution des comportements, des pratiques et des mentalités en instaurant de nouveaux rapports sociaux au travail, cette évolution est peut-être moins fragilisante pour les salariés des grands journaux régionaux français, dont *Le Dauphiné libéré* fait partie, que pour d'autres catégories de journalistes. En effet, ces journaux, malgré les perspectives aléatoires, restent encore suffisamment solides pour affronter l'ère numérique sans des ruptures brusques, notamment lorsqu'il s'agit d'amener leurs salariés, les journalistes en occurrence, vers de nouvelles normes de pratique de leur métier. Il est évident cependant, que les résultats de cette enquête, obtenus à la base de l'étude d'une seule petite rédaction, devraient être corroborés par d'autres études de ce genre pour prétendre à une généralisation quelconque.

\*\*\*

### **Bibliographie :**

BEGUIER, Patrick, Localement vôtre : le guide du journaliste en presse départementale et régionale, Paris: CFPJ éd., 2006, 215 p.

DAMIAN B., RINGOOT R., RUELLAN D., THIERRY D. (dir.), Inform@tion.local : le paysage médiatique régional à l'ère électronique, Paris ; Budapest ; Torino : L'Harmattan, (2001) 2002, 308 p.

DIBILIO, Philippe, L'Aigle et la plume ou les Péripéties de la presse quotidienne Rhône-Alpes, Lyon : Fédérop, 1980, 201 p.

ESTIENNE Yannick, Le Journalisme après Internet, Paris : L'Harmattan, 2007, 313 p.

FOGEL Jean-François, PATINO Bruno, Une presse sans Gutenberg. Pourquoi Internet a bouleversé le journalisme ? Editions Points, 2007 (2005), 189 p.

« *GRENOBLE : GREnews.COM ARRIVE* », HYPERLINK "<http://www.ledauphine.com>"  
[www.ledauphine.com](http://www.ledauphine.com), le 06 février 08

- MABILEAU Albert, TUDESQ André-Jean (dir.), L'information locale, Paris : Pedone, 1980, 359 p.
- MARTIN Marc (dir.), Histoire et médias: journalisme et journalistes français : 1950-1990, Actes du colloque, Université de Paris-X-Nanterre, 6-8 octobre 1988, Paris : A. Michel, 305p.
- MARTIN, Marc, La presse régionale : des affiches aux grands quotidiens, Paris : Fayard, 2002. 501 p.
- MATHIEN Michel, La presse quotidienne régionale, Paris : PUF, 1993, 127 p.
- MATHIEN.M, « *Le journalisme professionnel face aux mutations de l'information et de la communication* » Quaderni, n°37-hiver 1999, pp. 11-42.
- PELISSIER, Nicolas, *Cyberjournalisme : la révolution n'a pas eu lieu*, in Quaderni, n° 46, hiver 2001-2002, pp. 5-26.
- PELISSIER, Nicolas, *Un cyberjournalisme qui se cherche*, in *Hermès*, n° 35, 2003, pp. 99-107.
- PISANI Francis, PIOTET Dominique, Comment le web change le monde. L'alchimie des multitudes, Paris : Pearson, 2008, 263 p.
- POULET Bernard, La fin des journaux et l'avenir de l'information, Paris : Gallimard, 2009, 217 p.
- RINGOOT Roselyne, UTARD Jean-Michel (dir.), Le Journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2005, 215 p.
- TARLE de Antoine, « *Presse et Internet : une chance, un défi : enjeux économiques, enjeux démocratiques* », in Les Cahiers « En temps réel » n° 26, oct. 2006.
- URTEAGA, Eguzki, Les journalistes locaux : fragilisation d'une profession, Paris ; Budapest ; Torino: l'Harmattan, 2004 386 p.
- UTARD, Jean-Michel, « *La presse en ligne* », n° thématique de Médiamorphoses, n°4, mars 2002.