

## La production multi-supports dans des groupes français : premières remarques

Denis Ruellan, Florence Le Cam, Hélène Romeyer, Christophe Gimbert, Magali Prodhomme, Yvon Rochard, Philippe Gestin, Béatrice Damian, Olivier Trédan (CRAPE, Université Rennes 1)

5 et 6 juin 2008, Guidel.



## ■ Objectif

---

- **Y-a-t-il un processus de convergence dans les médias français ?**
- **Si oui, est-elle de nature à transformer le métier journalistique et l'identité professionnelle ?**

## ■ Définition

---

- **La *convergence* comme la mise en interaction de modalités de la production médiatique hier (plus) séparées**
- **Capitaux**
- **Activités**
- **Entreprises**
- **Médias**
- **Opérateurs**
- **Sources**
- **Contenus**

## ■ Définition

---

- Dans un contexte de :
  - Concentration
  - Financiarisation
  - Multiplication de l'offre
  - Fragmentation des publics
  - Évolution technologique

## ■ Définition

---

- la convergence serait un moyen pour les concurrents d'assurer leur emprise sur un marché non extensible en :
  - rationalisant les coûts
  - développant l'offre

- **La convergence comprend des stratégies anciennes de concentration visant à :**
  - **L'optimisation des moyens**
    - Outils communs de production et gestion
    - Contenus reproduits
  - **Le contrôle de la concurrence**
    - Rachats d'entreprises
    - Développements préventifs

- **Mais elle excède ce mouvement ce qu'elle implique :**
  - Une coopération des opérateurs producteurs d'information
  - Une diversification des usages du produit
  - Une intégration dans un espace unique à usages multiples

## ■ **Coopération**

---

- **Promotion croisée**
- **Partage de ressources**
  - documentation, agendas
- **Partage de compétences**
  - Spécialiste pour plusieurs supports
- **Répartition des tâches**
  - Reporter pour plusieurs supports
  - Centralisation des choix
- **Déport partiel de fonctions vers publics**
  - Contenus spécialisés
  - Alertes
  - Débats, commentaires



## ■ Diversification

---

- **Vente de contenus à tiers**
- **Réemplois avec adaptations pour propres supports**
  - » Radios
  - » TV
  - » Sites
  - » News letters mail
  - » Téléphonie mobile (sons et images)
  - » Marketing direct

- **Après avoir voulu être les portails de leur secteur (géographique, thématique), les médias tentent de ramener leur public à un espace unique**
    - la marque et l'interface
- en exploitant :**
- leurs ressources propres
  - les ressources des autres

## ■ Terrain

---

- **En commençant l'observation de**
  - Deux groupes de PQR
  - Un groupe d'information spécialisée
  - Un groupe d'information générale

**nous constatons des plans d'action et des transformations qui témoignent de ce triple motif de la convergence :**

■ **Coopération**

- **Expériences de journalisme multimodal**
- **Rapprochement des rédactions**
- **Circulation des compétences**
- **Incorporation de publics dans le process**

## ■ Terrain

---

### ■ Diversification

- **Extraction directe de contenus pour alimenter des supports électroniques (site, téléphonie)**

## ■ Terrain

---

- **Intégration**
  - **Avant tout des stratégies de marque**
    - peu d'ouverture

## ■ Terrain

---

- **Mais :**
  - Une grande diversité des démarches
  - Des niveaux pluriels de développement
  - Des contextes socio-professionnels déterminants

## ■ Quelques remarques

---

- **Une résistance des rédactions en raison :**
  - L'inadaptation / impréparation des équipes
  - L'incrédulité devant le modèle économique
  - L'incertitude du bénéfice individuel
  - L'hétéronomie croissante perçue



## ■ Quelques remarques

---

- **Des plans d'action perçus comme le moyen de ramener le journaliste au statut de salarié comme les autres :**
  - Ne disposant pas de l'autorité sur sa production intellectuelle
  - Devant produire sur ordre et de manière normalisée
  - Déspécialisé, sans expertise professionnelle