

Les sites d'information gratuits sur Internet, une époque révolue?

Lionel Barber, l'un des rédacteurs du *Financial Times*, a pris fermement position le 15 juillet dernier face à l'avenir des médias sur le web. Lors d'une série de conférences intitulée « *Why journalism matters* » (pourquoi le journalisme compte) organisée par l'association indépendante [The Media Standards Trust](#), il a rappelé que les revenus publicitaires se tarissent et qu'**il est temps pour les médias « de saisir leur chance »**.

Prenant son propre journal à titre d'exemple, Lionel Barber a ainsi assuré que **la formule payante « fonctionne très bien »** pour le célèbre quotidien économique et financier (**1,3 million d'utilisateurs quotidiens pour 110 000 abonnés**). S'il a reconnu que les temps ne sont pas faciles pour la presse et pour la presse écrite en particulier, il a insisté sur le fait qu'il était **normal de payer pour « une presse de qualité »**.

Mais le propos est à nuancer. Lionel Barber l'a lui-même constaté : **tous les médias ne jouent pas à part égale**. Les sites d'information spécialisés auront en effet beaucoup plus de chances d'entraîner leurs fidèles lecteurs dans ce virage financier que les sites d'information généralistes qui pullulent sur la Toile. Là encore, le rédacteur a une réponse : **il faut jouer sur la « différence »**. Une idée qui fait son chemin visiblement puisque c'était cette année le slogan d'une grande radio de service public française...

La grande inconnue de ce beau discours reste néanmoins **l'opinion des personnes les plus concernées par le sujet : les internautes**. Car si le raisonnement du rédacteur du journal britannique est logique : « *plus de moyens pour des reportages de plus grande qualité* », il n'est pour autant pas certain que les lecteurs internautes lui emboitent le pas. Sur les sites britanniques suite à l'interview parue dans le *Guardian*, on pouvait lire des commentaires d'internautes tels que celui-ci : « *la BBC, CNN, etc., ils ont tous des sites gratuits. Il y a aussi Google News. Il y a tellement de bons sites ! L'information est partout* ».

Lionel Barber est donc sorti du bois mais pas seul semble-t-il. Il a en effet affirmé que d'ici à quelques semaines, le *New York Times* changerait de bord lui aussi (voir l'article du [Guardian](#) à ce sujet).