

Un internaute sur cinq préfère la presse en ligne

C'est la première étude de ce type publiée par Nielsen. Selon le cabinet d'études, 21 % des internautes utilisent d'abord la version en ligne des journaux, tandis que 72 % commencent directement par la version papier. Les 7 % qui restent représentent ceux qui sont partagés entre les éditions

« *online et offline* ». « *Une partie non négligeable des lecteurs de journaux est passée au support en ligne* » précise l'analyste du groupe, Gerry Davidson à *Reuters*. Cette statistique révèle une nouvelle tendance dont les journaux vont devoir tenir compte. Les ventes de journaux aux États-Unis ne cessent de diminuer, comme dans l'Hexagone, tandis que les audiences des sites d'information en ligne sont en constante progression. Les bénéfices des journaux sont à la baisse. Mais des compagnies comme Yahoo et Google se positionnent comme des agences de presse: ils ont réussi le pari de l'information sur la Toile et ce, grâce à la publicité en ligne. Face à cette augmentation du trafic. Les éditions en ligne des quotidiens incluent le plus souvent possible des contenus originaux fréquemment mis à jour, des éditoriaux et des chroniques. Le Los Angeles Times a par exemple lancé un système qui permet à ses lecteurs de modifier à loisir ses éditoriaux, via le site Internet du quotidien. « *Vous n'êtes pas d'accord avec notre éditorial? Réécrivez-le* », lance en Une le grand journal de la côte ouest des États-Unis, proposant à ses lecteurs de modifier le texte au moyen du système « *wiki* ». La presse d'opinion, une espèce en voie de disparition ces dernières années fait son grand retour. Mais sur un nouveau support : Internet. La version en ligne du quotidien historique le New York Times : *NYTimes.com*, est le site américain le plus visité. Avec une audience de 11,3 millions en mai, soit une progression de plus de 25 % par rapport à l'an passé. *Usatoday.com* est le second plus important avec 9,2 millions de connexions en mai (+15 %). Et à la troisième place, on retrouve le *washingtonpost.com* qui comptabilise 7,4 millions de visites (+10%). En mai, Yahoo Actualités a compté une audience de 23,8 millions et, de son côté, Google News était à 7,1 millions. Soit respectivement une hausse de 3 à 4 % par rapport à l'an dernier.