

LA TRANSITION NUMÉRIQUE DE LA PRESSE ÉCRITE QUOTIDIENNE EN BELGIQUE FRANCOPHONE : ENJEUX CONCEPTUELS ET MÉTHODOLOGIQUES

RÉMY BERSIPONT

DOCTORANT EN SOCIO-ÉCONOMIE DES MÉDIAS

2 JUIN 2019



LA STRUCTURE DE L'EXPOSÉ

I. État de la littérature

II. La socio-économie : une « discipline » parapluie

III. La théorie et les concepts

IV. La méthode



I. ÉTAT DE LA LITTÉRATURE



I. LA LITTÉRATURE SUR LA TRANSITION NUMÉRIQUE

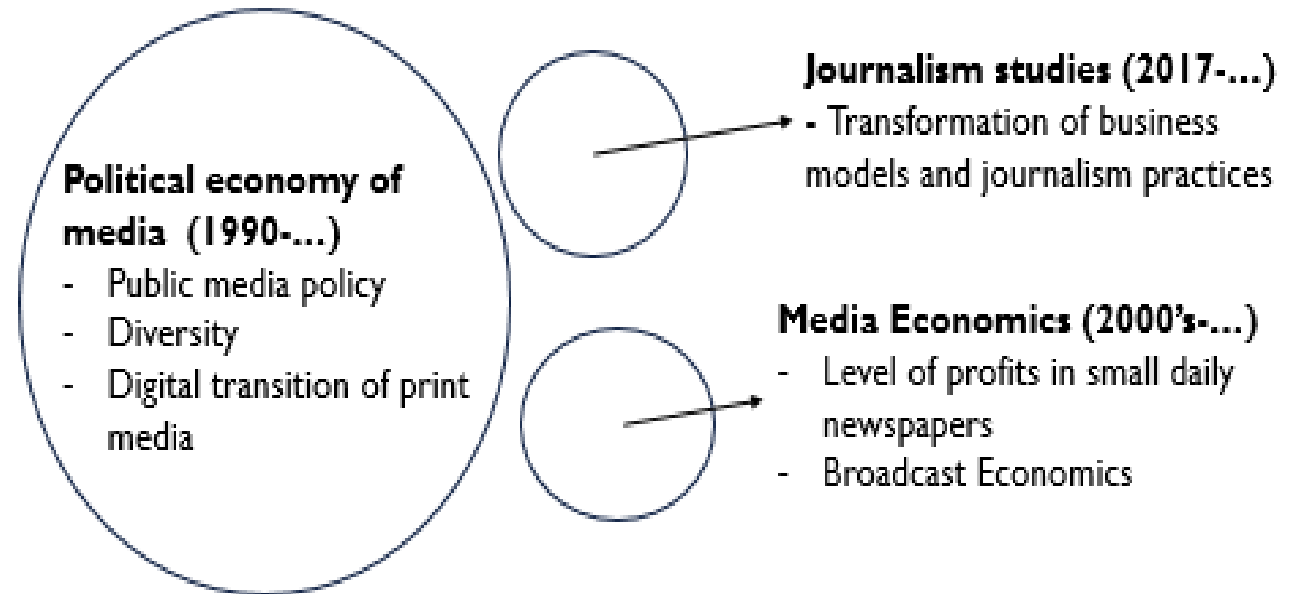
- Une littérature conséquente
- Focalisation sur des aspects spécifiques de la transition
 - Les rédactions et la reconfiguration des pratiques journalistiques (A. Degand, 2012) (A. Mercier et N. Pignard-Cheynel, 2014) (M. Deuze et T. Witschge, 2018)....
 - L'instauration des murs payants et les modèles d'affaires (B. Brandstetter et J. Schmalhofer, 2014) (V. Pickard et A. Williams, 2014) (H. Sjøvaag, 2016)...
- Son objet : les grands marchés ou les grands journaux (L. Kung et R. Picard, 2008) (N. Sonnac, 2009) (P. Le Floch et N. Sonnac, 2014) (L. Kung, 2017)....

II. PRENDRE EN CONSIDÉRATION L'ÉTROITESSE

- Absence des spécificités propres à un petit marché
- *“Grouping all newspapers into a monolithic industry, as general sector analyses often do-suggests a homogeneous experience. This is not the case. Smaller publications face their own challenges and opportunities, and they define success and innovation on their own terms” (Ch. Ali, D. Radcliffe, Th. Schmidt et al., 2017)*

III. LA LITTÉRATURE SUR LES PETITS MARCHÉS

- Littérature sur les médias intégrant la dimension d'étroitesse
- Trois courants principaux de recherche
 - ⇒ Economie politique des médias
 - ⇒ Journalism studies
 - ⇒ Media Economics



I. ÉCONOMIE POLITIQUE DES MÉDIAS

- Les débuts des recherches avec la directive européenne télévision sans frontière (1989)
- *“This field (political economy of media) combines perspectives from economics, politics and sociology to analyze the structures of the media industries and regulatory and policy issues, looking particularly at the economic determinants, ownership structures and political allegiances.” (L. Küng, 2017)*
- Les concepts : internationalisation, dépendance, vulnérabilité, diversité...
- International Communication Gazette (2009)
- Media, Culture and Society (2015)

Regulatory Measures Aimed at Enhancing and Promoting Diversity

Domains of media regulation	Competition approach	Interventionist approach
Organization	Licensing of private broadcasters	Institutionalization of public service broadcasting; conditions for private broadcasting
Funding	–	Press subsidies; support programme for audiovisual production; funding of public service
Ownership	Competition law	Media-specific regulation of concentration and ownership
Distribution	Access to network providers with significant market power	Must-carry obligations
Content	–	Content requirements

Source: Based on Puppis (2007: 292) and Puppis et al. (2007: 67–8).

M. Puppis, Introduction: Media regulation in Small States, *The International Communication Gazette*, vol. 71, n° 1-2, 2009, p. 14.

II. JOURNALISM STUDIES

- Ecole de journalisme de Columbia
- Courant récent (2017)
- *“Attention to small market newspapers adds a new and refreshing layer to this conversation and reminds us that the newspaper industry is more complex than pundits and industry watchers frequently describe.” (Ch. Ali, Th. Schmidt, D. Radcliffe and al., 2018)*
- Pas de problématisation entre les entreprises de presse et leur environnement socio-économique
- L'adoption plus lente aux nouvelles technologies numériques est volontaire

Tow Center for Digital
Journalism
A Tow/Knight Report

Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age



Digital Journalism

Routledge
Taylor & Francis Group

ISSN: 2167-0811 (Print) 2167-082X (Online) Journal homepage: <http://www.tandfonline.com/loi/rdij20>

The Digital Life of Small Market Newspapers

Christopher Ali, Thom

Original Article

**Searching for Sheboygans:
On the future of small market
newspapers**

Journalism
1–19
© The Author(s) 2017
Reprints and permissions:
sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav
DOI: 10.1177/1464884917749667
journals.sagepub.com/home/jou
SAGE

III. MEDIA ECONOMICS

- Préoccupations économiques
- D'abord des recherches sur les journaux
- La taille du marché impacte le processus stratégique de fabrication de contenus

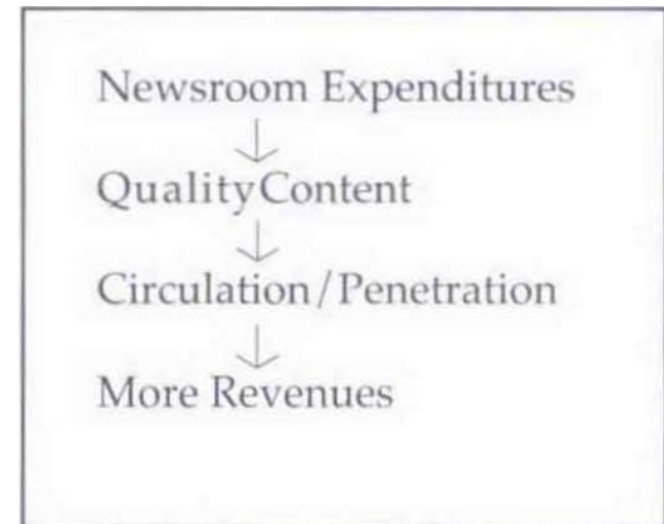
“The problem from a small market perspective is that the cost of the first-copy production is the same as in large markets, but without the same potential for the rate of returns-to-scale enjoyed there because the population is smaller” (G. Lowe, Ch.. Edvold et Ch, Nissen, 2011)

THE IMPACT OF NEWSROOM INVESTMENT ON NEWSPAPER REVENUES AND PROFITS: SMALL AND MEDIUM NEWSPAPERS, 1998-2002

Television Broadcasting in Smaller Countries

Gregory Ferrell Lowe & Christian S. Nissen (eds.)

NORDICOM



IV. SYNTHÈSE DES COURANTS

Caract/Courant	EPM	Journalism studies	Media Economics
Problématique	Politico-culturelle	Journalistico-économique	Economique
Concept/outil	Commercialisation, vulnérabilité, internationalisation, diversité	Modèles d'affaires	Economies d'échelle, économies d'envergure, ROI, ROA
Média de référence	Télévision	Presse écrite	Presse écrite/télévision
Thématiques	Actionnariat, identité nationale, concentration	Pratiques journalistiques, modèles d'affaires	Modèles d'affaires, investissements et stratégies
Espace d'analyse	Le pays	L'entreprise	Le marché
Début du courant approximatif	1990	2017	Années 2000
Type	Mixte	Qualitative	Quantitative
Méthode	Inductive	Inductive	Hypothético-déductive
Mode de récolte	Enquête documentaire	Entretien	Enquête documentaire

V. CONCLUSIONS

- Le constat :

- ⇒ La dimension interne absente dans les recherches en EPM
- ⇒ Les études en *journalism studies* focalisées sur les rédactions et les modèles d'affaires
- ⇒ Phénomènes économiques spécifiques au sein de l'EM

- Notre question de recherche

- ⇒ Articulation entre la dimension interne et les stratégies socio-économiques
- ⇒ Niveau d'analyse : l'entreprise ou le groupe d'entreprises
- ⇒ Prise en compte de l'environnement

En quoi l'étroitesse d'un marché a un impact économique et social sur la transition numérique des groupes de presse écrite quotidienne ?



II. LA SOCIO-ÉCONOMIE : UNE « DISCIPLINE » PARAPLUIE



I. PAS DE CONSENSUS SUR LA DÉFINITION

- “*Not a discipline*” (S. Hellmich, 2015)
- “*Socio-economics can refer to many different areas with their respective theoretical approaches and development perspectives.*”(K. Müller, 2017)
- Courant de recherche assez composite (A. Beitone, A. Cazorla et C. Dollo, 2013)
- La socio-économie emprunte ses figures intellectuelles (Adam Smith, Max Weber, Emile Durkheim...) à d'autres disciplines (B. Burgeinmeier, 1994)
- La Revue Française de Socio-Economie décide de ne pas attendre d'avoir précisément défini ce qu'est la socio-économie pour lancer la revue du même nom (B. Convert, F. Jany-Catrice, R. Sobel, 2008)

II. LA PROPOSITION DES ANGLO-SAXONS

- Le courant anglo-saxon de la socio-économie (A. Etzioni, 1988. et R. Hollingsworth, K. Müller et J. Hollingsworth, 2002)
 - ⇒ L'étude doit intégrer une ou plusieurs dimensions sociales et économiques
 - ⇒ Le marché est “*a sub-system embedded within a societal context that contains values, power relations, and social relations*”
 - ⇒ Socio-economics is both positive (descriptive) and normative science

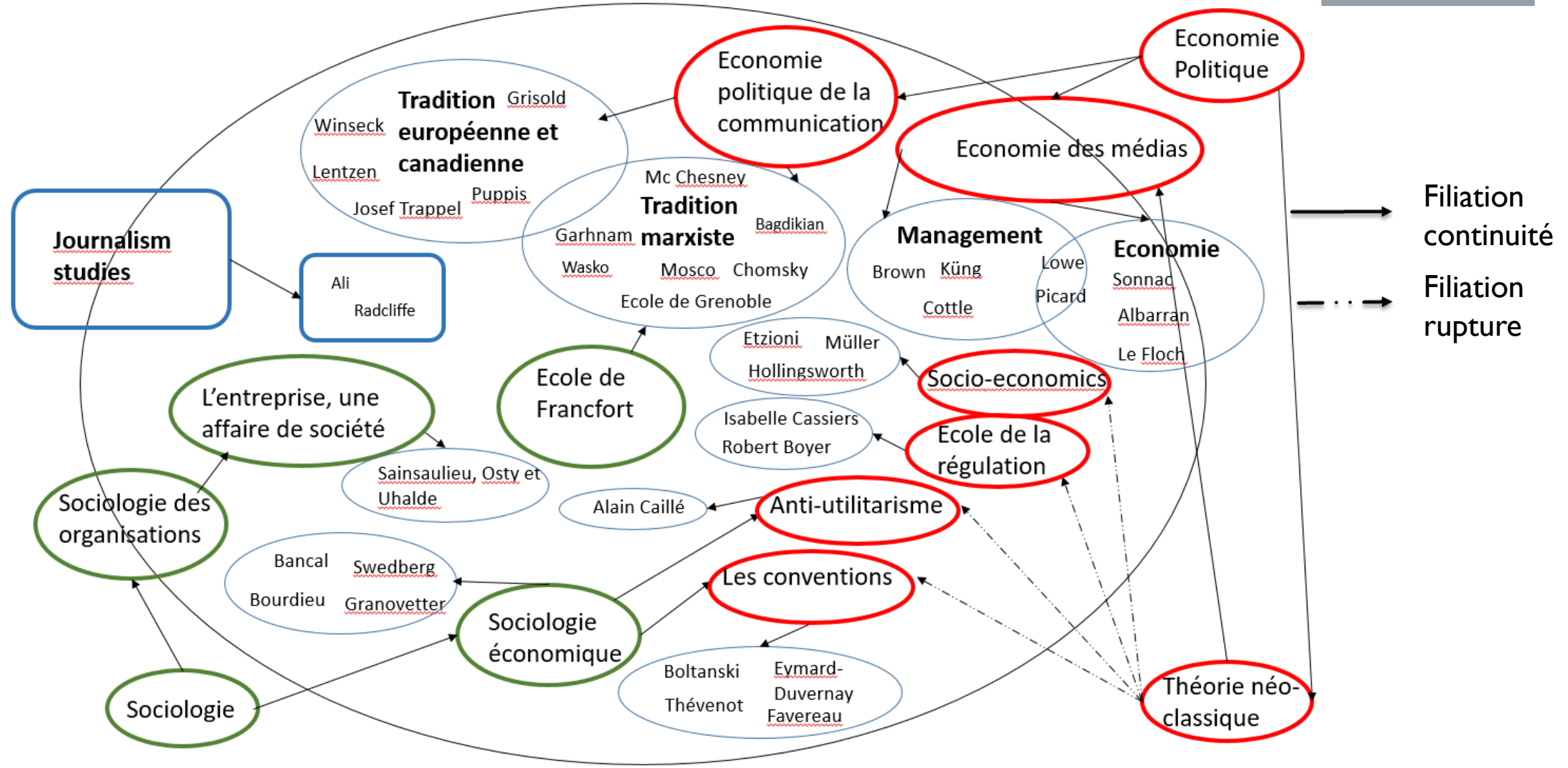
III. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA SOCIO-ÉCONOMIE

Le constat : la parcellisation disciplinaire du savoir scientifique

« Cet éclatement des sciences sociales en filières de spécialisation a créé des cloisonnements artificiels entre les différentes disciplines et a détourné l'attention de la société de la spécificité des sciences sociales qui, de surcroît, souffrent de l'ombre des sciences naturelles sur lesquelles la société continue de projeter prioritairement son attente. » (Burgeinmeier, 1994, p. 12)

- Le décroisonnement
- Le spectre d'ouverture

“The term ‘socio’ in socio-economics does not stand for sociology: it includes major segments of psychology and anthropology, history and political science-the whole complex of discipline that are examined the relationship between society and the economy.” (A. Etzioni, 2002)

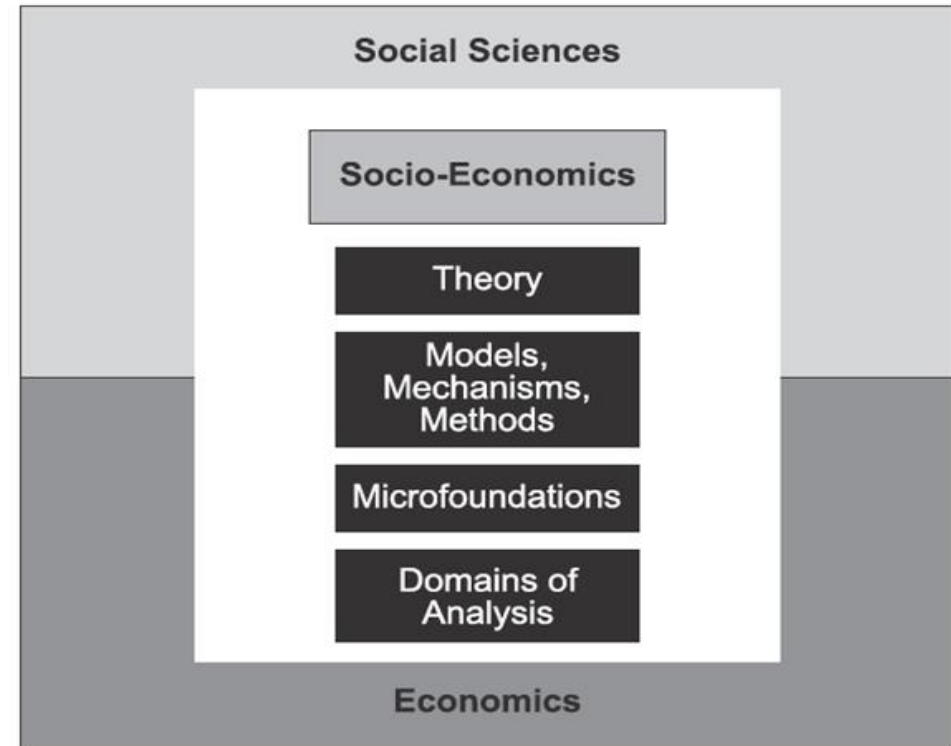


Cartographie schématique de l'espace socio-économique défriché au cours de la recherche (R. Bersipont, 2018)

IV. LES IMPLICATIONS D'UNE RECHERCHE EN SOCIO-ÉCONOMIE

- L'utilisation d'outils théoriques, de concepts et de méthodes issus de disciplines situées à l'interstice de l'économie et des sciences sociales

EXPANDING SOCIO-ECONOMICS

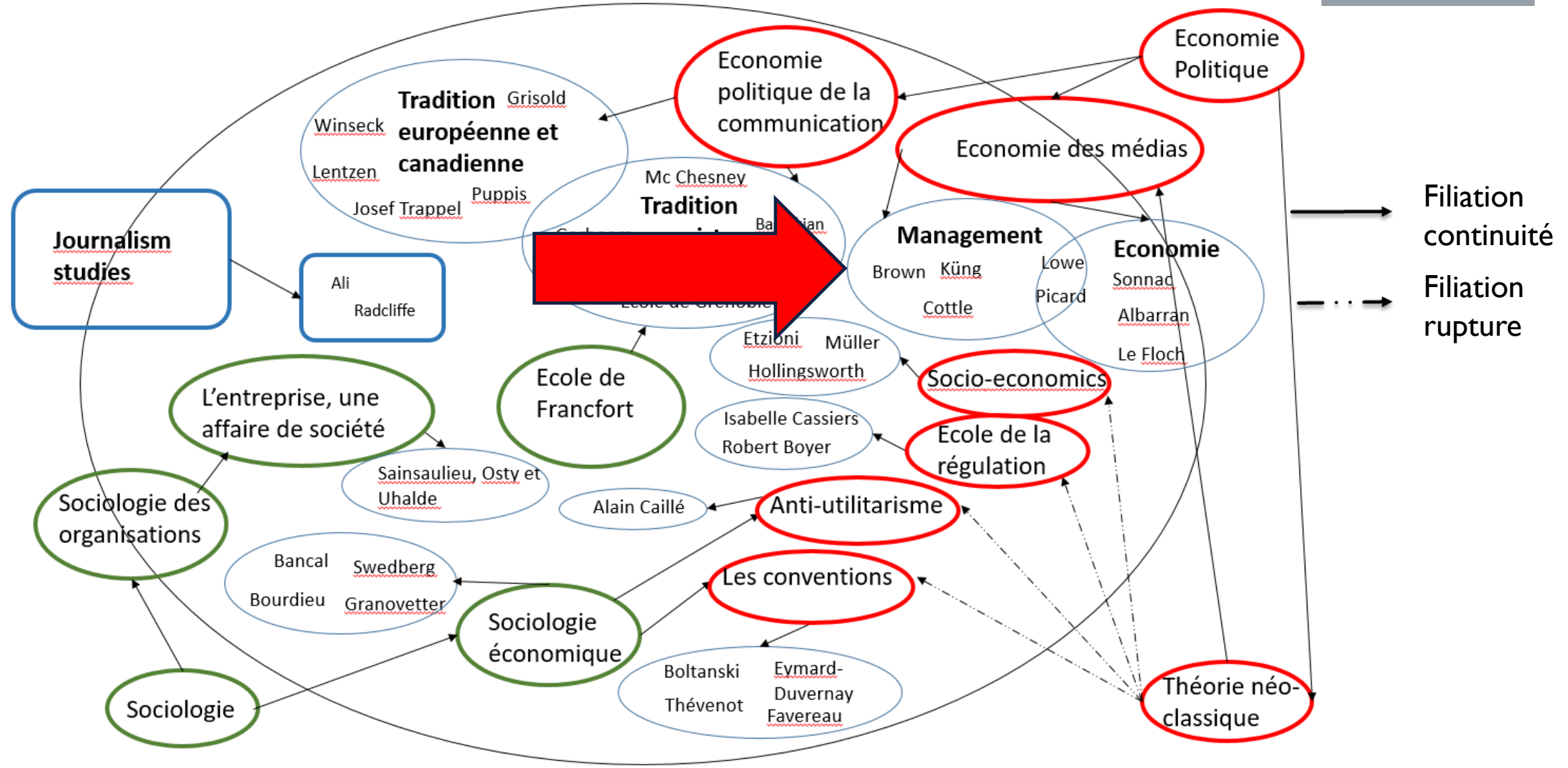


La socio-économie entre sciences sociales et économie (K. H. Müller, Expanding Socio-economics in Four Dimensions, *Forum for Social Economics*, vol. 46, n°1, 2017, pp. 32.



III. LA THEORIE ET LES CONCEPTS





Cartographie schématique de l'espace socio-économique défriché au cours de la recherche (R. Bersipont, 2018)

I. LA THÉORIE

- Choix d'une théorie provenant du management stratégique des médias
- Objectif : comprendre pourquoi certaines entreprises possèdent un avantage concurrentiel
- Industrial organization theory (SCP)
- Resources-based view theory (RVB)
- Les capacités dynamiques (DC)

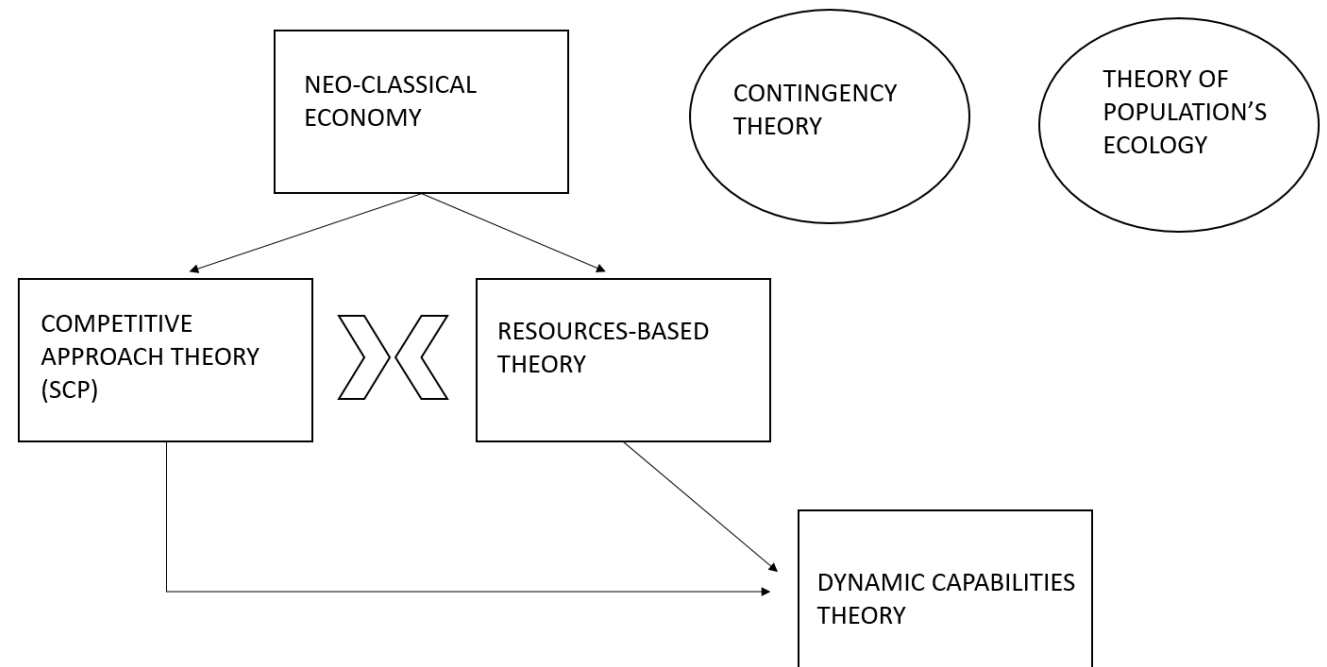


Schéma des théories en strategic management défrichées au cours de la recherche (R. Bersipont, 2019).

I. LA THÉORIE

- **The dynamic capabilities framework** is an approach to strategic management that seeks to explain **how firms acquire and maintain competitive advantages** under **conditions of change and uncertainty** in their competitive environment. (Wadhvani and Jones, 2016, p. 3)
- The initial rationale for developing the concept of dynamic capabilities derived from a concern that **the resources based-view appeared to apply primarily to firms in essentially static environments.** (Ambrosini and al, 2009, p. 13)
- **DC theory postulates** that specific resources are not only necessary in order to have a competitive advantage but also the specific process (here ways for combining and coordinating the resources and the path dependency of the firm). (Koenig, ed, 1999, p. 234)

2. LA PROBLEMATIQUE

- Comment les groupes de presse écrite quotidienne situés dans un petit marché renouvellent leurs stratégies et reconfigurent leur organisation, leurs ressources et leurs compétences pour répondre aux changements impliqués par la révolution numérique ?
- Quatre axes d'analyse
 1. Les modèles d'affaires (online/offline)
 2. La diversification
 3. Les ressources
 4. Le big data

III. LE CONCEPT DE MARCHÉ

- Utilisation diversifiée de termes dans la littérature en économie politique des médias : pays, marché, système, nation (EPM)

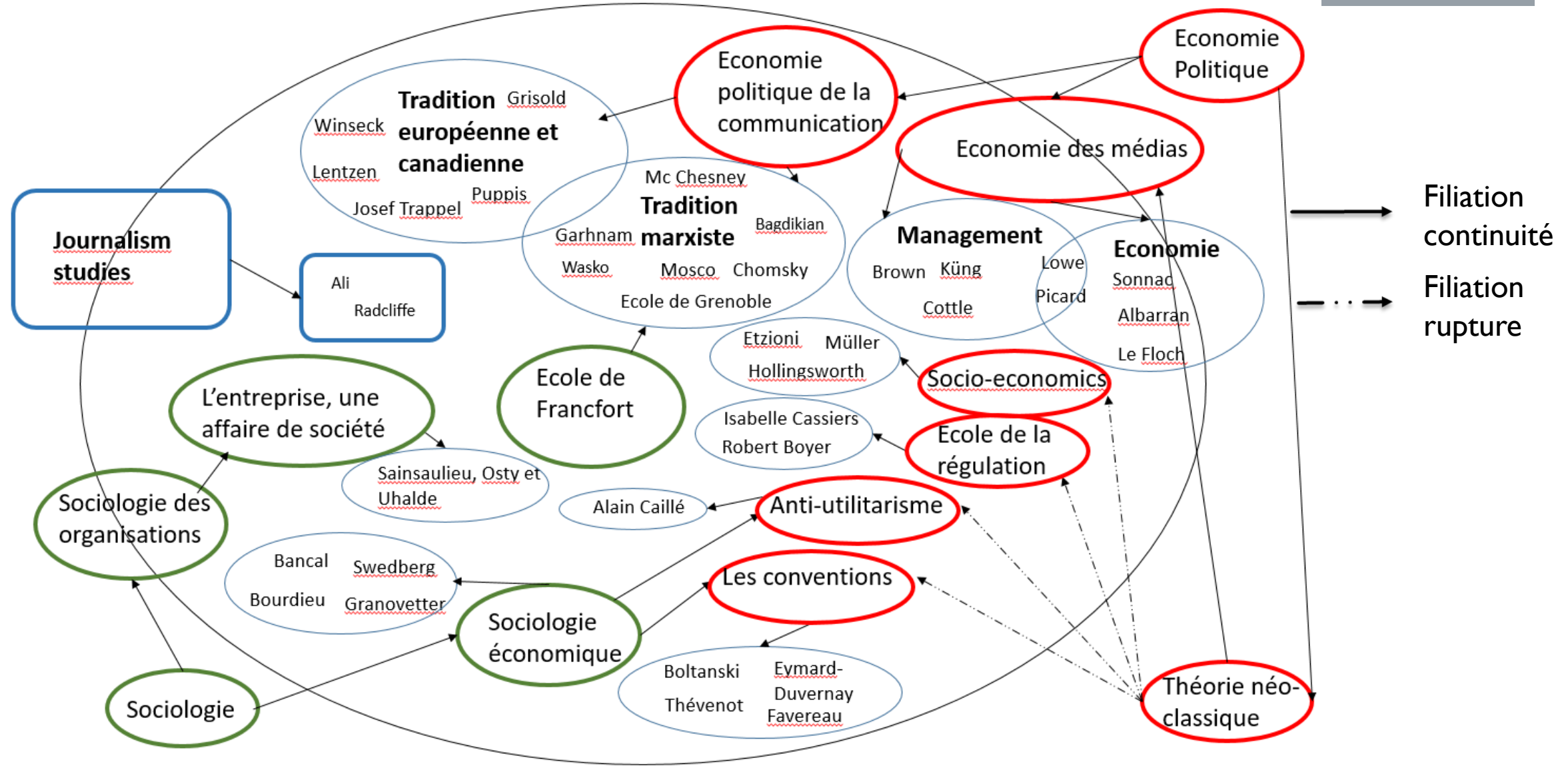
- Le concept de marché selon les économistes néoclassiques :

« Lieu abstrait où s'agrègent et se confrontent les demandes et les offres d'un même produit, au moyen d'une concurrence portant sur le rapport entre les quantités et les prix. » (P. Ughetto, 2006)

- Le marché autrement : pour une définition sociologique du marché

⇒ L'encastrement (M. Granovetter, 2000)

« Each market is entwined in other institutions and a particular social culture. Accordingly, there is not just one type of market but many different markets, each depending on its inherent routines, cultural norms, and institutional make-up. » (Hodgson, 2001)



Cartographie schématique de l'espace socio-économique défriché au cours de la recherche (R. Bersipont, 2018)

IV. LE CONCEPT DE RESSOURCES

- Une définition floue au sein de l'économie politique des médias et en économie des médias

I. Pas de définition (Siegert, 2011)

II. Les revenus d'un média (R. Picard, 2011) (J. Trappel, 2011)

III. « Items used to produce goods and services » (A. Albarran, 2010)

- La typologie des ressources issue du management stratégique

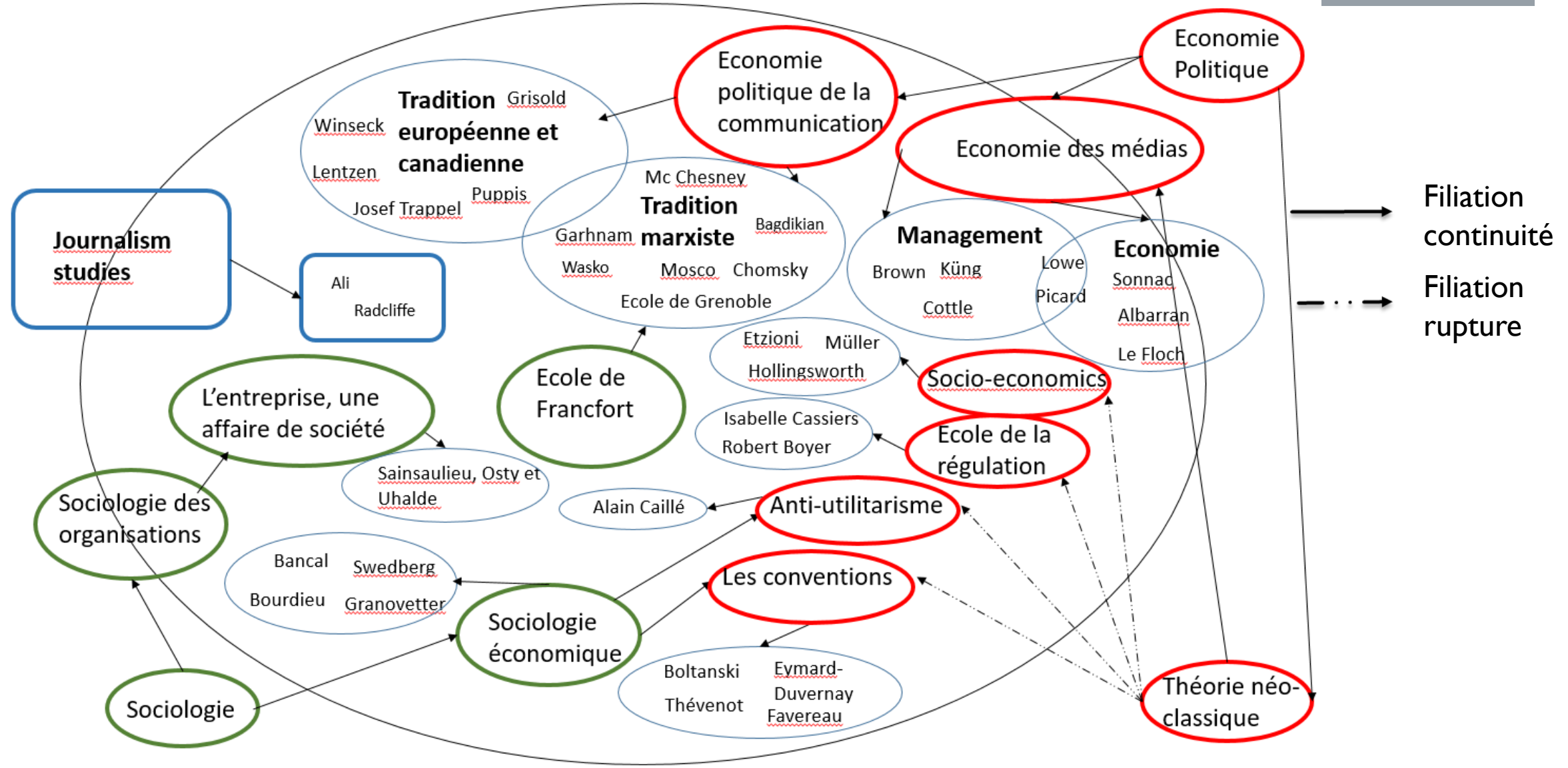
Ressources tangibles	Ressources intangibles	
	organisationnelles	Marginales ou frontières
Installations, machines	Savoir organisationnel	Clients : réputation, image
Hommes	Technologique	Fournisseurs
Capital financier et comptable	Managérial	Réseaux
Brevets, licences, contrats	Système d'information	
	Process	

Les différents types de ressources d'une entreprise (E. Métais, *Stratégie et ressources de l'entreprise*, Economica, Paris, 2004, pp. 37



IV. LA MÉTHODE





Cartographie schématique de l'espace socio-économique défriché au cours de la recherche (R. Bersipont, 2018)

I. UN PRINCIPE GÉNÉRAL : LE PLURALISME MÉTHODOLOGIQUE

- Un historien dans le monde
« impitoyable » de la méthode en SIC

“Historians are notoriously and maddeningly opaque about their method.” (P. Ingram, H. Rao and B. Silverman, 2012)

- Le pluralisme méthodologique

“Multiplying theories and methods at our disposal aids in grasping diverse dimensions of an object, in making more and better connections, and thus provides richer and more comprehensive understanding of cultural artifacts or practices under scrutiny.” (D. Kellner and M. Durham, 2006)



23 | 2013 : Figures du sacré



Notes de recherche

Du bricolage au rhizome : comment rendre compte de l'hétérogénéité de la pratique de recherche scientifique en sciences sociales ?

From Bricolage to Rhizome: How to account for Heterogeneity of Research Practices in Social Sciences?

Dominique Meunier, François Lambotte et Sarah Choukah

p. 345-366

II. LES MODALITÉS DE NOTRE BRICOLAGE

- Une étude de cas contextuelle

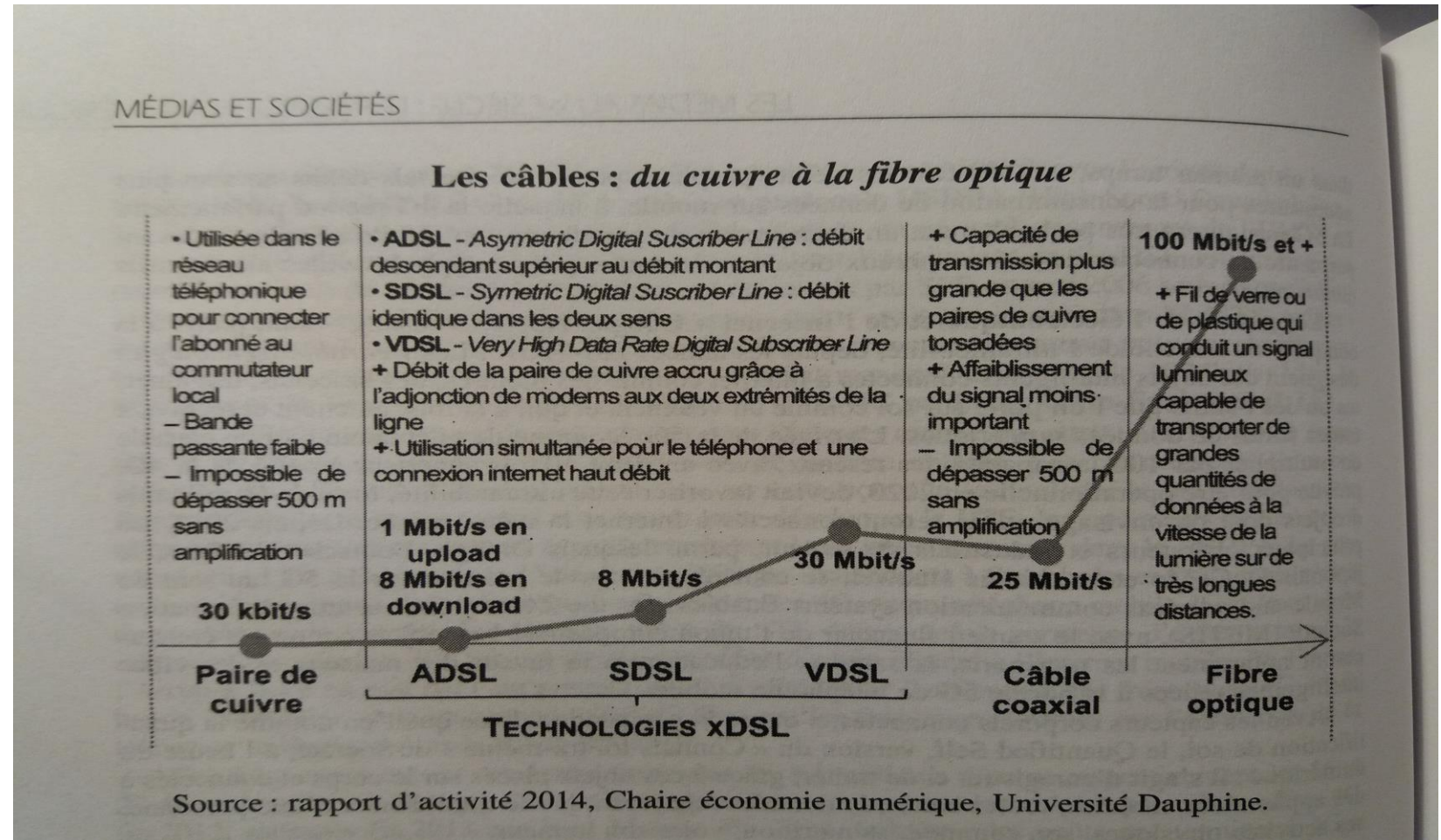
“A contextualist orientation, that is one that places research within a broader frame that includes the organization's internal and external environments in the widest sense, and particularly social, political, technological and historical influences, is important.” (L. Küng, 2017)

- Intégration de la temporalité sans faire de l'histoire

“ (...) This means producing case studies and not just case histories-going beyond chronology to develop analytic themes.” (A. Pettigrew, 1997)

II. LES MODALITÉS DE NOTRE BRICOLAGE

- IPM, ROSSEL et EDA/NETHYS
- Début années 2000-2019
- Dépouillement dans la revue Media Marketing
- Développement des technologies DSL et du web 2.0 selon T. O'Reilly



III. LES DÉMARCHES CONCRÈTES

- Selon A. Pettigrew (1990), trois types de source peuvent être mobilisées :

⇒ Les archives

⇒ Entretiens

⇒ Les données issues de l'observation et de l'ethnographie

“B : A / M !”

COMPTE ANNUEL		CONSULTATION	
COMPTE CONSOLIDÉ EN EUROS			
DENOMINATION DE L'ENTREPRISE CONSOLIDANTE SA DU CONSERVAT (1) (2) : ROSSEL ET CIE			
Forme juridique : <u>Société anonyme</u>			
Adresse : <u>Rue Royale</u>		N° : <u>100</u>	Bte : <u></u>
Code postal : <u>1000</u>		Commune : <u>Bruxelles 1</u>	
Registre des personnes morales (RPM) - Tribunal de commerce de : <u>BRUXELLES</u>			
Adresse Internet(3) : <u></u>			
Numéro d'entreprise		BE 0403.537.816	
COMPTE CONSOLIDÉ communiqué à l'assemblée générale du		25 / 06 / 2008	
et relatifs à l'exercice couvrant la période du		01 / 01 / 2007	au 31 / 12 / 2007
Exercice précédent du		01 / 01 / 2006	au 31 / 12 / 2006
Les montants relatifs à l'exercice précédent sont identiques à ceux publiés antérieurement : oui / non (1)			

III. LES DÉMARCHES CONCRÈTES

■ Enquête documentaire (novembre 2017-....)

- La revue Media Marketing (2005-2019)
- La presse belge
- Les bilans des entreprises déposés à la BNB
- Les données sectorielles (études CIM, pige Nielsen, études BAM...)
- **Objectifs ?**
 - Récolter des données sur l'environnement et le marché de la presse écrite
 - Support papier pour appuyer certaines questions (processus de remémoration) :
 - « Entre une situation sociale et la façon dont elles sont vécues sur le moment par le sujet s'interposent ses schèmes de perception et d'évaluation. Entre la mémorisation des situations, événements et actions et leur évocation s'interpose la médiation des significations que le sujet leur attribue rétrospectivement. » (Bertaux, 2013)
 - Identification des individus à interroger

Vers l'Avenir passe en tabloïd

Ce 22 mai, les quotidiens de Vers l'Avenir (Corelio) passeront au format tabloïd et à la full quadri. Ce changement découle notamment du fait que

le titre sera désormais imprimé sur les nouvelles presses à Grand-Bigard. Les équipes du Rédacteur en chef Pascal Belpaire en profiteront pour adapter la structure et la mise en pages des titres. Vers l'Avenir regroupera deux cahiers. Le cahier extérieur, sera consacré à l'actualité générale (code couleur mauve) et à la partie magazine et télé qui clôture ce cahier (bleu).

Le cahier intérieur contiendra l'actualité régionale (vert) et sportive (rouge). Le lundi, les infos sportives seront groupées dans un troisième cahier séparé. Pas de changements du côté des suppléments. Télékila et Spotter (avec les petites annonces) paraîtront toujours le samedi. Ils sont déjà passés au format tabloïd l'année dernière. Rappelons qu'à la rentrée, ce sera au tour d'IPM de revoir le format de ses titres avec une Libre et une DH plus petites qu'un tabloïd... Le passage du Laatse Nieuws au format berlinois est quant à lui prévu pour janvier 2008.



Le repérage des variables de l'étude et l'identification des acteurs qui seront rencontrés lors de la deuxième phase de la recherche (Media Marketing, mai-juin 2007, pp. 6).

III. LES DÉMARCHES CONCRÈTES

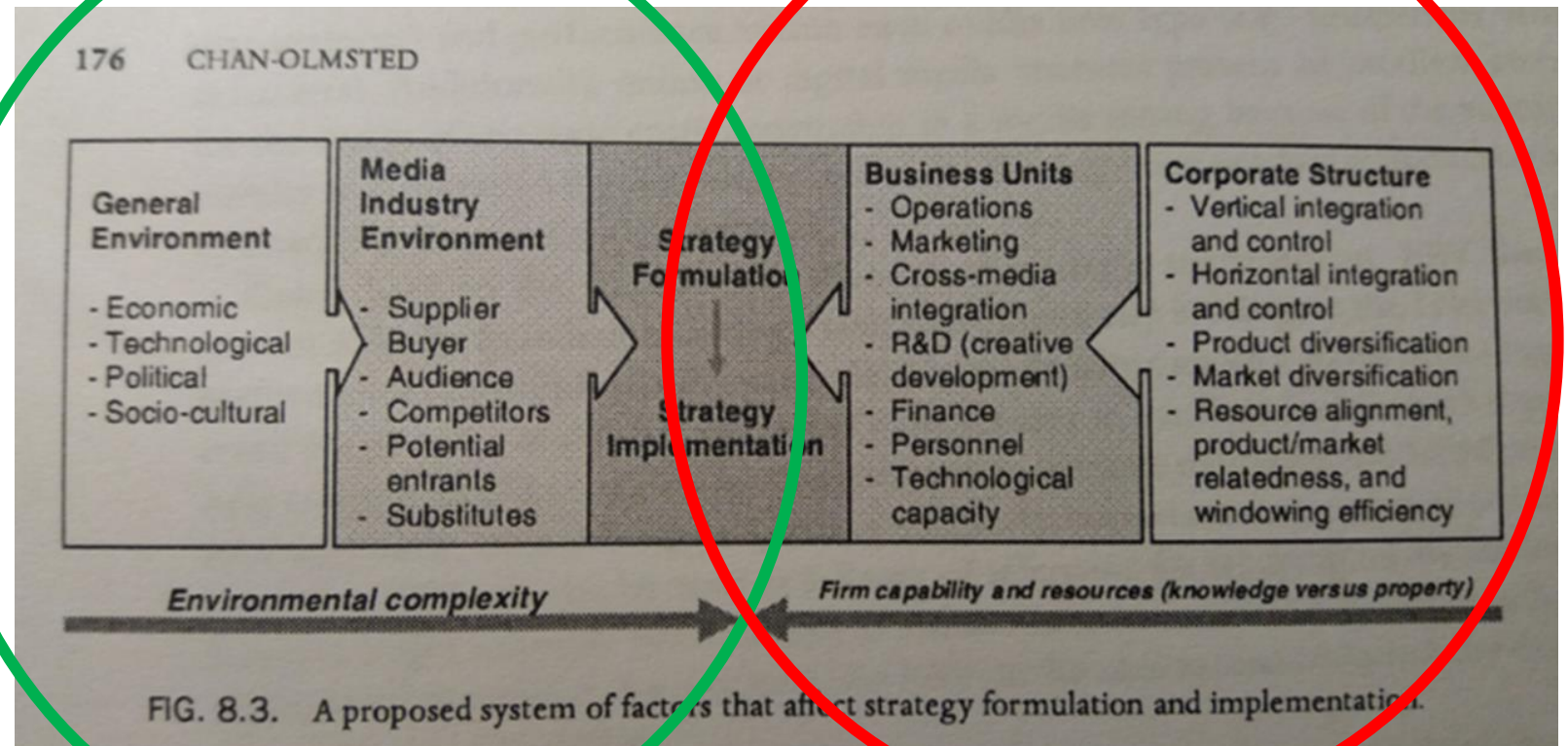
■ La phase des entretiens (juin 2018-décembre 2019)

1. Les acteurs de l'environnement (septembre 2018- février 2019)

- Régies publicitaires externes
- Agences médias
- Acteurs de la distribution
- Pouvoirs publics
- Médias audiovisuels

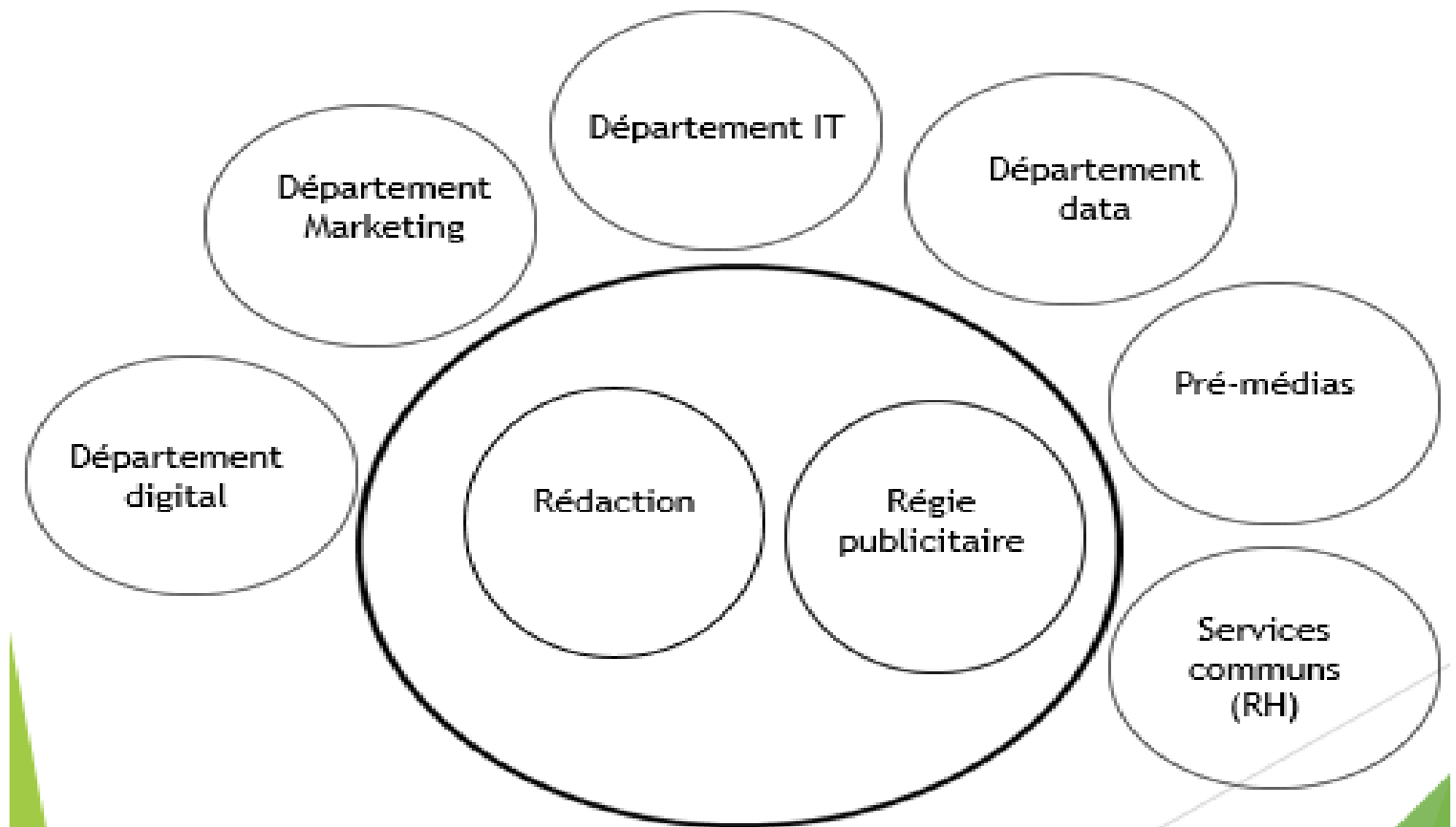
2. Les acteurs au sein des entreprises (juin 2018-décembre 2019)

- Cadres inférieurs
- Directeurs
- Administrateurs délégués



III. LES DÉMARCHES CONCRÈTES

- Avec qui s'entretenir ?
 - Deux ou trois cadres inférieurs
 - Cadre supérieur
 - Administrateur délégué
- Le cas des EDA
- Le principe de saturation



LE CAS D'UN ENTRETIEN

Presse « Vers l'Avenir » va devoir supprimer 29 emplois : Corelio met l'Avenir au pas

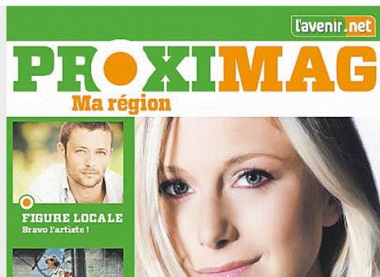
MIS EN LIGNE LE 17/03/2007 À 00:00 ▸ PAR ISABELLE DRESSE

MEDIAS

Proximag, le nouveau toutes boîtes qui est plus qu'un gratuit

Home > Proximag - 04/01/2013 à 00:00 - Thierry DUPIERREUX - L'Avenir

Partager



Vers l'Avenir passe en tabloïd

Ce 22 mai, les quotidiens de Vers l'Avenir (Corelio) passeront au format tabloïd et à la full quadri. Ce changement découle notamment du fait que le titre sera désormais imprimé sur les nouvelles presses à Grand-Bigard. Les équipes du Rédacteur en chef Pascal Belpaire en profiteront pour adapter la structure et la mise en pages des titres. Vers l'Avenir regroupera deux cahiers. Le cahier extérieur, sera consacré à l'actualité générale (code couleur mauve) et à la partie magazine et télé qui clôture ce cahier (bleu). Le cahier intérieur contiendra l'actualité régionale (vert) et sportive



Mise sur orbite de L'Avenir Advertising

Samedi 15 Mars 2014

Les Editions de l'Avenir ont officialisé leur nouvelle régie publicitaire, L'Avenir Advertising. L'ambition est double, nous explique-t-on : primo, mieux faire connaître le savoir-faire et les forces des publications (L'Avenir, Proximag, lavenir.net, Deuzio, le JDE), et secundo, professionnaliser son approche du marché national. La régie interne poursuivra son étroite collaboration commerciale avec Mediahuis, tout en assumant un rôle d'ambassadeur auprès des agences et des clients nationaux. L'Avenir Advertising sera chapeautée par Olivier Van Hulsel (Directeur de régie). A ses côtés notamment, Charles-Emmanuel Amand (Sales Intelligence & Development Manager), Vanessa Vanloo (Senior Marketeer) et Julie Mertens (Marketing Executive).



LE CAS D'UN ENTRETIEN

Les revenus publicitaires bruts web (source : Pige Nielsen)



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
WWW_7SUR7.BE	1876188,91	3033656,09	3044078	4667904,12	5212933,39	3643803,71	3710269,64	25188833,9
WWW_DH NET	3373424,6	7619048,24	8322061,28	4250502,19	3786496,78	8269459,64	7813856,07	43434848,8
WWW_GRENZECHO				210566,47	267973,66	303869,5	329745,88	1112155,51
WWW_LA LIBRE	1965724,69	2946836,79	3363120,55	1781139,31	1720096,59	4526263,47	6773454	23076635,4
WWW_LAVENIR.NET	913267,05	712028,41	3568482,84	4827285,3	3695512,94	3169194,17	2796089,7	19681860,4
WWW_LE SOIR EN LIGNE	7237860,55	6405450,99	7518277,67	7483583,31	8306955,06	8353530,62	10310028,9	55615687,1
WWW_LECHO.BE	2021852,15	1526656,82	1360626,08	2932334,53	1263168,88	1238072,22	1045599,86	11388310,5
WWW_SUD PRESSE	2051003,03	2428029,98	4016057,95	7065107,34	13007200,7	16671519,7	16559737,4	61798656,1
WWW_NEWSMONKEY.BE					121995,67	111938,89	1644,55	235579,11

RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

Notre société n'a pas à proprement parlé d'activité de recherche et développement. Néanmoins en 2016, une grande étude sur le payant/gratuit en digital a été mise en place. Piloté par le marketing et avec l'appui d'une société extérieure, cette étude doit nous permettre de prendre des décisions majeures sur les moyens alloués à nos audiences digitales.

Tendances
Trends

Entreprises Bourse Argent

Trends de cette semaine

Nethys (L'Avenir Hebdo) rachète "Moustique" et "Télé Pocket" à Sanoma

Trends Tendances

09/11/15 à 10:32 - Mise à jour à 10:32
Source: Belga

Le groupe de médias Sanoma vend ses hebdomadaires Moustique et Télé Pocket à L'Avenir Hebdo, filiale de Nethys (ex-Tecteo), ont annoncé Sanoma et Nethys dans un communiqué commun.

UN CAS

- **Entretien de Quentin Gemoets** (plutôt chronologique mais parfois thématiques)
 - Plan de licenciement de 2008
 - Evolution de la marque sur le web et sur le print (années 2000 et 2010)
 - Changement de format
 - Evolution des structures de l'entreprise
 - Evolution de Proximag (2013)
 - Création de L'Avenir Advertising (2014)
 - Prise de participation de Nethys dans le groupe La Provence et Nice Matin (2015 et 2016)
 - Acquisitions des titres Télépocket et Moustique (2015)
 - Relations avec l'actionnariat
 - Enjeux économiques des EDA (données CIM, pige Nielsen et BAM)
 - Relations avec les acteurs de la distribution physique et numérique
 - Impact de l'étroitesse dans la transition numérique des EDA

CONCLUSIONS

- L'approche socio-économique soulève aussi d'autres questions méthodologiques
 - La posture du chercheur
 - Le rapport ontologique
 - Méthodes déductive, inductive ou mixte
- Phase de terrain en voie de finalisation
 - +/-50 entretiens effectués
 - Retranscription (75%)
 - Premier jet de la thèse (mi-août)



MERCI POUR VOTRE ATTENTION ! =)

QUESTIONS, PRÉCISIONS ? N'HÉSITEZ PAS À ME CONTACTER : REMY.BERSIPONT@UCLOUVAN.BE

