

LES MEDIAS ET LEURS DIRIGEANTS

La Voix du Nord accélère son développement

La Voix du Nord connaît depuis quelques semaines une petite révolution. Le groupe de presse nordiste, propriété du groupe belge Rossel (qui édite "Le Soir"), a procédé mercredi à la fusion des rédactions de ses différents titres. Approuvé par les salariés en avril 2012, ce mouvement se traduit concrètement par la constitution d'une rédaction unique et bimédia (papier/numérique) de 365 journalistes des rédactions de "La Voix du Nord", de "Nord éclair" et de "Direct Matin".

Une rédaction unique et bimédia

"Nous avons réussi cette fusion sans réduire les effectifs" a souligné hier M. Jean-Michel BRETONNIER, directeur des rédactions, à l'occasion d'une conférence de presse. Selon lui, la nouvelle organisation a ainsi permis de libérer des journalistes pour renforcer les équipes locales et certains services du siège. Au total, 35 postes ont été redéployés (soit 10 % des effectifs). "Il faut que les journalistes conservent le contact sur le terrain. L'objectif est de maintenir les positions du papier au maximum et d'enrichir l'offre éditoriale sur le web", a expliqué M. BRETONNIER. Les rédactions sont ainsi organisées autour de plateformes de collecte, de mise en forme et de diffusion de contenus multimédias.

Au siège, au sein de la newsroom baptisée "l'Union" (1 400m² et 125 postes de travail), la plateforme a été structurée en desks pour les contenus communs à "La Voix du Nord", "Nord éclair" et bientôt "Direct Lille Plus". Dans chaque locale (28 bureaux pour 24 éditions), une plateforme est mise en place pour produire les contenus locaux communs à "La Voix du Nord" et à "Nord éclair", ceux spécifiques à chaque titre et les contenus "toutes éditions". "Nous appliquons depuis longtemps la décentralisation complète des locales, de la collecte de l'information jusqu'au bon à tirer", a poursuivi M. BRETONNIER. "Cela va continuer et même être renforcé et aussi pour le web où chaque équipe peut éditer des sites locaux de façon autonome".

Un investissement de six millions d'euros dans la suite éditoriale de CCI

Le rapprochement des rédactions s'appuie notamment sur une mutation éditoriale et organisationnelle. Les différents titres du groupe déploient ainsi la suite éditoriale de CCI, éditeur danois principalement présent dans le nord de l'Europe et en Suisse. La solution retenue sera déployée pour tous les titres de Rossel, en France et en Belgique. Elle permet de gérer les publications papier ou numériques et tout type d'organisation, d'une rédaction nationale comme celle du "Soir" à une micro-régionale comme en PHR. Elle associe la plateforme éditoriale NewsGate à la plateforme de publications numériques Wally et au gestionnaire de contenus PanDam. Cette nouvelle plateforme remplacera à terme la solution Hermes, utilisée par le groupe depuis le milieu des années 1990. "C'est une solution nativement orientée "contenu" via le "story folder", pivot de la solution", a détaillé M. Eric JOURDIN, directeur des systèmes d'information du groupe. Selon lui, elle permet plus de partage, plus de contenus enrichis, plus de productivité, plus de simplification, plus d'autonomie et plus d'agilité. Elle sera utilisée par les 7 titres de PQR du groupe La Voix, ses 14 titres de PHR, ses deux hebdomadaires, ses 18 sites et ses 3 journaux numériques (iPad et e-reader).

"La mise en place de la solution de CCI représente un investissement de six millions d'euros", a indiqué M. Jacques HARDOIN, directeur général de La Voix du Nord SA. "C'est un investissement qui est aussi important que l'investissement industriel que nous avons réalisé en 2008 dans de nouvelles rotatives et qui avait été de 40 millions d'euros", a-t-il ajouté.

Rossel devrait être un des tous premiers groupes au monde a utilisé la nouvelle solution de CCI qui intéresse également des groupes comme Gannett aux Etats-Unis (80 quotidiens dont "USA Today"). Il pourrait également étendre cette solution aux titres de presse du pôle CAP récemment racheté à GHM ("L'Union", "L'Est Eclair", "Libération Champagne", "L'Ardennais", "L'Aisne Nouvelle"). Mais ces titres travaillent sous Protec qui nécessitent encore l'emploi de secrétaires de rédactions et de metteurs en page, ce qui n'est plus le cas depuis des années au sein de La Voix du Nord.

Une nouvelle formule pour "Nord éclair"

Autre conséquence concrète du rapprochement des rédactions de "La Voix du Nord" et de "Nord éclair", l'évolution du quotidien "Nord éclair" qui a lancé mercredi une nouvelle formule et qui se recentre sur son territoire de prédilection autour de trois éditions uniquement (Roubaix, Tourcoing-Vallée de la Lys). Le journal comptait auparavant des bureaux à Valenciennes, Douai, Lens et Lille.

"Nous avons rassemblé les rédactions de "La Voix du Nord" et de "Nord éclair" sur le secteur de Roubaix-Tourcoing", a expliqué M. Jean-Marc RIVIERE, rédacteur en chef adjoint, chargé de "Nord éclair" et des éditions Roubaix-Tourcoing de "La Voix du Nord". "Nous avons deux journaux concurrents. Désormais nous avons deux journaux différents", a estimé M. Jacques HARDOIN.

La nouvelle rédaction de 42 journalistes est réunie sur un même site (rue de l'Union à Tourcoing) et réalise les contenus des deux titres. Dans le détail, une équipe dite "Métro" (rédacteurs, photographes, éditeurs) est chargée des pages "Toutes" de "Nord éclair", des faits divers et du sport local pour "Nord éclair" et "La Voix du Nord" (14 personnes). Une équipe à Roubaix est chargée des éditions Roubaix de "Nord éclair" et "La Voix du Nord" (14 personnes). Enfin, une équipe Tourcoing-Lys est chargée des éditions Tourcoing et Vallée de la Lys de "Nord éclair" et "La Voix du Nord" (14 personnes). Chaque titre proposera des sujets exclusifs, des sujets partagés avec une dominante et des pages dupliquées, à la fois pour les journaux papier mais aussi les sites internet. "Nord éclair" adoptera d'ici mai le nouveau système éditorial du groupe.

Le format tabloïd et la pagination de 48 pages, inchangés, s'accompagnent d'une nouvelle maquette (cabinet Rampazzo) qui se veut plus aérée (pages panoramiques avec des articles en "Coeur de pages") et plus directe avec plus de place donnée aux photos. Le titre propose un nouveau déroulé : le sujet fort, les faits divers-justice, la locale développée, la synthèse métropole/Région/France et monde, Temps libre, Sports et le poster. "Les sujets en micro-locale sont très appréciés par les lecteurs", a détaillé M. RIVIERE.

"'Nord éclair' évolue dans la zone de la France la plus compliquée pour faire un journal. Sa population est urbaine, jeune et pauvre. C'est pourtant un titre qui est encore très implanté sur cette zone et qui a du potentiel", a souligné M. HARDOIN. "Nord éclair" affiche une diffusion France payée 2011 de 24 219 exemplaires (OJD).

"Nord éclair" lance également une campagne de communication pour annoncer la nouvelle formule et qui réaffirme son positionnement "En direct de votre quotidien – plus participatif – plus clair – plus engagé". 100 000 euros ont été investis en communication.

Une approche "web first" et mise en place d'un système "fremium" au compteur

Sur le web, sous la responsabilité de MM. Yves SMAGUE et Pierre MAUCHAMP, rédacteurs en chef adjoints, La voix du Nord souhaite donner la priorité à l'information en continu et à l'information locale. Le site proposera des informations mises en continue de 5 heures à 3 heures et va désormais adopter la méthode du "web first" : les articles sont d'abord publiés en ligne puis le lendemain sur le papier. Pour monétiser son audience, le groupe va mettre en place d'ici à quelques semaines un système de monétisation "fremium" au compteur. Les internautes pourront lire gratuitement un certain nombre d'articles par mois mais devront s'enregistrer en laissant leurs coordonnées s'ils veulent en lire un peu plus. Au-delà d'un nombre défini d'articles, l'abonnement numérique sera nécessaire.

Le groupe adopte également sur internet une approche locale et hyperlocale au travers de 28 portails locaux (un par équipe locale) qui permettront de renforcer l'information locale, l'interactivité (appel à témoignage) ou d'améliorer l'agenda (avec auto-saisie pour les utilisateurs). Les sites proposeront également une meilleure agrégation et curation du Web local. Dans une seconde étape, La Voix du Nord souhaite proposer jusqu'à un portail par commune, soit plus de 1 500 sites hyperlocaux, qui seront notamment alimentés par les correspondants locaux et qui proposeront des fonds documentaires (photos historiques notamment). Le site va également proposer plus de vidéo (un studio va être mis en place et les photographes seront formés en vidéo).

Recul du chiffre d'affaires publicitaire à l'exception de la publicité numérique

En 2012, le Groupe La Voix du Nord a réalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 240 millions d'euros (les comptes n'ont pas encore été arrêtés), en baisse à périmètre constant, mais stable par rapport à 2011 en raison de l'acquisition de 66 % de Contact FM. La Presse Quotidienne Régionale (83 % du CA et 74 % des effectifs) devrait afficher une baisse de l'ordre de 3 %. La Presse Hebdomadaire Régionale (10 % du CA et 15 % des effectifs) devrait être stable. Le résultat brut d'exploitation devrait quant à lui être en retrait, en raison de la baisse de la publicité et de la baisse de l'aide au portage, a détaillé M. Jacques HARDOIN. Le chiffre d'affaires publicitaires a reculé de 4 % sur l'année 2012. Toutefois la publicité sur les supports numériques (environ 3 millions d'euros) a connu une croissance de 24 % notamment en local (le marché de la publicité digital en France a progressé de 5 % en 2012, le SRI). "Pour 2013, nous avons peu de visibilité sur la publicité en revanche la diffusion devrait continuer à connaître une érosion similaire à celle de 2012", a indiqué M. HARDOIN. "Les évolutions que nous menons doivent d'abord permettre de fidéliser nos abonnés", a-t-il poursuivi. Le groupe compte 220 000 abonnés papiers et 7 000 abonnés numériques.

Lancement à la rentrée 2013 de Wéo Picardie, chaîne de télévision locale créée par La Voix du Nord et Bygmalion de M. Bastien MILLOT

La Voix du Nord souhaite poursuivre le renforcement de son pôle audiovisuel, a indiqué hier le groupe à l'occasion d'une conférence de presse (cf. supra). La chaîne locale Wéo fonctionne bien, selon son directeur général Jean-Michel LOBRY. "Un habitant sur deux regarde Wéo qui est devenue la première télévision régionale de France", a-t-il expliqué. Wéo, qui diffuse sur le site de Lille-Bouvigny, arrive au terme de son autorisation de diffuser de cinq ans. Des négociations sont en cours et le groupe se dit "confiant". "Nous proposons une information crédible et appréciée et nous allons renforcer notre présence sur le terrain avec la mise en place d'un car régie", a poursuivi