

Médias et tourisme

Des relations ambiguës

On savait les nuages accumulés dans le ciel de la presse touristique, nombreux. Continueront-ils à assombrir les pages des magazines ou se disperseront-ils ? A l'heure où l'économie vacille, la presse connaît des difficultés majeures dont le tourisme fait, parmi d'autres, les frais. Mais d'autres médias se substituent à ces colonnes et constituent probablement l'avenir de la presse touristique.

Les rubriques tourisme des quotidiens de la presse régionale se réduisent comme peau de chagrin. Selon le responsable de la PQR pour l'association des journalistes de tourisme, la situation est préoccupante. Les journalistes permanents prennent leur retraite et ne sont pas remplacés. Les rubriques consacrées au tourisme tiennent donc du coup de chance. Si un annonceur a payé un espace publicitaire et si un journaliste a quelque chose à proposer, l'article est publié. Sinon, il est supprimé. Les liens entretenus avec la publicité n'ont jamais été aussi contraignants qu'en ces temps difficiles pour la presse écrite. Ce sont les régies qui dictent en partie le contenu éditorial. Or, face aux millions dépensés par la téléphonie ou l'informatique, le tourisme ne pèse pas lourd. Pire, précise encore J.P Combes de l'AJT, les offres de voyages de presse qui arrivent aux rédactions, sont redistribuées comme des récompenses à des rédacteurs d'autres rubriques, qui prendront quelques jours de congé pour visiter l'Île Maurice ou le Rajasthan et ne prendront pas forcément le temps d'écrire à leur retour !

Des clochards de luxe

Dans les magazines, la situation n'est guère plus brillante. Depuis des années, le tourisme est en général confié à des pigistes. Moins coûteux, plus flexibles, facilement révocables, ils constituent une aubaine pour les groupes de presse. D'autant que leur nombre, à l'inverse de leurs salaires, a considérablement augmenté. Ainsi, alors que la génération du baby-boom se souvient avec nostalgie des belles années qu'elle a connues en noircissant des feuillets rémunérés plutôt généreusement il y a vingt ans, de jeunes reporters présentent des fiches de paie de la moitié du montant ! Encore s'estiment-ils heureux ! Ils auront réussi à vendre leur article et auront fait un beau voyage ! Mais, entre eux, la concurrence est aussi rude que l'exige leur précarité. Sans compter qu'il n'est pas toujours facile de se montrer critique vis à vis de celui qui vous a somptueusement et chaleureusement reçus ! Quant aux photographes qui font un métier plus difficile qu'il n'y paraît, ils sont de plus en plus concurrencés par les banques d'images quasiment gratuites qui pullulent sur le Net.

Entre papier et écran

Certes, la situation n'est pas inhérente au tourisme seul. Tous les secteurs de la presse subissent les conséquences de la chute des recettes publicitaires, de la diminution du nombre de lecteurs, de la concurrence insolente des médias électroniques qui multiplient les pages consacrées au tourisme et les enrichissent de photos et de vidéos ainsi que de multiples commentaires de voyageurs en mal de reconnaissance. Pratiques, gratuits, ces sites offrent en plus un accès direct à la réservation par le biais de liens et souvent des comparatifs de prix.

Bien-sûr, tous les publics ne sont pas encore conquis par le Web, mais tous les mois, de nouveaux adeptes se laissent séduire par ces informations gratuites, plurielles, actualisées, photogéniques et souvent doublées d'offres promotionnelles.

D'autant que les garanties d'une véritable enquête ne sont pas données par ces médias œuvrant dans l'urgence et dans l'éphémère, à la poursuite d'un lecteur pressé, débordé et superficiel qui ne dispose que de quelques minutes pour lire et se laisser convaincre par une page web avant de « cliquer » sur une autre.

Mais, le Web n'a pas tous les torts. En dehors des changements structurels liés aux nouveaux médias, d'autres problèmes se posent.

La rentabilité

En tête de ceux-ci, nous pourrions situer celui de rentabilité. Que se passe-t-il exactement ?

Tandis qu'il y a encore quelques années, le journaliste pouvait prendre le temps de faire connaissance avec une destination puis avait le loisir de l'évoquer ou non, aujourd'hui, il a souvent moins le choix de ses écrits. Tout simplement, parce que son voyage lui a été offert quand, autrefois, le même voyage était financé par la rédaction.

Pris dans un jeu de dons et de contre dons, il n'a guère d'autre choix que de s'adonner à une rédaction flatteuse pour son donateur contrairement à certains journalistes, notamment nord américains, qui restent à l'écart de cet engrenage, et peuvent garder leur objectivité.

Ainsi, on voit partir des voyages de presse gonflés de journalistes triés sur le volet mais tenus à la bienveillance, à leur retour, histoire de rendre la politesse. Et, l'on voit donc par la même occasion, des journaux remplis d'articles louangeurs, dénués de la moindre ombre critique. Certes, quelques grandes plumes peuvent encore se permettre la critique. Mais, elles sont de moins en moins nombreuses. Tandis que l'on objectera que les destinations de mieux en mieux équipées, valorisées, performantes, méritent de moins en moins les attaques.

Le dur métier des R.P

Il n'empêche que les attachés de presse n'ont pas la partie facile. Non seulement, elles sont de plus en plus nombreuses, mais elles sont aussi moins bien rémunérées et de plus en plus soumises à des objectifs parfois irréalistes et irréalisables. Depuis déjà quelques années, les articles sont estimés en fonction de leur équivalence publicitaire. Une page de rédaction c'est l'équivalent d'une page de publicité en comptabilité de relations

publiques. Peu importe si les deux genres n'ont rien à voir et que les attachés de presse qui se sont risqués à ce genre de calcul, le regrettent vivement. Car aujourd'hui, beaucoup sont sommés de rendre ce type de compte à leurs clients, pour prouver leur efficacité.

Plus possible donc pour un journaliste de ne pas sauter sur son ordinateur, dès son retour de voyages, afin de publier l'article le plus long possible sur le média le plus prestigieux. Sauf qu'il a peu de pouvoir, et que certains articles, malgré leurs qualités, vont au marbre, sommés de s'effacer devant un encart publicitaire plus juteux ou un article d'actualité plus nécessaire.

Quant aux reporters épris de lenteur et de liberté, il ne sera sans doute plus invité s'il fait la fine bouche devant un hôtel de luxe ou un nouveau spa et cherche à prendre son temps. Quant à celui ou celle qui n'a pas de « support » dont se réclamer, il risque fort de devoir financer son prochain reportage, avec ses deniers. Que dire encore des journaux professionnels comme le nôtre qui non dirigés vers le grand public et les réseaux de distribution, ne rapportent pas un voyageur de plus à une destination, donc sont ignorés des listes de presse !

Des relations de servilité

Tous les torts ne sont pourtant pas non plus du côté des communicants. Selon eux, et ils n'ont pas tort, certains journalistes se montrent exigeants, capricieux, et parfois carrément impolis. Ils ne prennent même pas le temps de répondre à des mails ou des appels, pire, ils confirment une présence à un voyage ou un déjeuner de presse et font faux bond, sans un mot d'excuse ! A tel point que les services de presse sont sur le qui-vive jusqu'au dernier moment, malgré tous les efforts faits pour éviter les lapins de dernière minute. Des efforts malheureusement peu pris en compte par leurs clients souvent incapables de comprendre la rude réalité de la communication aujourd'hui ! Selon eux : ils ont payé donc en veulent pour leur argent ! Peu importe que le marché des relations-presse soit saturé par une trop grosse masse d'informations et d'événements parfois inutiles !

Tous victimes ?

... Sans vouloir être plus long, c'est ainsi que de drôles de relations d'amour, désamour, de maîtres à esclaves, d'opresseurs à opprimés, polluent des professions faites avant tout pour informer le grand public avec le maximum d'objectivité. C'est ainsi que la rancœur parfois mine des métiers ayant pourtant des privilèges uniques. C'est ainsi que prospèrent et prospéreront sans doute de plus en plus des réseaux parallèles d'informations planétaires, étrangers aux tractations plus ou moins corruptrices des uns et des autres, tout simplement parce que l'information sur papier glacé n'aura pas su trouver un nouveau souffle et de nouvelles façons de s'exprimer !

Reproduction interdite