

[Pour le « Financial Times », « cette crise fait réfléchir à l'avenir du journal papier »](#)

La matinale monde 24 05 2020 Par Eric Albert, Londres, correspondance

Rencontre (virtuelle) avec Roula Khalaf, nouvelle rédactrice en chef du quotidien britannique des affaires, dont la diffusion papier au Royaume-Uni a chuté de 40 % en avril. *extrait*

Elle aurait sans doute pu espérer une entrée en matière moins chaotique. Deux mois après avoir pris son poste de rédactrice en chef du Financial Times (FT), mi-janvier, Roula Khalaf s'est retrouvée à gérer la crise liée au coronavirus. Son écran à la main, elle fait en cette journée de mi-mai le tour de la rédaction pour montrer par visioconférence des rangées de bureaux vides. Après deux mois de confinement au Royaume-Uni, à peine cinq personnes sont présentes au siège du quotidien britannique des affaires, où se trouvent normalement près de 400 journalistes (sur un total de 600 à travers le monde). « Leur retour n'est pas prévu avant septembre, au plus tôt. » Le télétravail se passe cependant bien, « mieux que je ne l'aurais imaginé ».

Pour les quotidiens du monde entier, la pandémie a représenté une soudaine accélération du basculement numérique. Jamais les lecteurs n'ont été aussi avides d'informations. Le site du Financial Times enregistre record sur record, avec une audience en hausse de 75 %. « On pensait qu'on avait atteint un pic qu'on ne battrait pas avec le Brexit. On est largement au-dessus », explique Mme Khalaf. Le FT, qui compte 1,1 million d'abonnés, dont 932 000 numériques, a ainsi gagné 50 000 abonnés supplémentaires depuis le début du confinement.

Mais, dans le même temps, les revenus traditionnels des journaux s'effondrent. En avril, le FT a diffusé au Royaume-Uni 88 000 exemplaires par jour en moyenne, en baisse de 40 % par rapport au mois précédent. Le quotidien a réussi à ne pas interrompre l'impression, ni la diffusion auprès des abonnés, mais de nombreux points de vente étaient fermés. En Europe et au Moyen-Orient, la diffusion a aussi été très perturbée.

Revenus publicitaires en chute

En outre, la publicité s'est effondrée. Selon Enders Analysis, un bureau de consultants, les journaux britanniques connaissent actuellement une chute de « 50 % à 80 % » de leur chiffre d'affaires publicitaire.

« LES ABONNÉS SUPPLÉMENTAIRES NE COMPENSENT PAS LA CHUTE DES REVENUS »

Les conférences, autre source de revenus, ont presque toutes été supprimées. Le FT vient cependant d'en organiser une complètement virtuelle : 50 000 personnes ont suivi sur Internet les interventions d'une centaine de décideurs, dont le gouverneur de la Banque d'Angleterre (BoE), Andrew Bailey, et l'ancien vice-président des Etats-Unis Al Gore.

Reste que, l'un dans l'autre, la perte sèche est catastrophique. « Les abonnés supplémentaires ne compensent pas la chute des revenus », reconnaît Mme Khalaf. Certes, par rapport à la presse généraliste, le FT est plutôt en bonne position.(...)

Imprimé depuis : AJPresse: <https://ajpresse.fr>

URL de l'article : <https://ajpresse.fr/pour-le-financial-times-cette-crise-fait-reflechir-a-lavenir-du-journal-papier/>