

“La stampa vive grazie al Web. Indipendenza e qualità per vendere”

» LUANA DE NICCO

Parigi



rori.

L'appartenere ad un grande gruppo vi ha aiutato?

Il modello economico della stampa è cambiato, per riuscire bisogna sapere operare la transizione. E la trasformazione di *Le Monde* è stata possibile anche perché il gruppo è solido. Il quotidiano ha potuto contare sul buon risultato di *Telerama*, un settimanale culturale e, sottolineo, cartaceo. Se i news magazine sono in crisi, *Telerama* è l'esempio di come una rivista specializzata con un'offerta di alta qualità, ha ancora una lunga vita davanti.

Oggi c'è una diffidenza verso la stampa legata alla diffusione delle fake news...

L'informazione di bassa qualità è un problema ed è nemica del giornalismo. Ma la crisi di fiducia investe i siti non affidabili e talvolta le tv all news per il loro modo di coprire l'attualità, non i grandi quotidiani internazionali.

Si è spesso additato internet come principale nemico. È stato quindi un errore?

Internet non è stato la causa della crisi della stampa, ne è la soluzione. La stampa ha sofferto perché era troppo dispendioso dipendere da una sola forma di distribuzione, la carta, appunto. Internet non solo non ha ucciso il giornalismo di qualità, ma ci ha fornito nuovi pubblici. *Le Monde* può contare oggi su lettori sempre più giovani e pronti ad abbonarsi come fanno con Netflix. Possiamo dire che, in un certo senso, internet ci aiuta a continuare a stampare un'edizione cartacea ogni 24 ore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

architetti norvegesi.

Quale è la ricetta vincente?

Primo: *Le Monde* ha colto molto presto la sfida del digitale, come il *New York Times* e il *Washington Post*. Era necessario proporre da subito un'offerta digitale forte offrendo un sito di qualità. Secondo: abbiamo capito subito che l'informazione non può essere solo gratuita. La grande rivoluzione è stata l'abbonamento digitale. Terzo: non abbiamo mai fatto concessioni sulla qualità dell'informazione. Molti giornali per far fronte alla crisi e abbattere i costi hanno tagliato sui giornalisti: un errore drammatico. *Le Monde* invece ha investito nei giornalisti e ha assunto. Oggi siamo tra 450 e 460 contando anche i free lance regolari, più del 2010. Questo ci ha permesso di costruire una relazione di forte fiducia con i lettori, che si aspettano di abbonarsi a un giornale affidabile, che fornisca delle chiavi di lettura dell'attualità, che riveli informazioni e scandali nascosti, e sappia riconoscere i suoi er-

Abbiamo capito subito che l'informazione non può essere solo gratuita. La grande rivoluzione è stata l'abbonamento digitale, cosa in cui credo molto

Modi diversi di innovare
Il direttore di "Le Monde", Jérôme Fenoglio
Ansa

“Poco importa se le nostre inchieste e reportage sono pubblicate su carta o su internet. Il nostro mestiere non è vendere carta. Ciò che conta è che si possa fare un giornalismo indipendente e di qualità e su questo sono molto ottimista: il giornalismo di qualità continuerà a vivere perché sta trovando il suo modello economico basato sull'abbonamento digitale. Detto questo, non credo che bisogna preoccuparsi troppo per il cartaceo: non scomparirà, offre un rituale quotidiano e un confort di lettura a cui il lettore è affezionato. L'abbonamento cartaceo resiste. Sono pessimista invece sulla vendita nelle edicole, che cala ogni anno. Un sistema che in Francia è in crisi perché la distribuzione presenta una gestione complicata e costi elevati. Ma sono anni che le vendite in edicola pesano poco sul nostro modello economico. La stampa si svilupperà grazie all'abbonamento, ci credo molto. Digitale, soprattutto, ma che può essere complementare al cartaceo”.

Parla Jérôme Fenoglio, direttore di *Le Monde* dal 2015. Nell'ultimo anno la diffusione del quotidiano, fondato da Hubert Beuve-Méry 75 anni fa, è aumentata dell'11,50%, l'incremento più alto della stampa quotidiana, nazionale e regionale, in Francia. Con più di 320 mila copie vendute in media ogni giorno *Le Monde* si contende il posto di quotidiano nazionale più letto in Francia con il conservatore *Le Figaro*. Quasi tutti i lettori sono abbonati, più di 300 mila, secondo Fenoglio, di cui 100 mila anche al cartaceo. In un contesto di crisi per la stampa quotidiana e settimanale in Francia, che si traduce in frequenti annunci di tagli di posti di giornalisti, il gruppo *Le Monde* (che comprende un polo magazine con, tra l'altro, *Le Courrier International* e *Telerama*), è in crescita da alcuni anni. E in primavera tutte le testate si trasferiranno nella nuova sede dell'avenue Pierre Mendès-France, nel 13mo arrondissement, in un edificio iper moderno firmato da