Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2017)

Heft: 2165

Artikel: Vive le "Republik"! : Un marketing à succès pour un projet qui mérite de séduire et fait communauté

Autor: Jaggi, Yvette

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1014308

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Vive le «Republik»!

Un marketing à succès pour un projet qui mérite de séduire et fait communauté

Yvette Jaggi - 20 mai 2017 - URL: https://www.domainepublic.ch/articles/31537

Pendant trois ans, ils ont travaillé – la nuit souvent – leur projet d'un magazine en ligne, indépendant et sans publicité. Ils ont rédigé un manifeste, développé leur dessein, défini leurs objectifs, établi un plan d'affaires, inventé un système de financement, constitué une équipe de journalistes et de techniciens.

Au début de l'année, une dizaine de personnes ont pris leurs quartiers provisoires en l'Hôtel Rothaus sis dans l'un des arrondissements rouges de la métropole zurichoise, le long de la fameuse Langstrasse, à dix minutes à pied de la gare centrale.

C'est devant le même hôtel que les premiers coopérateurs de *Republik* ont fait la queue, sous un parapluie multicolore, dès 7h du matin le mercredi 26 avril dernier, pour payer comptant leur part sociale de 240 francs, valant abonnement d'une année dès janvier 2018.

Ces vaillants pionniers ont inauguré, dans une joyeuse mise en scène, la plus efficace opération de financement participatif – *alias crowdfunding* – jamais organisée et réussie en Suisse. Il s'agissait de trouver 3'000 abonnés et 750'000 francs en cinq semaines. Résultat obtenu le même jour, en à peine huit heures, par la grâce d'un site Internet finement pensé et fort bien mis en forme, simple, prompt et réactif à souhait.

Le 1er mai, la barre des 10'000 abonnés est franchie, celle des deux millions et demi de francs aussi. Le 19 mai, à 12 jours de l'échéance du *crowdfunding* et un peu plus de sept mois avant la mise en ligne de la première édition du magazine, *Republik* affiche plus de 12'000 coopérateurs-abonnés et plus de 3 millions de francs encaissés.

A ce montant s'ajoutent 3,5 millions de francs réunis l'automne dernier auprès d'investisseurs privés, de fondations notamment. Le modèle de financement prévoit que les investisseurs et les abonnés détiennent chacun environ 40% du capital, dont un cinquième reste donc en main des collaborateurs. Ainsi, aucun des trois groupes ne peut faire à lui seul la majorité. Rien à comparer avec les journaux dont l'un des copropriétaires majoritaires fait aussi partie de la minorité de blocage, comme dans le cas de Pierre Bergé au sein de la SA qui rassemble le groupe *Le Monde*, par exemple.

A noter que chacune des tranches de 2'000 abonnés supplémentaires à *Republik* correspond à une augmentation des effectifs de journalistes et de leurs prestations (nombre d'articles, d'enquêtes et aussi de recherches approfondies à 60'000 francs la pièce). Par leur versement, les futurs lecteurs, en grande majorité des agglomérations de Zurich, Bâle et Berne, savent qu'ils enrichissent le contenu de leur magazine à venir.

Republik devrait atteindre le seuil de rentabilité au bout de cinq ans. Un lustre qui aura exigé un investissement total de l'ordre de sept millions de francs.

Le désir d'une autre presse

Le succès rencontré par l'appel de fonds lancé par *Republik* correspond d'abord à une aspiration de la part des lecteurs potentiels. Constantin Seibt, 51 ans, et Christof Moser, 38 ans, les deux journalistes venus de la presse écrite qui ont imaginé la formule, ont parfaitement su exploiter les circonstances qui suscitent la méfiance à l'égard de l'information diffusée par les médias. Il suffit de penser aux effets ravageurs de l'élection-surprise de Donald Trump, du processus accéléré de concentration dans l'industrie de la presse, de l'accumulation de données permettant de devancer les désirs de l'internaute.

Autant de facteurs encourageant l'aspiration à une information plus crédible aux yeux des lecteurs – en ligne

comme sur papier – qui se sentent davantage vendus aux annonceurs que destinataires de contenus originaux. D'où le contentement de pouvoir se défendre en commun, l'envie de participer ensemble à la création d'une offre alternative, bref de sacrifier au goût d'une aventure qui s'annonce bien.

De gauche à droite, les journaux existants soulignent tous, partagés entre une pointe de jalousie et la dénonciation d'un marketing opportuniste, combien le désir d'une autre presse pourrait d'abord être dans l'air du temps. Ainsi, la *Wochenzeitung* soupçonne Moser et Seibt d'utiliser l'histoire en évoquant jusque dans leur titre les temps de la République instaurant la liberté de la presse, et de le faire *«sans rien perdre de leur flair pour les préoccupations actuelles»*. De son côté, la *NZZ am Sonntag* relève qu'il existe encore de grandes maisons d'édition qui misent sur la qualité journalistique (suivez son regard) et que, de toute manière, la part des recettes publicitaires des journaux tend à diminuer, au point que le lancement d'un magazine en ligne exempt de publicité n'a *«rien d'un acte héroïque»*.

Ces deux hebdomadaires tombent pourtant d'accord sur un point: ils souhaitent l'un et l'autre bon vent à ce magazine *Republik* tant attendu.

Pour notre part, nous nous réjouissons ouvertement de ce projet, parent dûment promu d'un *Infosperber* que nous apprécions tout spécialement. Le sens des proportions nous interdit de comparer *Domaine Public* à ces deux grands frères alémaniques, animés exclusivement par des professionnels, bénévoles dans le cas d'*Infosperber*. Nous reviendrons sur les initiatives comparables prises par d'autres journalistes pour prendre une part du marché, modeste et de surcroît hétérogène, de la presse en ligne en Suisse romande.

Concurrence sur rails

Comment concilier une émulation stimulante entre exploitants avec un réseau intégré dans l'intérêt public

Michel Béguelin - 16 mai 2017 - URL: https://www.domainepublic.ch/articles/31517

Le renouvellement de la concession accordée par la Confédération aux CFF pour le trafic des grandes lignes échoit au changement d'horaire de décembre 2017, avec un délai au 9 septembre pour présenter une demande.

Jusqu'à présent cette procédure était de pure forme, puisque les CFF exploitent en exclusivité le réseau national comprenant les trains Inter- et Eurocity, Interregio (IR) et certains RegioExpress, en vertu d'une concession octroyée en 1999, renouvelée pour dix ans en 2007 et adaptée en fonction des différents aménagements ferroviaires (Rail 2000, tunnels de base du Lötschberg et du Saint-Gothard).

Or, cette année, une grande nouveauté est annoncée: la société anonyme Bern-Lötschberg-Simplon (BLS), dont le canton de Berne et la Confédération sont les principaux actionnaires, s'est mise sur les rangs pour obtenir une concession sur les axes Zurich-Bern-Interlaken et Bâle-Berne-Lötschberg-Simplon-Domodossola ainsi que pour la ligne interrégionale Berne-