

CHANG DAE WHAN

Président, Maekyung Media Group, République de Corée

Bonjour. Je souhaiterais rebondir sur les remarques faites par le modérateur dans son introduction. Ma présentation ce matin s'intitule 'les médias dans l'écosystème numérique'. Pour me présenter, je dirais que je suis propriétaire d'un journal économique, qui tire à un million d'exemplaires par jour, et de deux chaînes de télévision sur un réseau câblé. Je suis également propriétaire d'un fournisseur de services Internet. Mon audience journalière est ainsi de 10 à 15 millions de personnes. Je suis confronté à de nombreux problèmes liés au cyberspace. Pour résumer ces problèmes, quatre mots me viennent à l'esprit : changement, défi, choix et opportunité.

Comme vient de le dire le modérateur, la vitesse du changement est astronomique. Votre société change beaucoup plus vite que vous ne le pensez. Le rôle des médias est de fournir un service instantané. Si on regarde une vieille photo prise sur la place St Pierre représentant une foule attendant le résultat d'un conclave, la scène est quasiment dépourvue d'émotion, on aperçoit juste quelqu'un sur le côté qui utilise un smartphone pour prendre une photo. En regardant une photo plus récente prise en 2013 sur la même place le soir de l'élection du pape François, on a l'impression que tout le monde tient une bougie, mais en fait ils tiennent tous un smartphone. On peut même voir quelqu'un avec une tablette. Beaucoup de choses ont donc changé dans l'industrie des médias.

Jeff Bezos, d'Amazon, a acheté récemment le *Washington Post* pour un montant de 250 millions USD. A un prix aussi bas, j'aurais même pu faire une offre pour acheter cet éminent journal. Un de mes amis a eu l'occasion de s'entretenir avec les Graham et leur a présenté ses condoléances pour la vente de cette affaire dont la famille était propriétaire depuis 136 ans. M. Graham a dit à mon ami qu'il était plutôt heureux de vendre le journal, mais que le prix était trop bas. De nombreux journaux, et les médias d'information en général, appartiennent à des familles, mais ces familles les vendent. Le *Wall Street Journal* et le *Washington Post* ont été vendus et le *Boston Globe* et *Forbes Magazine* sont à vendre. La famille Forbes en a assez de la presse magazine. Bloomberg a acheté *Businessweek*, AOL a acheté le Huffington Post, un site d'information en ligne créé par Arianna Huffington, et Yahoo a acheté Tumblr pour un montant de 1,1 milliard USD. Ces transactions symbolisent la mutation actuelle de l'industrie des médias.

Durant les soulèvements du Printemps arabe en Égypte et en Tunisie, les personnes qui participaient à ces révolutions ne comptaient pas sur CNN pour raconter ce qui se passait. Au contraire, elles comptaient sur Twitter pour faire connaître ces révolutions. La radiodiffusion est en train de disparaître au profit de Twitter. Les journaux et la télévision pourraient disparaître. C'est ce que prédisait Bill Gates il y a plus de 15 ans à Davos. Lorsque je l'ai entendu tenir ces propos, j'étais très inquiet, pourtant je suis encore là. Je ne gagne pas des milliards de dollars comme la jeune génération, mais je suis encore là. Regardez la tendance actuelle des tirages de journaux. Les tirages sont en baisse. L'Europe était le plus grand marché de la presse écrite, mais les choses sont en train de changer. En termes de recettes publicitaires, les marchés asiatiques sont aujourd'hui aussi gros que les États-Unis, l'Europe arrivant derrière. Où est parti l'argent qui allait auparavant à la presse écrite ? Il va à des entreprises comme Google, Facebook et Twitter. Les éditeurs comme moi les appellent les « ennemis des journaux ».

Mark Zuckerberg de Facebook a déclaré qu'il voulait offrir à chacun le meilleur journal personnalisé. Autrement dit, chacun aura un journal personnalisé en fonction de ses goûts, qui lui présentera uniquement le type de contenu qu'il veut lire. Là encore, nous voyons que la jeune génération gagne énormément d'argent. Google domine le monde de l'Internet. Cela pourrait poser problème car Google monopolise le marché avec une part de marché atteignant 70 % à 80 %. Aux États-Unis, AT&T a dû se scinder car il était considéré comme un monopole. Scinder Google pourrait être une réponse ou bien on peut laisser Google grossir encore et encore et devenir plus prospère. Nous ne connaissons pas encore la réponse. Cependant, ce qui ne fait aucun doute pour Google c'est que l'information devrait être gratuite. La plupart des éditeurs du monde entier ont un point de vue totalement opposé.

Nous sommes également inquiets de la qualité du journalisme. Vous vous souvenez n'est-ce pas que Superman était journaliste. Il était reporter dans un journal, mais même Superman aurait du mal aujourd'hui à sauver la presse écrite. Qui va contrôler et contrebalancer ce pouvoir sans limite. Ce sera un énorme défi pour la société de l'Internet.

Je vais aborder maintenant la question du choix. Par choix, j'entends les opportunités économiques pour la presse écrite. Les idées ne manquent pas pour relever les défis inhérents au nouvel environnement des médias. La première idée est la monétisation. Pourquoi les journaux devraient-ils être gratuits ? J'ai 600 journalistes environ qui travaillent pour moi. Ils travaillent jour et nuit. Ils sont extrêmement déterminés à servir leur pays. Pourquoi le contenu qu'ils fournissent devrait-il être gratuit ? Je ne suis pas d'accord avec l'idée selon laquelle il faudrait donner du contenu gratuit à tous. Aux Etats-Unis, 48 % environ des éditeurs ont un modèle de contenu payant. De nombreux journaux envisagent de passer au format mobile. La salle de rédaction de Fox News essaie d'intégrer services imprimés, services en ligne et services mobiles. Leur écran est bien plus grand que votre petit iPad. J'essaie également d'intégrer mes journaux, mes deux chaînes de télévision, le service Internet et le service mobile. J'ai appris toutefois que les journalistes possèdent des compétences différentes. Il n'est pas facile pour des journalistes de la presse écrite de devenir journalistes de télévision ou journalistes de mobiles. Nous, journalistes, avons donc des capacités limitées et ne pouvons faire qu'une chose à la fois.

Nous nous dirigeons vers la société du Big Data. Il y a un dessin animé qui montre que les salles de rédaction devraient avoir ce que veulent les spécialistes marketing. Le *New York Times* recible actuellement ses services. Il suit de près les visiteurs de son site web pour ses services marketing. Un système d'offre en temps réel est un exemple de ce qui peut être fait. Nous savons tous que Google développe de nouveaux services. Prenons par exemple les lunettes Google Glass, qui pourraient être utilisées pour livrer un reportage en temps réel en ligne directement depuis le lieu d'un crime. Certains d'entre vous ont peut-être acheté le Samsung Galaxy Gear qui est vendu avec un bracelet montre. Ces nouveaux appareils risquent fort de devenir des applications tueuses.

Les robots vont faire leur apparition. Je m'intéresse au journalisme assisté par ordinateur. Puis-je économiser sur les coûts de personnel ? Mon ordinateur peut-il écrire des articles ? On n'en est pas loin. Des drones survolent le Moyen-Orient et combattent des terroristes. Je crois qu'il y aura des drones équipés de caméras lors du prochain conclave. J'ai essayé d'utiliser ce type de drones en Corée, mais j'ai appris que c'était interdit en ville à cause de la situation militaire avec la Corée du Nord. Je pourrais néanmoins peut-être utiliser le « drone journalisme » hors de la ville.

Le *New York Times* a remporté le Prix Pulitzer pour son utilisation du journalisme multimédia. Cela n'avait rien de nouveau. C'était un mélange de vidéo, de données, de photos et d'infographie qui, combinées, formaient un article abouti. La presse écrite ne reste pas les bras croisés. Nous sommes à l'affût et à la recherche d'opportunités commerciales. Jeff Bezos parle de l'avenir de l'édition de journaux. Beaucoup d'éditeurs de journaux se sont demandés pourquoi Bezos a acheté le *Washington Post*. Quelle idée a-t-il derrière la tête ? Bezos veut avoir un média très personnel. Nous le surveillons de près pour voir quel sera son nouveau modèle de rentabilité à l'avenir.

Je sais que tout le monde s'intéresse aux informations sur les réseaux sociaux, mais une analyse a montré que 95 % des informations sur Twitter sont des rumeurs, du buzz. Les gens veulent des articles vérifiés, exacts et fiables. Nous n'aimons pas les rumeurs. Nous voulons des informations fiables provenant des grandes sociétés de presse. L'authenticité et la sincérité, voilà ce que nous voulons dans le cyberspace.

Qu'en est-il de la dimension numérique ? Je sais que vous êtes assis là avec vos smartphones connectés à vos bureaux, donnant des ordres à vos secrétaires et écoutant de la musique. Vous utilisez le multimédia et le multitâche. Vous êtes exposé à la dimension numérique. Les journaux sont capables de filtrer les rumeurs sortant de ces nouveaux appareils. Je suis donc relativement optimiste et je pense que les journaux de qualité survivront et chercheront sans cesse de nouvelles opportunités commerciales. Qui dit médias dit communication, et cela durera aussi longtemps que l'humanité existera.

En ce qui concerne l'avenir des médias, les journaux doivent gagner de l'argent pour offrir un journalisme de qualité. La monétisation est le plus grand problème auquel la plupart des journaux vont se heurter. Nous sommes face à une rupture technologique avec le mobile, les réseaux sociaux et le Big Data. Comment allons-nous nous adapter à ces nouvelles technologies ? Les valeurs humaines sont importantes. Après tout, les journalistes sont des êtres humains. Les grands journalistes sont des êtres humains avec de très bonnes idées. Les journaux seront capables d'innover en exploitant les idées que je viens de vous présenter.



Des gens de Google sont venus me voir la semaine dernière. Je n'aime pas les gens de Google. Comme je vous l'ai dit, ce sont les ennemis des journaux. Cependant, ils veulent coexister avec la presse écrite. Ils ont proposé des applications Google, Google docs, cloud service et Google Hangout. Dans cinq ans, nous n'aurons peut-être pas à nous réunir ici à Monaco. Nous pourrions tenir une conférence via Google Hangout. Cela permettrait d'économiser beaucoup d'argent. Les nouveaux services incluent Snapchat, mentionné plus tôt, Flipboard et Evernote, qui est un moteur de recherche privé susceptible de devenir votre mémoire externe. Votre mémoire a une capacité limitée, mais en utilisant le cloud service partout, la capacité de votre mémoire augmente incroyablement. Déjà 75 millions d'utilisateurs utilisent Evernote.

Eric Schmidt de Google se rend en Corée une fois par an pour prendre le pouls et s'assurer que Google reste numéro un, et que Samsung est encore derrière. Il a déclaré qu'environ deux milliards de personnes dans le monde ont actuellement accès à Internet. Sa mission est d'atteindre les 5 milliards de personnes. J'ai une audience d'environ 15 millions de personnes seulement et Google parle de quelque cinq milliards de personnes. Nous vivons dans l'Internet des objets (*Internet of Everything*). L'Internet des objets est un réseau d'appareils intelligents qui communiquent entre eux, avec une intervention humaine réduite, et vers des centres de données où se trouvent des objets et de nouveaux dispositifs. Je pense qu'il n'y aura plus ni intimité ni humanité. Les interactions se feront de machine à machine. La société de l'Internet des objets prévaudra. Des voitures sans conducteur sont déjà sur les routes. Ces voitures sont testées depuis plusieurs années. Nous devons nous préparer à une société du tout machine interconnecté. Bonne chance. Merci.