Quand les journaux et les sites d'info appellent aux dons des lecteurs

05/03/2010 à 9h11

Lu sur Arrêt sur Images :

> *Et pour un quotidien installé depuis des dizaines d'années comme pour une petite publication, les appréciations sur cette initiative sont extrêmement positives. "Nous étions les premiers à nous lancer, dès les mois de mai-juin, et les résultats sont très positifs, indique Daniel Cresson, directeur de la diffusion de l'Humanité. Des milliers de personnes ont envoyé des chèques, de l'ordre de quelques dizaines d'euros le plus souvent, et nous avons réuni plusieurs centaines de milliers d'euros." Une somme pas hors du commun pour un journal "très habitué aux souscriptions publiques et qui entretient un rapport atypique avec ses lecteurs". A l'été 2008, après que la vente de son siège historique avait capoté,* ***l'Huma avait par exemple récolté en quelques mois 1,8 million d'euros.*** *"Mais c'était un cas exceptionnel : nous avions clairement dit qu'il s'agissait d'une question de survie et activé tous nos réseaux, rappelle Cresson. La défiscalisation des dons entraîne clairement un engouement assez fort pour notre campagne actuelle."*
> *Loin de ces sommes, Emanuelle Cosse, rédactrice en chef de* ***Regards****, indique avoir reçu depuis janvier "entre trois et quatre cent dons personnels, d'un montant moyen de 90 euros" . Avec le soutien d'entreprises, le magazine, qui a besoin de 200 000 euros pour échapper au dépôt de bilan, a réuni pour l'instant environ 130 000 euros. "Ce système fonctionne vraiment très bien, la mobilisation est étonnante, d'autant que nos donateurs sont la plupart du temps déjà des abonnés", souligne Cosse.*

***Le Monde diplomatique**, qui ne nous a pas répondu, aurait rassemblé environ 100 000 euros via Presse et pluralisme. En tout pour 2009, l'association a reçu, selon nos informations, un million d'euros, versés par 8 000 personnes différentes, soit une moyenne de 125 euros par don. Un résultat somme toute modeste à l'heure de la crise de la presse. Pourquoi plus de médias ne saisissent-ils pas cet outil ?*
Suite