



Édito

COUPET COÛT DE L'INFO

« Si vous prenez un abonnement, nous vous offrons un nettoyeur haute pression. » « Exceptionnel : un an à prix anniversaire + un bon d'achat de produits abbatiaux. » « L'édition papier, les éditions digitales, plus une Smart Tv (valeur 579€) ou une machine Nespresso. » Les entreprises de presse proposent souvent à leurs lecteurs de s'abonner à un journal ou à un magazine avec, en prime, un cadeau dont le montant fait chuter (voire dépasse) le prix de l'abonnement. De belles occases, mais qui ne peuvent empêcher de s'interroger sur la véritable valeur de l'information. Que vaut encore un média que ses propriétaires bradent ainsi, cherchant à le vendre "en plus" d'un autre bien ? Qu'est-ce qui motive ceux qui n'acquièrent pas ce support de presse pour son contenu, mais parce qu'il leur permet d'abord d'acquérir à faible prix des objets commerciaux, certes utiles, mais sans rapport avec un organe d'information?

Comme si le premier but d'une entreprise de presse n'était pas de nourrir l'être au monde de ses lecteurs, de leur permettre de comprendre ce qui s'y passe, et d'en saisir le pourquoi et le comment. Mais qu'en fin de compte, un "vendeur d'informations" était d'abord un vendeur. Et que, comme il ne pouvait pas, à l'instar des supermarchés, proposer deux produits au prix d'un, il lui fallait bien appâter le lecteur par la possibilité d'acquérir aussi autre chose qu'une source d'informations.

De telles pratiques contribuent-elles à revaloriser les médias dans l'opinion publique, ou ne renforcent-elles pas plutôt l'impression que tout cela n'est que du commerce ? Un média qui se vend comme une lessive a-t-il plus de chance d'être de qualité que l'info

gratuite qui déferle sur les réseaux sociaux ?

Parce que nous sommes convaincus de la valeur de l'information, à *L'Appel*, nous avons toujours été très prudents à l'égard de ces pratiques commerciales. Qui nous connaît de longue date se dira peut-être qu'écrire cela est un peu facile, puisqu'une bonne partie de notre rédaction est composée de journalistes bénévoles. Mais ce serait mettre de côté tous les articles du mensuel qui ne sont pas produits de la sorte, le volontariat ne pouvant être exigé de toute l'équipe. Nous achetons aussi une part de nos illustrations. Et produire un organe de presse comprend de nombreux coûts ne relevant pas de la rédaction.

Certes, pour exister, nous bénéficions du soutien à la presse périodique d'opinion apporté par la Fédération Wallonie-Bruxelles, ainsi que de l'appui de quelques monastères. Mais l'achat du magazine par nos lecteurs à un juste prix constitue aussi une source importante de nos revenus. Toutefois, ces moyens financiers ne nous permettent pas d'envisager l'avenir, qui passe obligatoirement par de nouvelles formules, au moins en partie dématérialisées, tenant compte du fait que les générations passent et que, comme l'a révélé notre enquête (voir L'appel de février), ce n'est plus du côté des paroisses classiques qu'il faut concevoir le futur. Tout cela a un coût. C'est la raison d'être de l'appel de fonds que nous vous lançons dans ce numéro. Via le formulaire encarté en pages centrales, vous trouverez le moyen de nous apporter votre soutien financier, pour que nous continuions notre travail de qualité et, surtout, que nous nous positionnions pour engager prochainement les changements que les temps imposent.

Mille mercis pour votre appui, que nous savons indéfectible.

Rédacteur en chef

Président du Conseil d'administration