



## Festival du journalisme de Pérouse : un guide de bonnes pratiques pour travailler avec les lanceurs d'alerte et des précisions sur l'"Innovation challenge" de Google

Assurer la sécurité des sources, protéger leurs conversations : face au rôle grandissant des lanceurs d'alerte, des journalistes et universitaires ont présenté un guide de bonnes pratiques pour travailler avec eux, lors du Festival du journalisme de Pérouse (Italie).

"Nous nous sommes aperçus que les sources sensibles posaient des problèmes éthiques", a déclaré lors d'une conférence de presse l'ancienne journaliste et chercheuse australienne Suelette DREYFUS, proche du fondateur de Wikileaks Julian ASSANGE.

Les "12 principes de Pérouse" insistent notamment sur la sécurisation des échanges que les journalistes ont avec des sources sensibles, via des messageries et des services d'échange de données sécurisés. Les lanceurs d'alerte doivent aussi être suffisamment informés des risques potentiels de leurs actions.

Pour le journaliste Gerard RYLE, directeur du Consortium international de journalistes d'investigation (ICIJ), "les pires erreurs sont commises avant que les lanceurs d'alerte ne nous parlent. Il est donc essentiel d'éduquer les sources potentielles à approcher les journalistes".

"Nous avons pour responsabilité de conseiller les lanceurs d'alerte sur les questions légales", a appuyé M. Frederik OBERMAIER, un des journalistes allemands à l'origine des "Panama Papers". "Nous devons aussi, parfois, laisser tomber une affaire, quand il devient obligatoire de révéler nos sources", a-t-il souligné.

Ces "12 principes" ont été préparés par l'ONG Blueprint for free speech avec le concours de journalistes d'investigation du monde entier

### Google "optimiste" pour l'avenir des médias par abonnement

Lors du même festival, la responsable du Google News Lab Olivia MA, a fait part de son "optimisme" quand à l'avenir des médias. "Les revenus de la publicité en ligne ne croissent pas assez rapidement pour couvrir la baisse des revenus des publicités papier", a-t-elle reconnu tout en ajoutant "il y a tellement de raisons d'être optimistes à propos du journalisme à l'ère du numérique"

La responsable du géant de l'Internet faisait cette déclaration alors que son groupe a été condamné à de lourdes amendes par l'UE pour abus de position dominante et que les députés européens ont adopté une réforme du droit d'auteur qui prévoit la création d'un "droit voisin" au profit des éditeurs de presse devant leur permettre de se faire mieux rémunérer lors de la réutilisation en ligne de leur production par des plateformes comme Google News ou des réseaux sociaux comme Facebook.

Dans ce contexte, Mme MA a voulu rappeler que Google avait reversé 14 milliards de dollars de revenus publicitaires aux médias en 2018, contre 12,7 milliards en 2017.

Google mène "des expériences pour identifier des modèles économiques durables (pour la presse) qui pourraient être répliqués", a-t-elle dit en indiquant qu'ils voyaient des "signaux prometteurs" dans les nouveaux revenus tirés des abonnements en ligne.

Le système d'identifiant unique lancé l'année dernière en combinaison avec Google Play Kiosque, qui permet de se connecter à tous les médias partenaires de Google avec un seul mot de passe, a permis de recruter 20% d'abonnés en plus, a-t-elle assuré. Cet identifiant est en cours d'adoption par 48 médias dans 19 pays, dont le New York Times ou le journal italien La Repubblica. Le Guardian va bientôt tester de son côté un identifiant permettant de faire des dons occasionnels.

Des groupes de presse indépendants tentent en parallèle de développer leur propre identifiant, pour éviter les 5 à 15% de commission que prélève Google sur l'abonnement. C'est le cas notamment en France où le Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne (Geste) avec son projet SSO même si celui-ci vise avant tout à proposer une alternative aux cookies (et autres traceurs) qui sont notamment menacés par les réglementations (CNIL, RGPD et prochainement ePrivacy) et ne vise pas, à ce stade, à unifier la souscription d'abonnement.

### **Google News Initiative "Innovation challenge" : 30 M€ sur 2 ans**

Par ailleurs, Google distribue des bourses à de nombreux médias européens via le Fonds européen d'aide au journalisme en ligne (DNI), abondé à hauteur de 150 millions d'euros et qui a soutenu 662 projets depuis 2016, issus de 30 pays différents. Ce fonds étant arrivé à son terme, c'est le Google News Initiative "Innovation challenge" qui va prendre le relais dans toutes les régions du monde à commencer par l'Asie et d'ici l'été en Europe. Egalement piloté par M. Ludovic BLECHER, le programme sera doté 30 millions d'euros à distribuer sur deux ans a précisé Mme Olivia MA.

En Europe et en Amérique du Nord, le focus sera mis sur les innovations dans la presse locale.

"C'est notre mission et c'est aussi par intérêt commercial", a déclaré la dirigeante scandant "nous ne nous développons pas si vous ne vous développez pas".