

INNOVATION NUMÉRIQUE: DOUZE NOUVEAUX MÉDIAS PRÊTS AU DÉCOLLAGE

Publié le 17 juin 2019



par Christian Du Brulle

L'innovation numérique, en Fédération Wallonie-Bruxelles, prend des formes aussi inattendues que fascinantes. L'expérience [Pilote.Media](#), qui vient de se clôturer, en atteste. [Ce \(premier\) programme de formation destiné aux entrepreneurs « média » du numérique a permis à une douzaine de professionnels de l'information d'élargir sensiblement leurs horizons.](#)

« Pilote-Media est un programme d'accompagnement de trois mois qui devait permettre aux journalistes-entrepreneurs dans le domaine du numérique de développer leurs projets innovants », rappelle Damien Van Achter, un des initiateurs du projet.

« Le monde des médias est en profonde mutation », rappelaient les fondateurs de ce premier programme d'accompagnement en mode « start-up ». « Les formats explosent, de nouveaux modèles économiques apparaissent timidement et les schémas historiques montrent leurs limites. Parallèlement, de nouveaux talents et de nouvelles pratiques créatives émergent, mais manquent souvent de place et de moyens pour s'exprimer ».

Podcasts, interviews intimistes, journalisme local et participatif

Il ne restait plus qu'à identifier les innovateurs du secteur et à leur donner un (bon) coup de pouce. C'est ce que ce programme vient de réaliser. À l'atterrissage (la communication autour de ce projet emprunte volontiers le vocabulaire aéronautique), douze projets ont été accélérés. Ils sont pour la plupart issus de Bruxelles et de Wallonie. L'un d'eux vient de Suisse et un autre des Caraïbes.

[Que proposent ces pilotes?](#) Des interviews intimistes réalisées sur une cuvette de WC, la réalisation de podcasts natifs, des reportages immersifs à scénarios augmentés, le recours aux assistants connectés pour accéder à une information taillée sur mesures, du journalisme (ultra) local, une application mêlant information et services.

D'autres se proposent aussi de mobiliser leurs talents pour produire des contenus en lien avec des initiatives qui ont un impact sociétal plus global. Ou de mettre sur pied un média « acteur », qui

permet aux citoyens de s'impliquer.

Nouveaux formats, nouvelles approches

Newsletter, capsules sonores, médias innovants dans leurs formes et leurs traitements de l'information et qui impliquent des tiers dans les processus journalistiques... Les pistes sont multiples. Les objectifs également. Avec une double constante, redévelopper la confiance du public envers les médias et diffuser autrement ses informations. Par exemple via la mise sur pied d'un vaste reportage collaboratif.

Voilà qui n'est pas pour déplaire à l'ABiPP asbl, l'[Association des journalistes pure players de Belgique francophone](#). Cette association qui souhaite donner plus de poids et de visibilité au journalisme digital, s'interrogeait, voici quelques semaines à Namur, sur le risque (ou l'opportunité) de voir [les nouveaux médias digitaux enterrer la « presse à papa »](#). Un des orateurs présents à cet événement en était arrivé à la conclusion que c'était la presse à papa elle-même qui creusait son propre trou...

Quant au digital, il est clairement apparu comme porteur de formidables opportunités pour les journalistes et leurs audiences. Pilot.Media en est convaincu. L'expérience connaîtra une seconde édition en 2020.