



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

DANS LE RÉTRO



Hier, c'est loin. Rédigé en septembre 2020, ce rapport d'activité 2019 a comme un air d'avant. Avant les municipales, avant la pandémie mondiale de Covid-19, mais aussi avant notre nouveau site et son identité visuelle qui s'est déjà installée comme une évidence. Cela donne un petit côté vintage aux visuels des campagnes d'abonnement que nous avons sorties des cartons. Côté éditorial, c'est en revanche une satisfaction de voir que certaines enquêtes sont encore pertinentes des mois après, du consortium La grande vacance à nos révélations sur les pressions exercées par McDonald's sur les syndicalistes.

Si le décalage est accentué par la tenue tardive de notre assemblée générale et l'ampleur des événements de 2020, l'intérêt de cet exercice de rétrospective demeure : mesurer à un an de distance le chemin parcouru, les projets en germe qui ont pris de l'ampleur, comme nos podcasts, ceux qui ont moins marqué. C'est aussi l'occasion de remercier ceux qui font Marsactu, toujours plus nombreux (nous en avons recensé une quarantaine en 2019 !), et nos partenaires. Rendez-vous dans quelques mois pour un rapport d'activité explosif. Mais c'est encore loin.

Julien Vinzent
Président de Marsactu

SOMMAIRE

L'équipe.....	4
Les temps forts éditoriaux.....	5
Des partenariats productifs.....	7
Notre situation financière.....	8
Une refonte d'ensemble.....	11
Communiquer et convaincre.....	12



L'ÉQUIPE



Violette Artaud

journaliste,
actionnaire



Mathieu Basili

directeur technique,
actionnaire



Lisa Castelly

journaliste,
actionnaire



Nicolas Georges

ch. de développement,
actionnaire



Benoît Gilles

rédacteur en chef,
actionnaire



**Jean-Marie
Leforestier**

journaliste,
actionnaire



Julien Vincent

président,
journaliste,
actionnaire

En 2019, l'équipe permanente n'a pas évolué. Autour de nos cinq journalistes en CDI, nous avons fait appel à Clara Martot et Rémi Baldy en CDD de soutien ainsi qu'à 16 pigistes pour renforcer occasionnellement notre offre éditoriale.

Nous avons aussi démarré une collaboration régulière avec le photographe Emilio Gùzman afin de renforcer l'iconographie du journal.

Ils ont aussi fait Marsactu en 2019

Pour accompagner la rédaction, Marsactu a travaillé en 2019 avec de nombreux journalistes pigistes, stagiaires, photographes, chroniqueurs qui enrichissent le journal de leurs regards. Que soient ici remerciés Feriel Alouti, Rabha Attaf, Rémi Baldy, Eric Besatti, Julia Beaufls, Nahomy Beuchet Carrera, Coralie Bonnefoy, Anna Borrel, Pierre Coronas, Maud de Carpentier, Marie Dédéban, Raphaëlle Denis, Emilio Gùzman, Nina Hubinet, Pierre Isnard-Dupuys, Michea Jacobi, Axel Lambert, Sandrine Lana, Julie Le Mest, Myriam Léon, Paul Maréchal, Pascal Messaoudi, Clara Martot, Dominique Milherou, Malika Moine, Jean-Baptiste Mouttet, Margaïd Quioc, Valentin Pacaud, Michel Péraldi, Marius Rivière, Julia Rostagni, Ana Rougier, Michel Samson et tous les autres.

LES TEMPS FORTS EDITORIAUX

L'éditorial, c'est bien évidemment le cœur de métier de Marsactu. Analyse, reportage, enquête, tous les styles de journalisme se mélangent avec une volonté : préférer le travail de fond au buzz. Petite sélection.

La grande vacance

L'opération est sans doute inédite à Marseille. Quatre journaux, *Marsactu*, *la Marseillaise*, *Mediapart* et *le Ravi* ont joint leurs forces pour disséquer la gestion par la Ville de Marseille de son patrimoine dégradé du centre-ville.

#la grande
vacance

Ce «consortium» a récupéré l'intégralité des 5424 transactions immobilières effectuées depuis 2003 par la Ville et ses satellites (Marseille aménagement, Marseille habitat, Soleam...) dans le centre et le nord de Marseille. Il s'agit de données publiques enregistrées et récupérées auprès du service de publicité foncière, qui représentent des milliers de pages.

De Castellane à la Madrague, un bus spécial gardé secret

C'est la bonne histoire de l'été, celle du bus fantôme. Au détour d'un coup de fil, nous découvrons l'existence d'une ligne dont nous ne connaissions pas l'existence. Dix ans que le spécial MDM, nous dit-on, parcourt dans la plus grande discrétion le littoral sud marseillais. Recherches faites, quasiment personne ne connaît ce bus. Nos révélations sur cette ligne cachée pour tenter de la réserver aux riverains font



rapidement le tour de Marseille et, à notre plus grand étonnement, s'invitent sur les plateaux télé nationaux. Plutôt que de normaliser la situation, la RTM choisira finalement de supprimer ce bus

À Marseille, McDo achète un faux témoignage 25 000 euros pour écarter un syndicaliste

Le plus gros franchisé McDo de la région marseillaise a versé 25 000 euros en échange d'un faux témoignage pour nourrir le dossier de licenciement d'un syndicaliste devenu gênant. Marsactu a écouté les enregistrements des dessous

des négociations : Mohamed Abbassi espérait dans un premier temps acheter directement un mandat syndical.



Les négociations entre ces deux hommes, dont Marsactu s'est procuré des enregistrements, auront duré six mois avant d'aboutir au marché suivant, en juin 2019 : un chèque de 25 000 euros contre un faux témoignage

visant un salarié gênant. Le tout, déguisé en indemnités dans le cadre d'une procédure de rupture conventionnelle.



Un nouveau podcast

En fin d'année, nous avons lancé une émission bimensuelle puis hebdomadaire consacré à la campagne des municipales.

Accompagnés par la Podcast Factory (devenue Popkast par la suite), nous avons investi ce nouveau format où la rédaction développe les articles publiés dans le journal.

Entre 2019 et 2020, nous avons publiés 24 épisodes pour une audience d'un peu plus de 1000 auditeurs en moyenne.

DES PARTENARIATS PRODUCTIFS

Le théâtre de l'Œuvre



En 2019, nous avons renforcé notre territoire avec ce théâtre de 200 places situé au coeur du quartier de Belsunce.

Au programme, sept débats organisés tout le long de l'année donc quatre consacrés aux sujets majeurs de la campagne municipale en présence de représentants des candidat-e-s.

Tous ces débats se sont tenus à guichets fermés. Ils ont été captés en vidéo et sont disponibles en accès libre sur Youtube.

21 novembre 2019, notre débat consacré à la lutte contre l'habitat indigne se tient dans une salle comble. Nous y recevons notamment la députée Alexandra Louis et l'adjoint au maire de Marseille Xavier Méry.



PopKast



Le label PopKast est la nouvelle identité de ce qui était auparavant la Podcast Factory. C'est avec le concours de ce jeune label que nous avons démarré notre premier podcast original consacré au municipales, Debrief de campagne.

PopKast nous prête le matériel, effectue la captation, se charge du montage et de la mise en ligne.

Ce partenariat poursuit la dynamique enclenchée en 2018 où nous avons publié nos débats ainsi que les chroniques *D'où tu parles ?* sur ce même format.

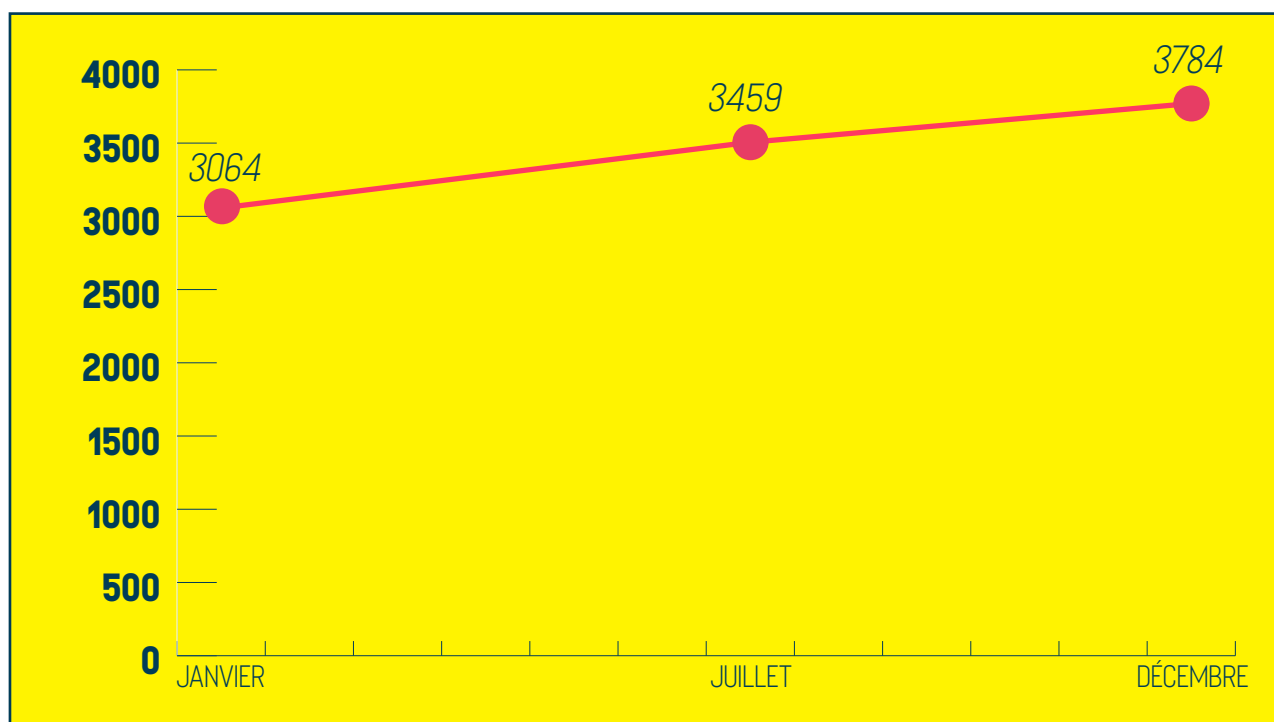
Et toujours à nos cotés...

Mediapart, le Ravi, Ventilo, Radio Grenouille, 15-38 Méditerranée, Evolix, Sociallymap, Marseille autrement.

NOTRE SITUATION FINANCIÈRE

Ces lignes sont plus faciles à écrire en septembre 2020, lorsque l'on connaît déjà la suite, mais le constat était déjà là fin 2019 : celui d'un redressement notable de notre situation financière avec un déficit réduit à 33 800 euros, contre près de 85 000 l'exercice précédent. Nous avons continué à investir, notamment dans une refonte du site, pour un total de dépenses en hausse de 15 %, largement compensées par une augmentation de nos recettes 53 %.

Cette inversion de tendance est un premier jalon important dans notre logique : nous avons fait le pari de l'avenir en salariant une équipe de six personnes dès 2017, sept depuis 2018, complétée par des pigistes, chroniqueurs et prestataires indépendants, persuadés que cette offre éditoriale saurait convaincre un nombre croissant d'abonnés. Avec 5000 abonnés en septembre 2020, contre 3800 fin 2019, la suite nous donne encore raison.



Sur les réseaux sociaux, croissance et visibilité



18 272 «j'aime»
(au 31/12)
+ 26% en un an

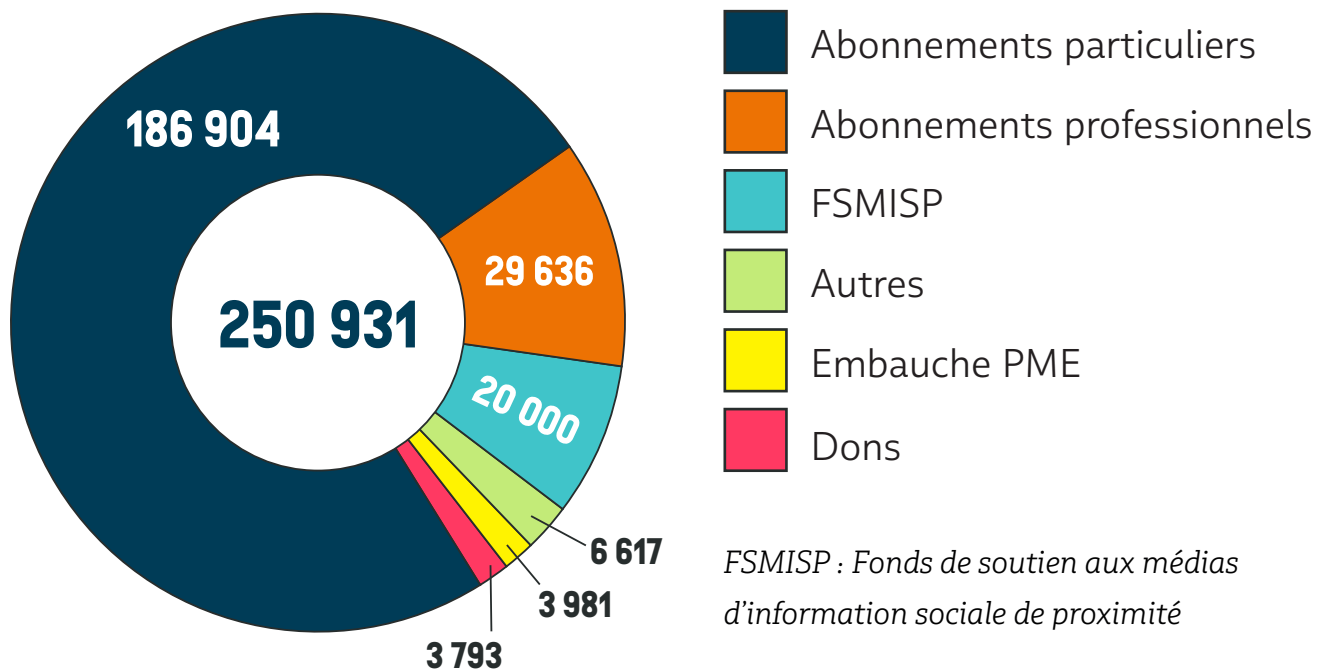


38 098 abonnés
(au 31/12)
+ 9% en un an



Environ 2500 abonnés
(au 31/12)
+ 125% en un an

Nos recettes



Dons

Pour nous soutenir de loin ou donner plus de poids à son abonnement, Marsactu propose de faire un don (en une fois ou tous les mois). Cette possibilité est offerte par le biais de l'association J'aime l'info, qui a pour objet le soutien au pluralisme de l'information et la défense d'une presse numérique indépendante et de qualité. Ce soutien ouvre droit à une réduction d'impôt de 66 % du montant des dons, dans la limite de 20 % du revenu imposable. En 2019, le montant récolté se rapproche des 4000 € !

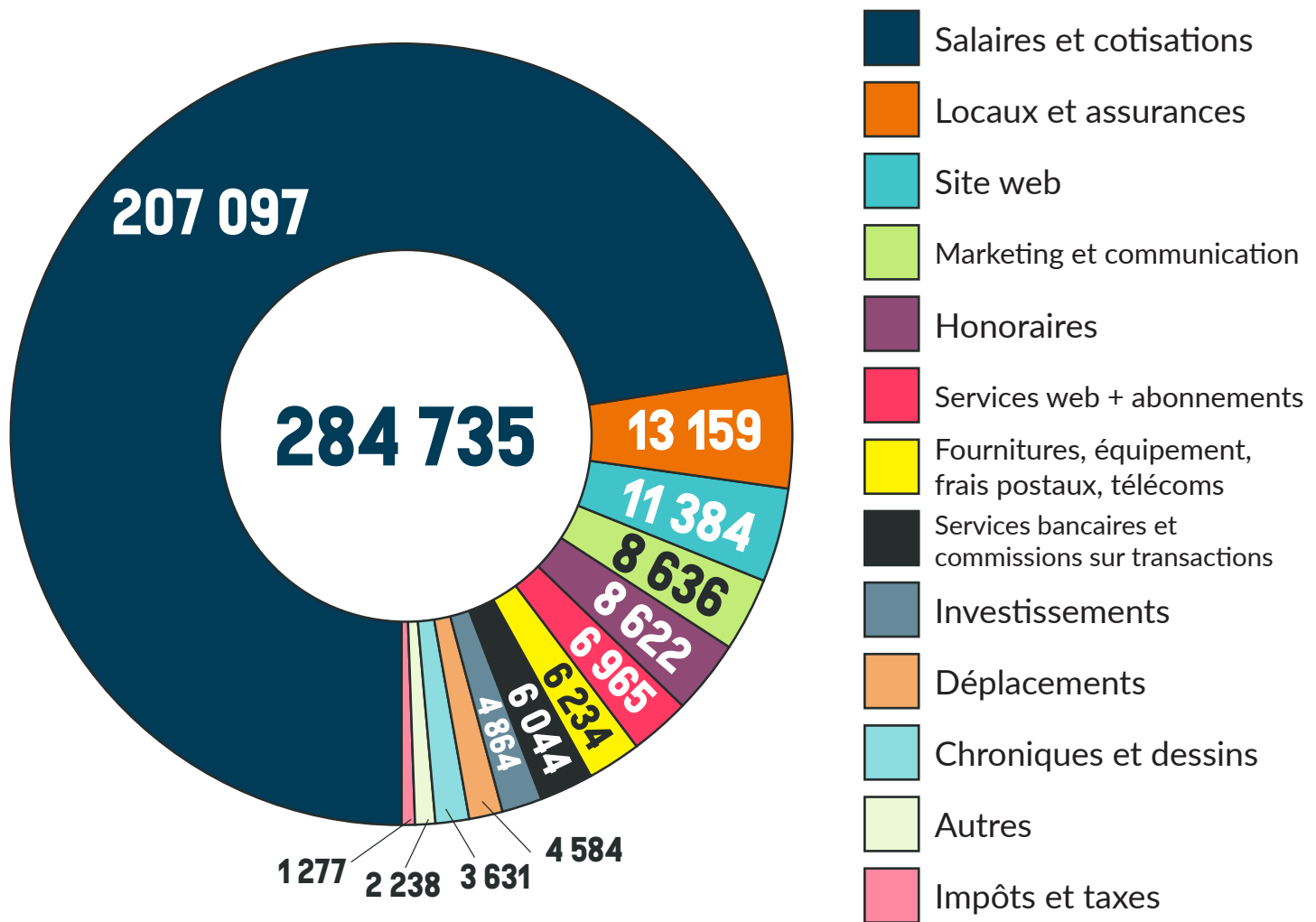
Subvention

Marsactu a bénéficié du fonds de soutien aux médias d'information sociale et de proximité à hauteur de 20 000 euros. Cette subvention du ministère de la culture et de la communication vise les médias qui sont présents dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville et proposent des dispositifs de participation, d'éducation aux médias et montent des partenariats avec d'autres médias.

Après avoir obtenu cette subvention en 2017 et 2018*, il s'agit de la reconduction d'un fonds qui a vocation à s'inscrire dans la durée. Marsactu s'est fixé pour doctrine de refuser les financements des collectivités locales mais ne s'interdit pas les aides spécifique à la presse du ministère de la Culture.

* Pour rappel, nous avons alors reçu alors les sommes respectivement de 18 700 et 18 440 euros.

Nos dépenses



Salaires

Le fait marquant de 2019 pour cette ligne est l'augmentation du budget alloué aux piges (de 5200 à 18500 euros) qui marque notre volonté d'enrichir l'offre éditoriale, par des compétences thématiques (économie, justice...) ou géographiques (Aix-en-Provence). Des CDD de renfort plus fréquents et une revalorisation salariale en début d'année complètent l'évolution de ce poste.

Site web et investissements

La ligne "Site web" comprend la maintenance, l'hébergement et les améliorations mineures. Les évolutions plus importantes sont comptabilisées sur plusieurs années, de même que les autres investissements. Comme depuis le redémarrage de Marsactu, nous travaillons avec Mathieu Basili, associé et dirigeant de la société Kanvas.

UNE REFONTE D'ENSEMBLE

Avec l'amélioration du tunnel de paiement et après avoir commandé un audit général, la feuille de route de 2018 était bien remplie. Celle de 2019 a été consacrée à de nouveaux chantiers structurants destinés à nous préparer au cap décisif de 2020.

Rénovation du site

Depuis le redémarrage du journal en 2015, notre site avait évolué par petites touches. En 2019, nous avons lancé un vaste chantier de plusieurs mois avec notre directeur technique Mathieu Basili afin de rendre le chargement des pages plus rapides, la une totalement adaptable à nos contenus et d'ajouter une ribambelle de nouveaux outils rendant la lecture plus agréable.

Nouvelle identité visuelle

Nous avons coordonné le chantier du nouveau site avec l'évolution de notre charte graphique. Pour la rendre plus diverse, plus colorée, plus riche et mieux adaptée à nos besoins, nous avons fait appel au graphiste Nicolas Aune, déjà responsable de notre charte précédente. Le gabian reste mais nos polices évoluent, les couleurs deviennent plus percutantes et contrastées et tous nos éléments de communication sont enrichis d'éléments visuels modernes et impactants.

- **Des incitations à l'abonnement (call-to-action)**

Une série d'espaces d'auto-promotion a été ajoutée au site. Les supports varient entre photographies et travail graphique. Les messages incitatifs ont été retravaillés pour plus d'efficacité.

Audit publicités Facebook

Afin de donner toutes les chances de réussite à notre offre estivale à court terme et dans le but de renforcer nos résultats à moyen terme, nous avons commandé un audit complet de nos publicités Facebook à un prestataire extérieur.

L'intervention de Tristan Seulliet nous a permis de comprendre les outils Facebook et de mieux structurer nos actions sur ce qui reste le réseau social le plus utilisé. Nous constatons depuis un progrès sensible dans nos acquisitions de nouveaux abonnés et dans la promotion de nos articles auprès d'un public plus nombreux. Chaque mois, nous investissons environ 5 % des recettes du mois précédent dans

nos publicités Facebook. C'est aujourd'hui notre plus grand poste de dépense en communication et toutes nos productions visuelles sont pensées pour correspondre à ce medium.

COMMUNIQUER ET CONVAINCRE

Avec les retours d'expérience emmagasinés, nous avons pu lancer des campagnes de communication plus maîtrisées et aux résultats toujours plus significatif.

Offres «flash»

Régulièrement, nous proposons des campagnes à prix attractif sur l'abonnement annuel pour une durée très limitée afin de jouer sur le sentiment d'urgence.

En 2019, trois campagnes de cet ordre ont été lancées dont une en «souterrain» (réservée à nos anciens abonnés). Toutes trois ont dépassé les 120 ventes et les 6000 euros de chiffre d'affaire à partir d'un investissement quasiment nul.

Nous reproduisons ces opérations une à deux fois par an selon la tenue de notre courbe d'abonnements.



Derniers jours

L'investigation locale a un prix
13 centimes par jour

Marsactu Abonnement annuel à 50€



OFFRE RÉSERVÉE

OFFRE FLASH
49€ POUR UN AN
J'EN PROFITE



Dernières heures pour en profiter !

49€
POUR UN AN

Des rendez-vous annuels (anniversaire, été, Noël)

Cela devient habituel. Chaque année, nous célébrons des temps forts du calendrier qui sont autant d'occasions de parler, de faire parler et de proposer des promotions à même de convaincre de nouveaux lecteurs ou d'en retrouver des anciens

L'anniversaire Marsactu

Plutôt que de souffler une bougie de plus, nous avons saisi l'occasion de notre anniversaire pour lancer une vaste opération de communication et de promotion.

En plus d'un prix réduit sur notre offre trimestrielle, nous avons produit une série de visuels autour de la thématique «Qui vous dit ?», réponse symbolique au «Qui vous dira ?» posé lors du financement participatif consacré à la relance du journal.



L'offre été



Chaque été, la période creuse nous permet de produire nous apprécions consentir.

Cette fois-ci, nous avons investi la ville pour proposer une campagne originale. Avec le concours du photographe Emilio Guzman et celui du pigiste/nageur Rémi Baldy, nous avons posé et brandi nos serviettes dans des lieux particuliers de Marseille afin de défendre notre promotion sur l'abonnement mensue (2€ pour 2 mois).

L'offre Noël

Cette année, Noël a été la première opportunité pour étrenner notre nouvelle identité visuelle. En 2019, le sapin et les guirlandes se sont parés de couleurs flashy et de polices de caractère percutantes.

Sur le plan technique, notre système de cartes cadeaux a été modernisé et s'intègre mieux à notre tunnel de paiement.



NOTES

[illegible]

NOTES

[illegible]



MARSACTU

journal local d'investigation



SEPTEMBRE 2020

CONTACT : JULIEN VINZENT
PRÉSIDENT, JOURNALISTE, ASSOCIÉ
JULIEN.VINZENT@MARSACTU.FR