



CERCLE CONDORCET

D'AIX-EN-PROVENCE

<http://cerclecondorcetaix.over-blog.com>

La presse, l'argent, le citoyen

par Daniel Junqua

(Le 25 février 2010)

La conférence de ce soir a pour objet la question des liens entre la presse, le citoyen et l'argent. C'est un intitulé très large, ambitieux, le sujet est vaste.

J'ai commis un livre à ce propos, écrit depuis plus de 5 ans mais les choses ont tellement changées qu'il n'est plus d'actualité. Dans la littérature actuellement on trouve mieux.

Un point me semble essentiel c'est de bien savoir d'où l'on parle, d'où l'on part car on est de plus en plus dans le rapide, on ne peut plus mettre les choses en perspective par faute de temps. Il n'y a que des faits bruts, trop éphémères pour avoir le temps de les assimiler.

La presse et sa liberté ! C'est une condition de base pour le fonctionnement d'une société démocratique, principe à défendre absolument. Je vous renvoie aux principes défendus par Condorcet et à la Déclaration des Droits de l'Homme : pas de démocratie sans la liberté de la presse, sans la liberté d'expression. Ce fait est établi par la Révolution de 1789. Dès lors on assiste à une véritable explosion de la presse.

N'oublions pas l'ancêtre des journaux : La Gazette de Théophraste Renaudot sous Richelieu qui gardait déjà la haute main sur ce qui était publié.

La presse est très chère dès ses débuts. Il y a donc des cabinets de lecture ce qui permet au journal de tourner de main en main, plusieurs personnes peuvent ainsi le lire. Mais cela n'atteint pas le plus grand nombre. Le problème est : comment accéder à ce plus grand nombre ?

Girardin introduit la publicité dans le journal, ce qui fait tomber le prix de la presse d'environ de moitié. Ceci ajouté aux progrès techniques de production le prix du journal devient de plus en plus accessible bien que restant encore cher.

Moïse Polydore Millaud crée « Le Petit Journal » en 1863, journal à un sous qui connaît rapidement une très large diffusion.

C'est là qu'apparaît toute l'ambiguïté de l'affaire. Girardin était un parfait honnête homme, la publicité était transparente et évidente, la morale y trouvait son compte. Mais avec le succès de la grande distribution, les enjeux financiers et de pouvoir qui l'accompagnent corrompent les principes fondamentaux. L'argent tend de plus en plus à prendre le pouvoir. Moïse veut faire de l'argent avant toute chose. Il avait déjà créé un journal à Nantes qui publiait les noms des décédés avec le nom du médecin soignant. Les médecins rachetaient

toute la publication.... Moïse ne respectait aucune déontologie, l'information n'était pas le problème essentiel. Le Petit Journal était racoleur.

Donc tous les problèmes dont a pu souffrir la presse par la suite sont déjà présents dès sa montée en puissance.

L'âge d'or de la presse se situe à la bascule entre le 19^e siècle et le 20^e, du dernier quart du 19^e jusqu'à la Grande Guerre. La presse française était la première, actuellement elle est à la 31^e place.

Il y a des journaux d'opinion, des journaux de partis, des journaux qui s'engagent, qui font preuve d'une grande honnêteté ex l'affaire Dreyfus. Mais il y a aussi des titres qui corrompent, qui influencent, voire qui trompent. C'est aussi l'âge d'or de la corruption. Les financiers ont vite compris l'importance de l'influence de la presse sur les lecteurs. Ils achètent les directeurs de journaux, la corruption s'établit, la publicité est détournée, on assiste à des abus de confiance sur les lecteurs : l'affaire de Panama, les emprunts russes. Ce sont de véritables escroqueries. On vend aussi son silence, par ex sur les suicides des joueurs au casino de Monaco ou sur les accidents des chemins de fer.

Les mêmes « dysfonctionnements » se poursuivent après la première guerre mais sous d'autres formes. Certains financiers pensent qu'il est préférable d'acheter directement les journaux plutôt que de payer les directeurs. Ainsi de grosses fortunes entrent dans la presse, par ex les sucreries Beghin. Les lobbies apparaissent. Le comité des forges rachète le « Temps » qui est l'équivalent du « Monde » actuel. C'est un journal sérieux, qui fait autorité, lu de partout. Les forges s'en emparent mais sans que les rédacteurs en sachent quoi que ce soit. Cela se fait dans l'opacité la plus totale.

La défaite de 40 étant survenue on admet que cette presse en porte une grande part de responsabilité. Elle a joué un rôle désastreux de part sa présentation de Hitler, de son rôle et de ses méthodes dans le renouveau de la puissance de l'Allemagne. Elle a misé sur la boue et a permis les accords de Munich.

A coté de cette presse « officielle » on a vu naître une autre presse. Une presse qui s'élève contre celle qui s'est discrédité en collaborant ou en laissant faire, contre celle qui n'a pas voulu la lutte contre l'occupant. Devant cette démission on assiste donc à une réaction citoyenne : on a vu ce qui arrive quand l'argent seul commande. Dès lors des gens de tous milieux ne baissent les bras, s'insurgent contre ces journalistes que l'on accepte plus. Ainsi va naître la presse de la Résistance avec très peu de moyens, avec un immense courage, parfois au prix de la vie de ceux qui y participent. Un journal comme *Défense de la France* en 1944 diffuse à 400 000 exemplaires dans toute la France grâce à un système de réseaux qui démultiplie les lieux de production et de diffusion. Les citoyens ont donc pris la relève des élites et des éditeurs qui se sont montrés bien défaillants, voire qui ont trahi les idéaux.

Les autorités de la Résistance, le Conseil de la Résistance, ont tiré les leçons de tout cela. Plus jamais une telle situation pour la presse, plus d'inféodation aux puissances d'argent et au pouvoir. Les Ordonnances du 26 Août 44 établissent le cadre de la presse d'après guerre. Tous les journaux ayant eu une attitude de collaborateur ou de laisser faire bienveillant devez disparaître. Les biens et les équipements sont nationalisés, confiés aux équipes issues de la guerre. Les installations du « Temps », au Bd des Italiens, sont confiés à l'équipe qui s'est constituée autour de Hubert Beuve Mery.

Des dispositions sont prises pour identifier clairement les propriétaires des journaux parce qu'il faut rompre avec l'opacité qui régnait avant : plus d'homme de paille ou de prête-nom. Le lecteur ne savait pas qui était derrière le titre du journal. Tout ceci est maintenant interdit : tout doit être connu et annoncé. Le cumul des titres et des journaux est interdit, cela participe de la lutte contre la concentration de l'information entre les mains d'un seul personnage ou d'un seul groupe.

Une disposition de séparation de la presse et de la distribution de la publicité est prise. Avant la guerre Havas contrôlait la presse et maîtrisait la distribution de la publicité sur tous les journaux. Cela ouvrait sur des pressions possibles et sur des « montages » douteux. L'agence Havas ne peut plus contrôler les deux domaines : la branche information/presse devient l'Agence France Presse sous le contrôle de l'Etat, et le secteur publicité est nationalisé. Par ailleurs la diffusion était contrôlée par Hachette. On a créé les Nouvelles Messageries de la presse parisienne (NMPP), une coopérative de journaux pour assurer à tous les journaux les mêmes conditions de diffusion sur tout le territoire. Ceci existe toujours mais est fortement attaqué sous le prétexte que les grosses entreprises ne veulent plus payer pour les autres, les affaires sont les affaires, chacun n'a qu'à se débrouiller.

Pour le moment ces deux dispositions existent et fonctionnent encore.

Donc à la Libération le grand objectif c'est une presse vertueuse, libre par rapport à l'Etat et par rapport aux puissances d'argent : « La presse est libre quand elle ne dépend pas de l'Etat ni des puissances d'argent mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs. » cet idéal devient un credo.

Pour le réaliser il fallait préciser ce qu'on voulait que soient les entreprises de presse. A la Libération on avait confié la presse aux équipes issues de la résistance. Mais il fallait un statut de l'entreprise « presse » digne de ce nom dans le respect de la liberté des journalistes et le souci d'informer le lecteur, qu'ils soient représentés dans l'entreprise pour être les garants de la ligne éditoriale du journal.

Il fallait donc créer un statut qui garantisse cela.

Plusieurs projets sont proposés mais sans aboutir. En 1953 le gouvernement remet par la voie législative la propriété des entreprises presse aux nouvelles équipes mises en place après la guerre. Ce faisant on re-patrimonialise ces entreprises sans accompagner cette opération d'aucune condition. On « loupe » ainsi la possibilité historique de différencier les entreprises de presse des autres entreprises alors qu'elles ne sont pas des entreprises comme les autres.

L'indignation fut grande à l'instar de George Schwoebel, le journaliste qui a fondé la société des rédacteurs du *Monde*. Il avait écrit un livre sur les conditions de la presse : *La Presse, l'Etat et le Citoyen*. Il s'indigne contre l'occasion manquée de faire des entreprises de presse des entreprises au service du public. L'Etat s'étant mis hors jeu le lecteur-citoyen reste seul face à la puissance de l'argent.

La presse est donc abandonnée aux lois du marché dans un capitalisme pur et dur. Contre cela il y aura un dernier sursaut en 1984-86 avec la gauche quand on assiste à la montée en puissance des concentrations basées sur l'argent. D'énormes groupes voient le jour, tel celui de Robert Hersant qui contrôle le tiers des publications. Pour contrer cela la loi de 1986 limite

la concentration à 30%. On peut dépasser cette limite par la création de nouveaux titres mais pas par acquisition. De fait une situation est ainsi entérinée mais sans que cela gêne les groupes existants. Le fait est acquis, l'Etat ne veut plus légiférer pour différencier l'entreprise presse des autres entreprises. Mais cependant il la distingue en l'aidant et en la subventionnant. Cela remonte à la Révolution qui accordait une aide postale pour la diffusion en province à des prix acceptables. Ces aides sont toujours en place : tarif postal, transport SNCF, fiscalité, etc. Mais au vu des conditions qui se dégradent l'Etat devra bientôt aider toute la presse française.

Dans cette situation plutôt sombre le Monde a partiellement réalisé l'utopie d'une presse indépendante des différents pouvoirs. En 1951 Hubert Beuve-Méry est très fortement remis en cause. On assiste à cette occasion à une forte mobilisation des rédacteurs et des lecteurs dont de nombreux universitaires. La bataille est gagnée mais pour se mettre à l'abri de telles attaques on crée la société des rédacteurs qui dispose de 41% du capital. On ne pouvait plus toucher à la ligne éditoriale et à la gestion de l'entreprise sans l'accord de cette société. Certains auraient voulu que les lecteurs entrent dans le capital mais Hubert Beuve-Méry, pour des raisons diverses, s'y est opposé. Les lecteurs n'entrent pas au capital du *Monde* : « pas de soviets de lecteurs ». Ils n'y rentreront qu'en 1985 lors d'une recapitalisation du journal avec l'arrivée de capitaux extérieurs. Une société des lecteurs se constitue alors avec 10% du capital, Alain Minc en prend la direction.

Où en est on aujourd'hui ? Que sont devenus les idéaux de 1945 ?

La transparence.

La situation n'est pas celle d'avant la guerre. Il n'y a plus de prête-nom, ni la même opacité. Mais la transparence est de plus en plus malmenée parce que les journaux sont aussi des marchandises qui se vendent et s'achètent. Les transactions sont peu claires, souvent opaques. Ex les conditions d'attribution de la Régie Publicitaire de France Télévision. Ces conditions posent beaucoup de problèmes : conflits d'intérêts et influences politiques. L'acheteur présumé est un ami de Sarkozy, conseillé par un ami de Sarkozy. Alain Minc va recevoir une partie des actions de cette régie. Etc, etc...La transparence n'y trouve pas son compte, il s'en faut de beaucoup.

Les journaux sont de plus en plus noyés dans de grands groupes perdus au milieu d'une multitude d'autres activités du groupe. Ceci permet un grand flou entre les activités, les comptes bancaires sont donnés par branches et non par titre. Ainsi on dira que la branche presse de Lagardère a dégagé tel résultat mais on ne sait rien quant aux détails.

Le pluralisme.

Un des objectifs majeurs des équipes issues de la résistance était la sauvegarde du pluralisme : pas de liberté de la presse sans la capacité de choix entre des produits divers.

En 1945 il y avait 31 titres nationaux, aujourd'hui une dizaine subsistent et presque tous sont en déficit. Dans la presse régionale il y avait 175 titres, aujourd'hui environ 60. Dans les 2/3 des départements le journal existant est en situation de monopole. Quand la concurrence existe elle se fait entre des titres appartenant à un même groupe.

Le pluralisme, c'est plutôt la catastrophe.

Les concentrations.

5 ou 6 groupes se partagent la presse en France, les 4 plus gros possèdent les 2/3 de la diffusion totale.

La main mise des puissances financières.

La presse en général est une activité importante dans le groupe Lagardère, environ 60 titres. C'est le n° 1 mondial pour les magazines, c'est aussi Europe n° 1, de l'édition, etc...

Dassault c'est le Figaro, Bernard Arnaud possède le principal quotidien économique. Tous sont présents dans d'autres groupes que le leur en tant qu'administrateurs. Ensemble ils constituent un puissant réseau.... Tous amis de Sarkozy !

La quasi-totalité de la presse économique et financière est entre les mains d'industriels et de financiers, cela en dit long sur le degré de liberté généré par cette situation.

Edouard de Rothschild,(Libération) est un cas. Il n'est pas l'ami de Sarkozy, il laisse à ce journal la liberté de sa ligne éditoriale et de sa position sur l'échiquier politique. Ce qui démontre que tous les grands capitalistes ne sont pas liberticides, certains peuvent agir par pure conviction.

Bolloré et les gratuits, la télévision, etc.

C'est le retour des puissances de l'argent en lien avec le pouvoir politique.

On voulait que la presse appartienne aux journalistes et aux lecteurs. Nous en sommes loin. Pour les journalistes la situation ne s'est pas améliorée, c'est celle d'un employé lambda dans une entreprise classique, ils sont taylorisés, ils sont dans un système contraignant. Ils ne sont pas maîtres de leurs produits ni des choix éditoriaux. Ce sont les gens du marketing qui gouvernent réellement. Le problème n'est plus de savoir qu'est ce qui est important dans l'actualité et qu'il convient de faire savoir au lecteur pour qu'il se fasse une opinion, le problème est de savoir ce que préfère le lecteur, ce qu'il aime, ce qui l'invitera à acheter le journal. Ainsi les « première page » des news : le mal au dos, les classements divers, l'immobilier, etc... C'est le marketing qui décide de cela : on recherche la recette publicitaire. C'est un retournement de la pensée de Girardin : il avait introduit la publicité pour faire baisser les prix et avoir ainsi un maximum de lecteurs, maintenant il s'agit de racoler un maximum de lecteurs au profit d'un maximum de publicité. On se fiche de l'actualité et de l'information fournie. Le vrai but n'est pas d'avoir des lecteurs mais des abonnés : on vend un « portefeuille » d'abonnés à des annonceurs.

Les numéros de fin de semaine ne marchent pas bien en général. Pour apporter une solution on choisit celle du marketing à savoir : qu'est ce qu'il faut vendre le vendredi pour inciter le client à acheter le journal. On agit avec le lecteur comme avec le client de la Redoute.

Les lecteurs. Quelle place ?

C'est celle du consommateur. Pas question de les écouter, de tenir compte de leurs opinions. Les lecteurs du Monde Diplomatique dérogent à cela : ils peuvent participer à la vie du journal dans l'association les amis du *Monde Diplomatique* qui possède 24% du capital, journalistes et lecteurs possèdent ensemble 49%.