

---

NICOLAS BRIMO

## UN QUATRIÈME POUVOIR EN LOQUES

**E**T SI LE DERNIER TABOU DE LA PRESSE FRANÇAISE n'était pas la presse française elle-même ? Une presse de plus en plus incapable d'exercer son pouvoir de contrôle de la vie démocratique. 71

L'un après l'autre, les autres tabous ont fini par tomber. La vie privée des hommes politiques ? La question « Mazarine » et la « peopolisation » aidant, les journaux n'hésitent plus à consacrer leurs couvertures aux problèmes conjugaux – de Cécilia et Nicolas Sarkozy par exemple. L'argent dans la politique ? La « judiciarisation » de la société française aidant, les journaux n'hésitent plus à enquêter sur les commissions ou rétro-commissions encaissées à l'occasion de la signature de tel ou tel marché. Les revenus des dirigeants ? La loi « Nouvelle régulation économique » (NRE) aidant, les journaux n'hésitent plus à détailler la goinfrie de tel ou tel PDG ou les plus-values réalisées par tel ou tel dirigeant à l'occasion de levées de stock-options. Hier, *L'Express* réalisait, chaque année, sa « une » la plus « vendeuse » sur les salaires des cadres, aujourd'hui, le mensuel *Capital* atteint ses records de diffusion avec son hit-parade des stock-options des grands patrons.

Adeptes de la transparence pour les autres pouvoirs, la presse française prend soin, en revanche, de ne pas s'appliquer à elle-même cette exigence<sup>1</sup>. Les ordonnances de 1944 puis la loi sur la presse votée en 1984 par l'Assemblée à majorité socialiste, dite à tort « loi anti-Hersant » vu

---

1. Cette étude se limite aux quotidiens et hebdomadaires dits « d'information politique et générale » dans la nomenclature de la Direction des médias qui dépend des services du Premier ministre. D'autres secteurs de la presse française, tels ceux des magazines féminins, de télévision ou économiques, se révèlent parfaitement rentables et ne cessent de voir leur lectorat progresser.

ses résultats, n'y ont rien changé: les éditeurs français continuent de refuser à leurs lecteurs les informations les plus élémentaires sur la réalité de leurs situations économiques et financières. Comme si une presse qui s'affirme libre et indépendante ne se devait pas d'avoir pour première obligation d'en faire la démonstration à ses lecteurs.

#### UNE CATASTROPHE BIEN FRANÇAISE

La France compte aujourd'hui 1,8 titre de quotidien par million d'adultes. Elle se classe très loin derrière les USA (7,2), l'Allemagne (5,9), l'Espagne (3,8) ou la Grande-Bretagne (2,3). Le tirage moyen journalier de la presse quotidienne nationale se situe à 2 millions d'exemplaires. La moyenne d'âge d'un lecteur de quotidien atteint 57 ans<sup>2</sup>.  
72 Le quotidien national le plus diffusé en France est un journal sportif: *L'Équipe* avec 341 205 exemplaires par jour, en 2005.

Le constat, pour s'en tenir aux principaux indicateurs, est d'autant plus surprenant qu'à la veille de la Seconde Guerre mondiale, la France figurait en tête des pays développés pour la diffusion de la presse. *Le Petit Parisien* vendait 1 142 000 exemplaires et était même battu par *Paris Soir* avec 1 715 000 exemplaires. Entre 1946 et 2004, le tirage moyen de la presse quotidienne a été divisé par trois.

Loin de freiner ce déclin, la concentration paraît l'avoir accéléré. L'Hexagone comptait 179 quotidiens en 1945, il en compte aujourd'hui 66. Le bilan est dramatique pour la presse quotidienne nationale qui, en vingt ans, a perdu la moitié de ses acheteurs. Entre 1988 et 2004, *Le Figaro* a vu sa diffusion baisser de 17,7 %, *Libération* de 19,9 %, *L'Humanité* de 77 %, *France-Soir* de 79 %. Pour les régionaux, les chiffres, en apparence moins cruels, sont aussi sans appel: entre 1988 et 2003, par exemple moins 18 % pour *Le Progrès*, moins 34 % pour *La Provence*, moins 14 % pour *La Dépêche*, moins 15 % pour *Le Dauphiné*. Seuls les quotidiens bretons, tel *Le Télégramme* ou *Ouest-France* sont parvenus à améliorer leur diffusion.

Cette descente aux enfers est une spécificité française<sup>3</sup>. En 2005, la presse nationale britannique a vendu chaque jour 11,5 millions

---

2. Les données chiffrées proviennent pour l'essentiel du rapport présenté par Michel Muller au nom du Conseil économique et social (JO, 13 juillet 2005) et de la consultation de *La Correspondance de la presse*.

3. La dernière analyse comparative sur la presse française et sur ses homologues étrangères a été publiée dans le livre de Roger-Gérard Schwartzberg, *1788, essai sur la maldémocratie*, Fayard, 2006.

d'exemplaires et a vu les tirages, notamment de sa presse de qualité (*The Times*, *The Guardian*, *Mail on Sunday* et autres) augmenter. En 2003 – dernières statistiques disponibles –, les nombres d'exemplaires de quotidiens diffusés pour 1 000 adultes sont les suivants : 647 au Japon, 339 au Royaume-Uni, 318 aux Pays-Bas, 263 aux USA. En France... 167!

Pour tenter de justifier cette particularité bien française, les mêmes explications sont toujours avancées par les éditeurs : c'est la faute de la télé ; c'est la faute des gratuits ; c'est la faute d'Internet. Comme si à New York, Berlin ou Londres, il n'y avait pas le même nombre de chaînes de télé, le même nombre d'abonnés à Internet et comme si les journaux gratuits n'étaient distribués que sur les rives de la Seine.

Mieux vaut cacher cette réalité : en matière de presse écrite d'information, la France se situe aujourd'hui au rang de la Turquie.

73

#### UN CHAMP DE RUINES FINANCIÈRES

Chaque année, les journaux français devraient porter à la connaissance de leurs lecteurs l'intégralité de leurs comptes. Telle est la loi. Aujourd'hui, seuls *Le Canard enchaîné* et *La Croix* le font. *Le Monde* aussi mais il se garde de rendre publics les résultats, pourtant stratégiques, de sa régie publicitaire. Un oubli que commet aussi *Libération*.

Un grand groupe comme Hachette, dont la maison mère, le groupe Lagardère, fait appel à l'épargne publique, fournit à ses actionnaires et aux analystes financiers les informations légales sur ses comptes consolidés mais se refuse à le faire titre par titre. Impossible donc de savoir, par exemple, quelle est la dépendance vis-à-vis des recettes publicitaires de tel ou tel hebdomadaire, quelle est la part d'autofinancement dans le lancement de tel ou tel nouveau magazine ou encore le montant des pertes que génère son pôle de presse quotidienne régionale.

Publier ses comptes dans ses colonnes, ce serait montrer à ses lecteurs des réalités économiques qui ne pourraient que les troubler. Sur les huit quotidiens nationaux, trois seulement sont rentables en exploitation : *Les Échos* (Groupe britannique Pearson), *La Croix* (Groupe Bayard) et *L'Équipe* (Groupe Amaury). *La Tribune* (Groupe Bernard Arnault), *Libération*, *Le Parisien* et *Aujourd'hui* (Groupe Amaury), *Le Figaro* (Groupe Dassault) et *Le Monde* ont tous présenté un résultat d'exploitation négatif en 2005 et s'appêtent à faire de même en 2006<sup>4</sup>.

4. Ce sont les bénéfices d'exploitation du *Figaro-Magazine*, du *Figaro-Madame* et de *TV-Magazine* vendus avec le quotidien (propriété à 50 % du groupe Lagardère) qui permettent

En mars 2006, *France-Soir* a dû déposer son bilan avant d'être, à la barre du tribunal de commerce, repris par l'homme d'affaires Jean-Paul Brunois. *L'Humanité* ne sait plus comment faire face à ses échéances et était, en juin 2006, à la recherche de 5 millions d'euros pour passer l'été<sup>5</sup>.

74 En cinq ans, *Le Monde* et ses filiales ont perdu 140 millions d'euros et *Libération* 20 millions d'euros. Leurs fonds propres ont fondu et leurs dettes se sont accumulées. Hier, journaux financièrement indépendants dont les salariés détenaient la majorité du capital ou des droits de vote, ils ont dû se résoudre à faire appel à des capitaux extérieurs, après avoir eu recours à divers expédients (générosité des lecteurs ou de capitalistes amis, émissions d'obligations remboursables en actions). Édouard de Rothschild, à titre personnel, pour *Libération* et le groupe Lagardère pour *Le Monde* sont venus à leur secours. Et, progressivement, la logique financière s'impose : le fondateur de *Libération*, Serge July, a dû quitter le journal le 15 juin 2006, victime de sa mauvaise gestion. Et Édouard de Rothschild, malgré sa fortune, ne parvient plus à faire face, seul, à un déficit mensuel qui frôle le million d'euros. Sans l'avouer clairement, la direction du *Monde* en est réduite à accepter que le groupe Lagardère pèse de plus en plus sur le devenir du journal, notamment avec la création de régies publicitaires associées et d'un pôle commun de presse régionale qui, dès 2007, devrait regrouper *Midi Libre*, *La Provence*, *Var Matin*, *Nice Matin* et *Corse Matin*.

Longtemps îlot de prospérité, la presse quotidienne régionale a vu sa rentabilité, déjà médiocre avec un modeste 4,1 %, être divisée par deux entre 2002 et 2004. Et, selon les dernières données de la Centrale des bilans de la Banque de France, cette rentabilité s'est encore dégradée au cours du dernier exercice.

Cette fragilité économique gagne peu à peu la presse hebdomadaire d'information politique et générale. L'atonie du marché publicitaire depuis 2002 est telle que des *news* comme *Le Nouvel Observateur*, *Le Point* ou *L'Express*, qui ont maintenu ou amélioré leur diffusion, voient leurs résultats d'exploitation stagner au mieux, baisser au pire.

---

à leur société éditrice, la Socpresse, de réaliser un résultat capable de satisfaire son actionnaire, le groupe Dassault. De même, c'est le groupe de Bernard Arnault qui autorise la survie de *La Tribune* malgré une perte annuelle estimée à 10 millions d'euros. Ce sont aussi les résultats de *L'Équipe* qui ont financé le développement du *Parisien* et d'*Aujourd'hui*, seuls quotidiens nationaux qui ont su gagner des acheteurs, depuis une décennie.

5. Depuis 1970, huit titres nationaux ont disparu : *Paris-Jour*, *L'Aurore*, *Le Matin*, *InfoMatin*, *Le Quotidien socialiste*, *La Nation*, *Combat*, puis *Le Quotidien de Paris*.

L'hebdomadaire *Marianne* qui, ces dernières années, est pourtant parvenu à s'imposer comme le champion de la vente au numéro dans sa catégorie dégage un bénéfice si modeste qu'il a dû accepter, en 2005, l'entrée dans son capital de l'ancien numéro deux du groupe Hersant, Yves de Chaisemartin !

Mieux vaut en effet cacher cette autre réalité : en matière financière, la faiblesse de la presse quotidienne française est telle qu'elle est condamnée à subir toutes les pressions économiques et publicitaires.

#### LE BON USAGE DE L'ÉTAT

En 2006, la presse française, qui bénéficie pourtant d'un taux de TVA réduit (2,1 % contre 5,5 % pour le livre) et de l'exonération de la taxe professionnelle, va absorber 280 millions d'euros d'aides publiques directes ou indirectes<sup>6</sup>. Un incroyable maquis d'aides où seuls les experts de Bercy et de la Fédération nationale de la presse française (FNPF) parviennent à se retrouver : aide à l'acheminement postal ; aide aux quotidiens à faibles ressources publicitaires ; aide à la distribution des quotidiens nationaux ; aide à l'investissement grâce à l'article 39 *bis* du CGI ; aide à l'investissement multimédia ; aide à la vente de la presse française à l'étranger ; aide à la modernisation de la distribution ; aide au portage, etc. Depuis quinze ans, l'État a aussi financé les plans successifs de départs en préretraite des ouvriers employés par les imprimeries, tant parisiennes que provinciales, pour un coût qui n'a jamais été publiquement avoué. Entre 1991 et 2002, « la seule presse régionale s'est délestée de 2 400 salariés et 40 % des effectifs ouvriers ont disparu en vingt-cinq ans dans les imprimeries de presse françaises et dans les messageries de distribution », comme l'a souligné le Conseil économique et social<sup>7</sup>. Pour certains quotidiens nationaux, les experts du ministère des Finances évaluent même la contribution de ces aides directes ou indirectes à près de 14 % de leurs chiffres d'affaires<sup>8</sup>.

Une dépendance qui n'interdit pas à bien des éditorialistes de dénoncer, à longueur de colonnes, en toute cohérence, l'interventionnisme de l'État dans l'économie et dans la vie des entreprises, mais qui reste soigneusement dissimulée aux lecteurs.

Mieux vaut en effet leur cacher cette autre réalité : habituée à tendre

6. Chiffres extraits de la loi de finances initiale 2006.

7. Dans son rapport déjà cité en note 2.

8. Entretien de l'auteur avec des hauts fonctionnaires du ministère des Finances.

la sébile, une bonne part de la presse française ne survit économiquement que par la bienveillance des gouvernants et des législateurs.

#### DES LECTEURS MÉRITANTS

76 Cette presse française, qui est la plus aidée par l'État en Europe, présente une situation financière catastrophique et affiche pourtant les prix de vente les plus élevés. En 1990, l'indice des prix à la consommation des ménages « en général » était de 462,4 et de 835 pour les journaux. En 2002, le « général » est passé à 572,9 et celui des journaux à 1 109. Cette inflation du prix du journal peut se mesurer plus prosaïquement : il y a trente ans, le prix d'un quotidien national était égal au prix d'un timbre postal. Il est aujourd'hui de 1,20 euro pour un timbre à 53 centimes.

Le système de distribution de la presse française s'avère, lui aussi, pénalisant pour les acheteurs qui ont de plus en plus de difficultés à trouver « leur » journal. En 2006, l'Allemagne compte 80 000 points de vente, l'Angleterre 100 000, la France moins de 28 000. Et entre 1995 et 2005, plus de 5 000 points de vente ont disparu, faute de rentabilité suffisante<sup>9</sup>. L'implantation de ces points de vente, qui date de l'après-guerre, ne correspond plus à la réalité sociologique du pays, comme le prouvent les études de géo-marketing que des éditeurs réalisent périodiquement.

Le quotidien français souffre désormais d'un autre handicap : faute de rentabilité, il investit de moins en moins dans l'information. Le réseau des correspondants du *Monde* à l'étranger a été réduit. *Libération* hésite à multiplier les envoyés spéciaux, en raison des coûts, notamment les assurances dans les zones de conflits. La dernière version de *France-Soir*, reparu depuis le 5 juin 2006, a fait le choix d'ignorer la politique et l'économie pour se consacrer aux « people ». Les grands quotidiens régionaux qui disposaient, hier, de bureaux parisiens les ont presque tous fermés et ne suivent plus l'actualité parlementaire, même quand elle concerne leur lectorat, qu'en recopiant les dépêches de l'Agence France-Presse. Cet appauvrissement du contenu rédactionnel de la presse d'information politique et générale, réalisé souvent à l'occasion de nouvelles formules et dissimulant des réductions de pagination, n'est jamais analysé dans les rubriques médias.

---

9. Rapport 2005 des Nouvelles Messageries de la presse parisienne (NMPP).

Mieux vaut en effet tenter de dissimuler aux lecteurs cette dernière réalité: chère et difficile à se procurer, la presse française nationale assure de plus en plus difficilement son devoir d'informer.

Robert Hersant, qui s'y connaissait en cynisme, aimait confier à ses visiteurs: « La liberté de la presse commence et finit au tiroir-caisse. » Parce qu'elle a préféré ignorer ce principe, pourtant évident, parce qu'elle n'a pas su assurer son indépendance financière en renforçant ses fonds propres, parce qu'elle a oublié que la seule richesse d'un journal est son lectorat, la presse française d'information politique et générale joue de moins en moins le rôle qu'elle avait su jouer sous les III<sup>e</sup> et IV<sup>e</sup> Républiques et qu'elle joue encore dans les autres pays développés: contribuer au débat public en étant un contre-pouvoir, loin des autres pouvoirs.

77

## R É S U M É

*Aujourd'hui, la presse française d'information politique et générale ne remplit plus son rôle. Elle ne cesse de perdre des lecteurs et, en matière de lectorat, la France se situe aujourd'hui au niveau de la Turquie. Depuis dix ans, la situation financière des journaux français ne cesse de se dégrader: sur les huit quotidiens nationaux, malgré un prix moyen de vente élevé et un flot d'aides de l'État, seuls trois titres sont rentables en exploitation. Jamais la dépendance de la presse française vis-à-vis des annonceurs publicitaires et des grands groupes militaro-industriels (Lagardère et Dassault) n'a été aussi forte, limitant d'autant sa capacité de contrôle.*