

## **Eléments de réflexions pour un état de la presse écrite en France**

### **Contexte**

La presse écrite papier est en crise :

- économique (coûts trop élevés, en particulier d'impression et de distribution),
- sociologique (crise de confiance, lectorat en baisse)
- technologique (émergence de nouveaux media : web, téléphonie mobile, etc.)

L'offre s'est considérablement rétrécie au point qu'elle ne peut plus prétendre refléter l'éventail des sensibilités.

La presse écrite vit « sous perfusion » de l'Etat ce qui constitue de fait un frein à l'indépendance

## **Les Etats Généraux de la Presse, un piège ?**

### Enjeux

Devant ce constat, et fort d'un projet qui lui est propre, le Président de la République a convoqué les Etats Généraux de la Presse au dernier trimestre 2008.

Selon les organisateurs, l'enjeu de ces Etats Généraux de la presse écrite est de favoriser l'adaptation de la presse à son nouvel environnement dans un contexte incertain, qui évolue à toute allure, pour que notre presse reste vivante, pluraliste, indépendante.

L'Etat, dans sa démarche, se veut garant de la liberté, de l'indépendance et du pluralisme de la presse et des médias.

Mais on voit bien que Nicolas Sarkozy avait des arrière-pensées en annonçant ces Etats Généraux le 27 mai 2008 sur RTL, pointant le problème « capitalistique » d'une taille critique des supports de presse pour être rentables, de distribution, et de concurrence d'Internet, en particulier l'accès gratuit aux articles.

### Ecueils

Il apparaît, et ceci s'est fait jour au cours des EG, que le pouvoir ait tenté de faire valider un projet de concentration des media (d'ailleurs en ligne avec les principales dispositions concernant la réforme de l'audiovisuel public).

Pourtant, chacun sait que l'indépendance et le pluralisme de la presse sont une expression essentielle de la démocratie, son reflet, et la garantie pour le citoyen de disposer de disposer d'une information crédible qui le rende libre à son tour dans l'élaboration de sa pensée. en effet, la presse ne doit pas être seulement un outil d'information mais un instrument d'analyse et de mise en perspective d'une actualité vérifiée et hiérarchisée, facteur de la citoyenneté et de la liberté.

### Concentration ?

Exemples de concentration :

- 37% du capital de libé est détenu par E. de Rothschild,
- Socpresse, Dassault (avionneur, ex-fabricant d'armes) possède 70 titres (le Figaro, l'Express, l'Expansion)
- Lagardère (ami du Président Sarkozy) : 47 magazines et quotidiens (Nice Matin, la Provence, etc.)

En regard des projets de concentrations du pouvoir, il est à noter que ce sont des sociétés totalement autofinancées, comme le Canard Enchaîné, Marianne, Rue 89, qui, en cette période critique, « s'en tirent » le mieux !

Ils se sont tenus du 16 octobre 2008 au 8 janvier 2009 (avec la remise du « livre vert » au ministre de la culture et de la communication)

## Les objectifs

### 1/ Élaborer un diagnostic sur la crise de la presse

Quelques questions posées dans l'élaboration du diagnostic:

- la crise de la presse écrite est-elle spécifique à la France ?
- la crise est-elle la même pour tous ?
- Le coût de fabrication et de distribution en France en est-il responsable ?
- Quelle part Internet en a-t-il ?
- Quelles sont les attentes du lecteur ?
- La gratuité est-elle le seul avenir de l'information ?
- Y a-t-il une volonté de favoriser grands groupes de presse multimédias français ? Comment préserver la diversité et garantir le pluralisme ? (est-ce compatible ?)

La question du problème de dépendance de la Presse à l'égard de puissances financières dépendant de commandes publiques est évoquée, en ces termes, mais sans donner lieu à une recommandation !

"La détention de quotidiens par des groupes extérieurs aux médias, dont certains dépendent de la commande publique et peuvent donc apparaître comme plus sensibles aux pressions, pose la question de l'indépendance des rédactions et de la confiance que le public place dans la presse dans son ensemble."

### 2/ proposer des solutions répondre pour

- diminuer les coûts et augmenter les recettes:
- reconquérir le lectorat jeune
- mieux répondre aux attentes des lecteurs
- encourager l'innovation
- faire évoluer les aides publiques à la presse ?
- valoriser les métiers du journalisme dans la société numérique ?

La question, pourtant cruciale, de l'existence d'une crise de l'offre, plutôt que d'une crise de la demande, dans la « crise » de la presse écrite, n'a été abordée que superficiellement.

## Les participants

Ces états généraux n'en ont que le nom ! Bien peu de journalistes... Essentiellement des présidents et directeurs de sociétés de presse (pas Marianne, ni Le Canard Enchaîné !), quelques élus députés, sénateurs, de conseil régional, un seul représentant des lecteurs (Le Monde), pas de représentant syndicaux. Il y a eu d'ailleurs une [plainte de l'UCPF](#), qui représente 25 clubs de la presse et plus de 3 000 journalistes, qui n'a pas été invitée aux débats. Étaient présents : 148 participants dont 49 journalistes de tous titres de presse écrite (print et web) : 19 presse quotidienne nationale, 18 pqr, 27 presse mag

Les Etats généraux étaient constitués en quatre groupes de travail : métier, production et distribution, concurrence d'internet, adéquation aux attentes, étaient au menu.

### Les E. G. de la presse : résultats et failles

1- Conformément au cadrage fait par Nicolas Sarkozy qui a lancé en personne ces Etats généraux, le constat ainsi que les propositions sont **essentiellement orientées sur les aspects économiques**, le risque de faillite de la presse écrite notamment papier, mais **pas sur des questions fondamentales sur le rôle de la presse et ce qu'en attend le public, la problématique de l'offre, le souci d'indépendance du pouvoir** et notamment :

- rien sur l'assurance d'une indépendance entre les groupes de presse et le pouvoir politique via celle des puissances financières,

- rien sur l'assurance d'une indépendance des rédactions de presse à l'égard de leur actionnaire, des pressions qu'elles peuvent subir,

- rien sur le problème de protection des journalistes, notamment de la protection des sources, alors qu'ils subissent de plus en plus de pression et d'intimidations,

2- **Les Etats généraux n'ont pas suivi Nicolas Sarkozy dans sa volonté de faire sauter les verrous de concentration** pour constituer des grands groupes multi-médias. Malgré les pressions ... ouf ! Nicolas Sarkozy va donc certainement réagir la dessus en montrant son désaccord.

### Eléments pour une analyse de la crise (source « 20 minutes »)

#### Aspects technologiques de la crise

- «rupture générationnelle». L'accès classique aux médias (TV, radio, imprimé) est minoritaire chez les 15-24 ans français au profit de pratiques multimédias (ordinateur, téléphone mobile, baladeur multimédia, jeux vidéos, etc.) qui constituent 50,3% des contacts avec les médias contre 29,5% pour l'ensemble de la population.»

- Le média Internet continue de croître en France, en pénétration et en utilisation. (population d'internautes en hausse de 5 % sur un an) sans toutefois dépasser l'utilisation du téléphone mobile : Le smartphone possède un potentiel de bouleversement complet de la consommation de médias.

- Les déplacements quotidiens sont l'occasion d'une consommation de médias et de loisirs numériques où le téléphone l'emporte désormais sur l'imprimé. « Pour trois Français sur quatre les déplacements quotidiens sont une occasion de contact avec les médias et les loisirs numériques. La radio reste leader (...) au sein de cette population

“médiavore” en mouvement ; quant au téléphone, son utilisation explose ».

-

### **Aspects économiques de la crise**

- L'offre globale de médias augmente plus vite que leur consommation.

La preuve en chiffres: «Le nombre des chaînes de télévision a triplé en Europe dans les dix dernières années, le nombre des magazines a quadruplé en vingt-cinq ans. Chaque jour, le Web grandit de 1,5 million de pages.»

- Les annonceurs se retirent des médias, avec une évolution vers sponsorship, d'événementiel ou de marketing (direct et personnel, via les réseaux sociaux par exemple). La recette publicitaire de la presse payante s'installe dans une croissance négative.

- La baisse de diffusion payante des médias imprimés est une tendance française avérée et cela n'a pas attendu Internet. La presse imprimée est une dépense mineure dans le budget d'un ménage français. 8,5 % des dépenses d'un ménage contre plus du tiers pour la téléphonie fixe et mobile, loin devant l'audiovisuel et Internet.»

- Google est au cœur des sessions sur Internet et sa vente de publicité en tire parti.

### **Aspects sociologiques de la crise**

La hausse continue de la consommation de médias va de pair en France avec une dispersion des audiences entre titres et supports. Les Français consomment de plus en plus de médias différents, mais ils consomment en outre de plus en plus de titres différents, bien que la source (AFP) soit unique. Le gros consommateur de médias écrits ne se cantonne pas, en France, à un support unique.

## **Pistes de « solutions Modem » en réponse à des situations de crise**

### **1 / En réponse à la crise de l'offre**

Elle se caractérise par : un manque de journalisme d'investigation, une uniformisation de la formation, la réduction extrême du nombre de titres, le fait que tout le monde dit la même chose. Au final : les lecteurs ne s'y reconnaissent pas.

#### Actions

= **redéfinir le rôle du journalisme** comme décrypteur du monde et non fournisseur d'information au sens faible :

- en modifiant les programmes, les cursus dans les écoles
- en veillant à un recrutement qui reflète la société dans tous ses aspects (ne pas se limiter au parisianisme bourgeois)

= **soutenir la création d'entreprise** de presse

Par une politique volontariste de soutien : exonération charges patronales, défiscalisation de l'abonnement (possibilité de déduire les frais d'abonnement de son revenu imposable), voire entrée des abonnés au capital du journal...

## 2/ en réponse à la crise du lectorat

Elle se manifeste comme une crise de confiance entre la presse et son lectorat

### Actions

- = **Assurer l'indépendance** et le pluralisme de l'information.
  - En limitant par voie législative les participations au capital des entreprises de presse des groupes qui ne sont pas des entreprises de presse
  - En favorisant le fonctionnement coopératif : Le Canard, Marianne ?
  -
- = **Favoriser l'émergence** d'un nouveau lectorat : les jeunes
  - Au lycée et à l'université : en instaurant des tarifs préférentiels pour les moins de 25 ans, en installant des distributeurs payant à tarif jeune dans les lycées et université
  - A l'école : en mettant l'accent sur l'éducation aux medias dès la maternelle, en généralisant les clubs presse, en intégrant dans les programmes (histoire, éducation civique) des cours de lecture de la presse.

## 3/ En réponse à une crise financière

Elle se définit par des coûts de distribution trop élevés rendant les entreprises non rentables.

### Actions

- = **Anticiper plus que subir l'évolution technologique** qui va à terme vers la disparition progressive du print
  - en se tournant vers les technologies d'avenir comme le web, le e-paper (recommandation à F. Bayrou et son staff de demander une formation à l'e-paper et ses perspectives dans la presse et l'édition), le téléphone mobile, etc
- = **S'interroger sur un nouveau modèle économique**
  - de développement d'un actionariat coopératif de lecteurs-actionnaires, pour les lecteurs fidélisés, abonnés,
  - de mise à disposition payante à l'article sur le WEB (peu couteux) à condition qu'un règlement facile et sécurisé de petits montants, par exemple comme Moneo, via la tarification de l'opérateur WEB, ...
  - de développement des abonnements internet payant, comme le Monde.fr, Mediapart,...
  - d'impression sur borne en kiosque d'articles à la demande ou de journaux, ne nécessitant plus une édition papier et son acheminement en kiosque par avance.

### Annexes : bibliographie web

- Une étude sur l'évolution des médias très complète : une crise structurelle  
<http://mediawatch.afp.com/public/perfect-storm.pdf>
- Rue89, 18 mois, en bonne forme  
<http://www.rue89.com/2009/01/07/aux-etats-generaux-legalite-de-traitement-pour-les-sites-dinfo>

-sur les intentions de

Sarkozy [http://tempsreel.nouvelobs.com/speciales/medias\\_\\_pouvoirs/20080527.OBS5803/sarkozy\\_veut\\_des\\_etats\\_generaux\\_de\\_la\\_presse.html](http://tempsreel.nouvelobs.com/speciales/medias__pouvoirs/20080527.OBS5803/sarkozy_veut_des_etats_generaux_de_la_presse.html)

-Sarkozy désavoué

<http://www.rue89.com/2009/01/08/sarkozy-desavoue-par-les-etats-generaux-de-la-presse>

-Bons points et rv manqués

[www.leraj.info](http://www.leraj.info)

-En marge des EGP, les Assises ont formulé 14 propositions

<http://www.journalisme.com/content/view/788/88/>