



Extrait du site d'Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/article2081.html>

L'actualité des médias n°42 (7 au 27 juin 2005)

- A suivre - L'actualité des médias (2003-2010) -

Concentration bienfaitrice ? Technologie ou profit ? Présidences en eaux troubles. Quotidiens sans dessus dessous. Magazines à la merci des actionnaires.



Date de mise en ligne : lundi 27 juin 2005

I. Versions dissonantes sur la concentration ; ambitions et pratiques

- ▶ **Commission Lancelot et concentration dans les médias - Cartes sur table.** L'heure n'est plus à sa critique, mais au torpillage : « *la concentration dans les médias : un vrai-faux sujet* » entonnent *Les Echos* (10 juin 2005), porte-parole de l'« *unanimité* » de cette idée.

Pourquoi ? Parce que les " unanimes " en veulent plus. Demandez le programme : « *Le problème n'est pas la concentration mais, au contraire, l'éclatement dans les médias* [1]. Les grands groupes de médias, Hersant (séparation de France Antilles et de Socpresse puis dépeçage de la Socpresse) et Vivendi Universal (démantèlement de la CEP et de Canal Plus à l'international) ont explosé. Les " grands français " sont des " nains " au niveau européen comme Lagardère ou TF1 [2]. Dans la presse, le problème n'est pas la concentration mais le manque de fonds propres des quotidiens nationaux. Dans la télévision, les grands éditeurs comme TF1 et M6 se battent contre l'interdiction d'une concentration verticale (intégrer la production et la diffusion) et horizontale (constituer des groupes multimédia). Dernier constat, aucun groupe français de médias n'a pu acquérir une dimension internationale tandis que les grands groupes européens comme Bertelsmann ou Reed Elsevier font des acquisitions en France. »

- ▶ **Concentration dans les médias - Variante de Ouest-France.** Le rachat par Ouest-France des trois quotidiens du pôle Ouest de la Socpresse de Dassault (*Presse-Océan* à Nantes, *Le Courrier de l'Ouest* à Angers, *Le Maine Libre* au Mans) « *n'est pas une opération de concentration* », selon François-Régis Hutin, PDG acheteur : il vise à « *sauver des journaux en perdition* » (AFP, 16 juin). On aura donc tout lu, en attendant d'en savoir plus sur d'autres intentions de lobbying, invérifiables [3].

Le " sauveur " Ouest-France peut se le permettre. Il a quasi doublé ses bénéfices en 2004, grâce à la progression de son édition dominicale, à la presse gratuite (Spir Communication) et à une bonne année publicitaire : un chiffre d'affaires en progression de 4,5%, à 335 millions d'euros (*Les Echos*, 17 juin 2005).

- ▶ **Concentration - Autre son de cloche.** Le Commissariat au Plan choisit, lui, l'alerte noire, dans un rapport du 22 juin 2005 : « *les pouvoirs publics doivent veiller à la qualité et au pluralisme des médias, écrits ou audiovisuels, menacés, soit par une "concentration mondiale", soit par une "concurrence" sans frein, qui conduiraient à une "banalisation des contenus"* ».

A la clé : une dizaine de propositions(baptisées « *médiattitudes* ») pour guider « *une action de l'Etat et de la société qui incite à la qualité et au pluralisme dans les médias* » (*Le Monde*, 23 juin 2005).

- ▶ **Pratiques journalistiques - Un " Rebonds " de haute volée.** L'historien Gilles Dal démolit sans fioritures la pratique des micro-trottoirs (dont est notamment friand *Le Parisien*, qu'il ne cite pas) : « *la confirmation de ce qu'on sait déjà* », une « *duperie* », des « *atours artificiels de légitimité* », etc. (" *Micro-trottoirs sans intérêt* ", *Libération*, 20 juin 2005).

- ▶ **Technologie et réglementation - 1. Ce lobbying que justifie Nokia.** Dans la bataille de la TV sur les mobiles, « *fabricants européens et coréens se livrent une guerre de positions pour imposer leur norme* » annonce *Le Figaro* (4 juin 2005) dans un dossier *ad hoc*. En ligne de mire « *La bataille de la télévision sur les téléphones mobiles* » pour 2007.

Or, « *dans tous les cas, les appareils ont encore bien des progrès à accomplir. Ils ne fonctionnent que trois heures*

d'affiliée. Et, surtout, ils sont concurrencés par des services qui fonctionnent actuellement grâce aux technologies 3G ou Edge. Autre handicap, les promoteurs de ces services sont soumis au bon vouloir des autorités nationales pour obtenir des fréquences hertziennes », des autorités auxquelles chacun a demandé des essais.

Car là se trouve essentiellement le problème qui motive un lobbying du constructeur de téléphone mobile Nokia. « Eux n'ont pas besoin comme nous d'attendre quatre ans pour obtenir les autorisations nécessaires », s'exclame le directeur de la division multimédia ; « il s'agit de convaincre les Français de dégager le terrain pour commercialiser la télévision terrestre sur mobile dans deux ou trois ans ».

Le CSA appréciera, et même si les jeux sont faits : « le consortium formé par le groupe audiovisuel Canal+, l'opérateur mobile SFR, l'équipementier Nokia et le diffuseur technique Towercast a fait une démonstration technique de la télévision sur les mobiles (téléphones et télévisions de poche) » (Les Echos, 10 juin 2005).

- ▶ **Technologie et réglementation - 2. Pas d'argent, pas de technologie.** En Europe, Bruxelles sous influence française (elle-même sous influence lobbyiste) a décrété que les bas revenus n'avaient pas le droit d'accès aux bienfaits technologiques : en refusant d'étendre le périmètre du service universel aux portables et du haut débit. Motif : « Le ministère de l'Industrie estime que cela soulèverait des difficultés " importantes " et aurait un coût " beaucoup plus élevé " que le service actuel » (Les Echos, 6 juin 2005). Les difficultés se nomment « concurrence faussée » - épouvantail des libéraux - entre opérateurs. CQFD.

- ▶ **Investissements publicitaires - recettes en berne.** « Le marché ne redémarre toujours pas. 1 772 millions d'euros ont été investis en publicité au mois de mai selon les chiffres publiés par TNS Media Intelligence. Bientôt à mi-parcours, le marché progresse de 3,9% depuis janvier quand la progression était de 9,7 % sur la période équivalente en 2 004. Pour le deuxième mois consécutif, la télévision est en baisse à -1% en mai. Même tendance baissière pour la presse magazine avec -1,2%. La PQN et la radio redressent un peu la barre avec respectivement +8,1% et +7,2%. La publicité extérieure progresse de 4,6%, le cinéma de 64,4%. Et Internet continue son inexorable progression avec 86 millions d'euros, soit une hausse de 44% » (Newsletter de CB News, 22 juin 2005).

II. Audiovisuel

- ▶ **Câblo-opérateurs - Social.** Les opérateurs du câble Numericable et France Telecom Câble récemment fusionnés par le fonds d'investissement Cinven (qui détient 50,01% de la nouvelle entité) et le câblo-opérateur luxembourgeois Altice (très minoritaire, à 9%) « suppriment conjointement 316 emplois et "externalisent" 213 autres » (CB News, 20 juin 2005). Les syndicats dénoncent un « plan social "brutal" ». En effet.
- ▶ **Thématiques - Business.** « Vivendi et Lagardère dessinent le nouveau Canal » (La Tribune, 24 juin 2005).

Joli titre qui ne relate pas un enfantillage, on s'en doute, mais un Yalta stratégique face à TPS (TF1 et M6) dans un secteur en plein développement : un pôle « télévision payante contrôlé à 66 % par Canal Plus et à 34 % par Lagardère dans lequel ne figurerait pas i-télé et le PSG (à vendre ?), pour ne garder que le bouquet CanalSat et la chaîne éponyme ».

- ▶ **TNT - Le business joue à se faire peur.** Après les réjouissances imposées pour lancer la TNT (on compte « 430 000 décodeurs vendus et plus de 3 MEuros bruts investis sur les cinq nouvelles chaînes de la TNT (France 4, NT1, W9, NRJ 12 et TMC) en mai 2005 », Le Figaro, 20 juin 2005), place à l'inquiétude...

Car 430 000 ce n'est pas un marché giboyeux et comme cette « nouvelle forme de télévision arrive dans un contexte

publicitaire difficile [... et dans une concurrence accrue]. La bataille sera donc sanglante pour le partage d'un marché qui se jouait jusqu'à présent à six et qui se fera désormais à quatorze et bientôt à dix-huit » (Le Figaro, 20 juin 2005, " La TNT cherche son modèle économique ").

- ▶ **TV - Chaînes infos.** *Les Echos* (7 juin 2005) annoncent qu'à son tour « *la Russie veut lancer une chaîne d'information internationale* ».

La nôtre (CFII), qui avait disparu des colonnes, y est réapparue le 8 juin 2005 : « *la Commission européenne ayant donné son feu vert au financement de la chaîne française internationale d'information* ».

En clair, 30 millions de l'Etat pour démarrer à cet « *attelage contre nature* » (dixit la CGT reprise par *L'Humanité* du 9 juin 2005) « *à parité entre TF1 et France Télévisions, sans compter " l'incompatibilité éditoriale "* » (idem).

Ce qui est le moindre de leurs soucis. D'ailleurs Robert Namias, directeur de l'information de TF1, la plumbe sans pudeur : « *si on la fait, il faut le faire professionnellement et elle coûterait beaucoup plus d'argent. A partir du moment où l'on se ne donne pas les moyens de faire une vraie chaîne internationale, on ne la fait pas* » (France-Inter, 18 juin 2005 chez Marc-Olivier Fogiel).

- ▶ **TV - Trop de chaînes info tue l'info et les recettes.** Toutes ces informations tombent au moment où une étude paraît, résumée (par *Stratégies*, 9 juin 2005) sous le titre « *les décideurs européens accros aux chaînes info* ». Ajoutons que la concurrence va être rude, « *il y en a au moins douze internationales, de Eurosport à Bloomberg - hors LCI et i-télé* ».

- ▶ **TV - Foot.** Il n'y a pas que l'info, il y a aussi le foot. « *Bien que Canal+ ait obtenu les droits de retransmission des matches de la Ligue 1, France 3 et M 6 tentent d'obtenir des autorisations de diffusion de rencontres en différé. Les chaînes à péage et les opérateurs ADSL se disputent les droits du football* » (*Le Monde*, 23 juin).

- ▶ **France Télévisions - Objectif présidence - Plainte contre Tessier.** Dans le feuilleton narré par *Le Monde* (lire [L'actualité des médias n°41 \(28 avril au 6 juin 2005\)](#)), il manquait les moeurs et le salace. Les voici, relayés par le même quotidien (8 juin 2005) : « *Le Syndicat national des personnels de la communication et de l'audiovisuel (SNPCA-CGC) a déposé plainte contre X, jeudi 2 juin 2005, auprès du doyen des juges d'instruction du tribunal de grande instance (TGI) de Paris. Cette plainte avec constitution de partie civile, qui vise directement Marc Tessier, PDG de France Télévisions depuis 1999 et candidat déclaré à sa propre succession, porte sur neuf incriminations dont celles d'"abus de biens sociaux, complicité et recel, octroi d'avantages injustifiés, prise illégale d'intérêt, complicité et favoritisme"* » .

Face à ce qui ressemble à un coup bas (son « *compagnon* » est mis en cause), l'actuel président, qui a porté plainte pour « *calomnie* » et évoque « *l'homophobie* » est décrit comme « *seul contre tous* », se lamente ou jubile (c'est selon) (*Le Point*, 9 juin 2005). Mais, globalement, cette affaire est, heureusement, peu évoquée [4].

- ▶ **France Télévisions - Objectif présidence - Etat des lieux.** Après écrémage de 13 rêveurs, restent 5 finalistes [5] et « *le jeu des pronostics peut enfin (sic) commencer* » (*Le Figaro*, 14 juin 2005).

Des médias importants se passionnent pour le people ou le politique (« *Marc Tessier - stop ou encore ?* », *Paris Match*, 23 juin 2005).

D'autres, comme *Challenges* (23 juin 2005) sont plus pragmatiques sur les enjeux - bien qu'il cède aussi à la

politique suspens avec un insert « *confidentiel* », c'est un " news " après tout. « *Chiraquienne ? Sarkozyste ? Certes, la manière dont la télé publique couvrira la présidentielle de 2007 est importante* » ; le magazine distingue quatre enjeux, dont le social (« *avec 8 621 salariés, 33 sociétés aux modèles et statuts hétéroclites. Ainsi, 60 % des charges de RFO sont dues au personnel, contre 27 % pour France 3, et 10 % pour France 2. A France 5, les augmentations sont individuelles, alors que la Deux et la Trois sont régies par la convention collective de l'audiovisuel public, quasi-statut de fonction publique* »), le comportement de « *l'actionnaire étatique* » (« *Pour conserver le groupe en l'état, le nouveau patron devra convaincre les politiques d'accroître ses recettes. Sinon, lui pendent au nez soit un délestage d'actifs, soit un plan de restructuration* »).

- ▶ **TV Locales - Pierre Fabre.** On avait laissé le groupe pharmaceutique Pierre Fabre (Sud Communication) se désengageant de Sud Radio (lire [L'actualité des médias n°41 \(28 avril au 6 juin 2005\)](#)), lorgnant sur les éditions du Rocher. Le voici sur le coup d'un eldorado à venir : « *à l'occasion des auditions de l'appel à candidatures par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour une télévision locale hertzienne à Toulouse, TLT (actuel détenteur de l'autorisation, qui arrive à terme le 29 novembre) a annoncé l'arrivée de Sud Communication dans son capital.* » Soit « *15 des 35% détenus par la ville de Toulouse* ».

III. Presse écrite

- ▶ **Presse quotidienne nationale - Le Parisien** vise la rentabilité. Jean Hornain, le directeur général du *Parisien* depuis six mois, entend redresser la situation financière du quotidien qui a perdu en 3 ans 55 millions d'euros. « *Dans la ligne de mire du nouveau directeur général, la distribution* » (*Le Figaro*, 23 juin 2005). « *En 2001, Le Parisien est sorti du système coopératif de distribution des NMPP pour créer sa propre structure, la SDVP (Société de distribution et de vente du Parisien). Mais ce choix stratégique pèse aujourd'hui dans le compte d'exploitation du groupe, à hauteur de 25 millions d'euros, d'après des sources syndicales* ».

Autres pistes (en 326 pages hebdomadaires) : (dans l'ordre d'apparition) parler d'économie au lecteur, une belle maquette en 2006 et un peu plus de dialogue social dans l'entreprise.

- ▶ **Presse quotidienne nationale - Le Monde** et *Le Figaro* touchent le gros lot. « *Le Figaro* prolonge son opération de vente d'encyclopédies commencée le 22 janvier dans le réseau des diffuseurs. Il en a vendu près de 88 000 en moyenne au lieu des 45 000 prévue. *Le Figaro* envisage de relancer une opération livres d'envergure à l'automne prochain » (*Stratégies Newsletter*, 15 juin 2005. De la nouvelle maquette, top secret, annoncée pour octobre, transpire notamment le découpage du quotidien en trois cahiers.

De son côté, *Le Monde* se dit satisfait de ses ventes moyennes, en hausse notamment grâce à la série " Musée du Monde ".

- ▶ **Presse quotidienne régionale - Vente à la découpe.** « *Le Progrès de Lyon est en train de se vendre à la découpe au profit d'autres titres régionaux* » alerte François Boissarie, du SNJ, signalant qu'une « *rumeur fait en effet état de discussions avec La Montagne et L'Est Républicain pour la reprise de certains titres ou éditions du groupe Le Progrès [...] alors que les discussions semblaient se poursuivre entre Dassault et le fonds d'investissement Candover malgré la fin, mardi soir, d'une période de négociations exclusives* » (*Stratégies Newsletter*, 10 juin 2005).
- ▶ **Presse quotidienne gratuite - Metro** condamné en Suède. Mieux vaut prévenir ? *Metro* « [...] est poursuivi en Suède pour des annonces publicitaires présentées comme des articles » (*Stratégies Newsletter*, 20 juin 2005).
- ▶ **Presse magazine - Associations publicitaires.** *Le Nouvel Observateur* et *Le Point* s'allient pour proposer à leur

annonceurs une offre publicitaire commune (*Stratégies Newsletter*, 7 juin 2005).

Le 15 juin, *L'Express* n'ayant « *pas apprécié de ne pas être conviée à participer au nouveau couplage* » étudierait en représailles « *sérieusement le lancement d'une offre alternative avec les supports restants, comme Télérama et Courrier international* ». De quoi plaire à la régie de Lagardère Active Publicité (filiale, comme l'est Hachette Fillipacchi Media, de Lagardère) qui attend le feu vert de Bruxelles pour s'introduire, en lieu et place de Publicis, dans celle du *Monde*, en pleine recapitalisation.

- ▶ **Presse magazine - Dépendance publicitaire - Théorie.** Hachette Fillipacchi Media « *au global est dépendant à 50 % des annonceurs et à 50 % de la diffusion, mais la pub ne représente que 40 % des recettes en France et 80 % aux Etats-Unis* » selon Géraud de Roquemaurel, PDG. Comme la « *manne publicitaire ne progresse plus* » et « *les médias de masse ont bougé* », il entend « *revenir à un service rendu aux masses* » (*CB News*, 20 juin 2005) - d'où des études marketing pour savoir ce qu'elles veulent.

Mais on le sait, comme pour les yaourts ou les nouilles, c'est l'innovation qu'attendent les études marketing : « *une industrie ne bénéficiant pas de renouvellement meurt* ». CQFD.

- ▶ **Presse magazine - Dépendance publicitaire - Exemple.** Emap France a lancé le féminin people *Closer* (inratable [6] à moins d'habiter sur Mars).

Closer, ou « plus proche » en français, non pas de toi mon Dieu mais plutôt de toi ma page de publicité « *commercialisée autour de 13 000 euros bruts* ».

- ▶ **Presse magazine et indépendance - Dassault, maître en son domaine, le réaffirme.** Comme pressenti, après la grève de la rédaction, Dassault, propriétaire de *L'Express* très susceptible a revendiqué le 10 juin 2005 « *la "prérogative" de choisir les membres du conseil de surveillance du titre* » (*Newsletter de CB News* 13 juin 2005).

Si, selon *Marianne* (18 juin 2005) le groupe Express-Expansion a failli se coltiner PPDA au conseil de surveillance (voire à la direction de *L'Express*, lire "[Coup de force " de Dassault contre L'Express](#)"), au final voici placés Jean-Christophe Rufin et Bernard Pivot.

Vu de l'extérieur, victoire totale du maître Dassault : « *Pas de grève cette fois-ci attendue* », rapportait *Le Monde* (22 juin 2005), arguant que « *le groupe Dassault a fait machine arrière sur plusieurs points* ». Même si (attention) « *un point de désaccord subsiste toutefois. La rédaction de L'Express persiste à considérer comme une régression que la présidence du conseil ne soit plus confiée à une personnalité indépendante* » (c'est un homme de Dassault, Rudi Roussillon, qui l'occupe).

- ▶ **Presse magazine et indépendance - Marianne** cherche un nouvel actionnaire. L'actuel actionnaire (Robert Assaraf) étant sur le départ, l'hebdomadaire va devoir en trouver un autre (47,6 % à céder) (*Les Echos*, 23 juin 2005, qui relayent *Presse News* [7]).

Mais Jean-François Kahn « *n'a pas envie de voir un groupe industriel entrer au conseil d'administration et mettre en danger l'indépendance de son journal* » [8]. A suivre.

- ▶ **Presse magazine économique - La Vie Financière** des petits porteurs ? Sitôt donné l'aval de La Commission européenne au rachat de la *La Vie financière* (Groupe Express-Expansion, Socpresse/Dassault [9]) par le fond d'investissements Prado, on apprend que « *Gérard Blandin a été nommé PDG de La Vie financière, tandis que*

Colette Neuville, présidente de l'Association de défense des actionnaires minoritaires (Adam), devient administratrice du journal » . Les petits porteurs Eurotunnel ont leur relais ?

► **Distribution - Des chiffres pour négocier avec les NMPP.** « Les NMPP renouent avec les bénéfices en 2004 » (chiffre d'affaires de 407,8 millions d'euros) (*Le Monde*, 17 juin 2005).

Il faut dire que ces mêmes NMPP, selon le même rapport annuel, croulent sous le flux si l'on en croit les chiffres rapportés par *L'Humanité* (23 juin 2005), qui titre de manière éloquente « un milliard d'invendus ! » (sur 2,5 acheminés).

Une bonne nouvelle pour Lagardère (co-proprétaire des NMPP) dont sauront prendre acte nos malheureux kiosquiers en lutte cette année (suggestion de slogan : " du flux contre du flouze ").

[1] En gras : souligné par nous.

[2] Récidive : « Nos " héros du PAF " sont des nains handicapés », écrivait Yves de Kerdrel (*Les Echos*, 20 juillet 2004). Cela commence par une lamentation libérale à faire pleurer dans les succursales des traders : « L'échec des négociations (Dassault-Bouygues, ndr) entre ces deux géants français des médias témoigne une nouvelle fois de la difficulté qu'ont les champions français de l'audiovisuel de trouver, dans leurs secteurs des opérations de croissance externe satisfaisante par le prix et la taille ». Et l'éditorialiste d'analyser cet handicap en trois temps : l'excès de régulation, l'obligation de financer un tiers de la production cinématographique et les « guerres picrocholines », au sujet de la TNT (lire plus loin) jusqu'à l'affrontement des deux bouquets TPS (TF1 et M6) et Canalsat.

[3] L'accord pour le rachat des quotidiens ainsi que de leur régie publicitaire commune, est en cours d'examen par les autorités de régulation de la concurrence au ministère de l'Economie et des Finances.

[4] Philippe Guillaume, président de France 2 et France 3 en 1989-90 contraint à la démission par le gouvernement socialiste de l'époque, avait lui aussi été l'objet de rumeurs sur sa vie privée (Philippe Guillaume, *Un Président à abattre*, éd. Albin Michel, 1991). *Note d'Acrimed*.

[5] Norbert Balit, Patrick de Carolis, José Frèches, Simone Halberstadt Harari et Marc Tessier- qui seront auditionnés à huis clos les 4 et 5 juillet prochains.

[6] Le projet représente un investissement d'un montant de 13 millions d'euros la première année, avec campagne de promotion (TV, radio, etc.).

[7] Lettre confidentielle truffée de bonnes informations sur les médias.

[8] Lire notamment [Marianne et les "bien-pensants"](#) (*note d'Acrimed*).

[9] Lire [La presse selon Dassault \(2\) : ce qu'il aime...](#) (*note d'Acrimed*).