

# Médias, pressés comme des citrons

## POURQUOI ? COMMENT ?

Cela devient une tradition au Ravi. A chaque nouvelle formule, nous consacrons une enquête aux médias. « La grande dépression », titrons-nous en 2009. Trois ans plus tard, force est de constater que la situation n'est toujours pas fameuse en Paca ! Bien qu'ils absorbent l'essentiel du marché publicitaire, les quotidiens régionaux du groupe Hersant (La Provence, Var Matin...) continuent à perdre des lecteurs et pourraient changer de main. La Marseillaise peine à briser le monopole et ouvre un guichet de départ volontaire. France 3 redoute un plan social. Les médias en ligne ne sont pas rentables. Le système de diffusion de la presse frôle l'explosion. Au point d'envisager le pire : la disparition des kiosques où l'on pouvait trouver tous les titres. La précarité rogne la profession. Les médias sont pressés comme des citrons. Ils subissent la contrainte des pouvoirs économiques et politiques. Ils sont aussi soumis à l'accélération permise par les nouvelles techniques. Spectateurs, auditeurs et lecteurs se laissent noyer, parfois avec volupté, dans un flot incessant d'images, de sons et de mots aussi formatés qu'insipides. Car la société du spectacle communique plus volontiers qu'elle n'informe ! A l'inverse, le Ravi fait le choix de ralentir, d'approfondir. Heureusement, nous ne sommes pas les seuls à vouloir renouer avec les fondamentaux du métier : l'enquête, le reportage, l'analyse. Une rencontre des médias indépendants a même lieu ce mois-ci à Aix-en-Provence (cf p.16). Nous y serons. Comme nous sommes au rendez-vous, grâce à vous, tous les mois depuis neuf années.

Michel Gairaud

## Les médiastases de Paca

**Comme beaucoup d'autres, notre région est médiatiquement sinistrée. Petit tour d'horizon aux allures de balade dans un service de soins palliatifs. Bip, bip...**

**Q**u'à Marseille, une école de journalisme ferme donne une idée de l'état des médias en Paca. A ce titre, la situation de la Presse quotidienne régionale (PQR) est édifiante. Depuis que l'accord entre Rossel et Hersant pour le rachat de *La Provence*, et de *Nice, Var et Corse-Matin*, les salariés sont dans l'expectative. Alors que le mandataire judiciaire a jusqu'à fin septembre pour négocier avec les banques la dette de 200 millions d'euros d'Hersant médias, on saura bientôt si le groupe dépose ou non le bilan. A *Var Matin*, on craint à la fois « un plan social et une vente à la découpe, les régies pub de *La Provence* et de *Nice Matin* étant désormais distinctes ». A *La Provence*, « on vit avec les rumeurs. Rossel, après avoir claqué la porte, pourrait revenir par la fenêtre. Le Crédit mutuel, comme le groupe Centre France, s'intéresserait à nous. Car, à un an des municipales, nos journaux ne peuvent laisser indifférents ». En attendant, le journal distribue, comme si de rien n'était, des I-phones à ses journalistes pour qu'ils alimentent le site. Une fuite en avant dans une entreprise qui, pour garder la pub, a voulu tout maîtriser, tout standardiser, du print au web en passant par les gratuits.

### Budgets et tiraillements

A *La Marseillaise*, l'ambiance est morose, les comptes dans le rouge et le guichet de départs volontaires, concernant une quarantaine de salariés, ouvert. « Si on continue comme ça, on va droit dans le mur ! », s'inquiète Jean-Marie Dinh, de la CGT. *La rénovation du titre*

*n'ayant pu se faire, si on applique qu'une logique comptable, on va déstabiliser tous les services. Alors qu'il y a, dans la région, vu les élections, de la place pour un quotidien de gauche.* » Ambiance tendue alors que les journalistes sont payés en de-ça du minimum syndical (NDLR comme au *Ravi* !) : ils viennent de débrayer pour sauver un poste de rédacteur à la rubrique « culture » qui, à la veille de 2013, allait être supprimé ! Et pourraient, si nécessaire, interpellés lecteurs et politiques. Car il y a urgence. Faute de moyen (et de relecture), Jean-Marc Coppola, conseiller régional PCF, s'est retrouvé au « conseil général » et le patron de la « Fédé » du PCF des Bouches-du-Rhône, Pierre Dharréville, en a marre qu'on ne sache où est son « h ».

Si la presse est sinistrée, celle qui l'alimente ne va guère mieux. A l'AFP, le budget « piges » est toujours en berne alors que l'agence ne compte, pour couvrir un territoire plus grand que la région, qu'une dizaine de journalistes. « On est en permanence tirailés entre les impératifs budgétaires et la nécessité de produire une info qui réponde aux canons de l'AFP », témoigne l'un d'eux. A l'autre bout, les gratuits eux aussi tirent la langue. Ainsi, à *20 minutes Marseille*, suite au départ des « historiques », l'intérim a été assuré par un CDD venu de Paris, remplacé peu après par un « junior », une jeune plume ne coûtant pas cher au « premier quotidien » de France. Et, à *Metro* et *Direct Matin*, le manque de moyens est tel qu'il est rare de voir leurs journalistes sur le terrain.

### Casser le thermomètre

Côté audiovisuel public, ça ne va pas très fort. La gauche n'a en effet pas rétabli la pub après 20 heures. « Mais, même si cela avait le cas, on serait encore en sous-financement, lâche Eva Fontenay, de la CGT de France 3. Si, avant, on produisait nos propres magazines, aujourd'hui, on n'en a plus les moyens. » Le patron de la télé publique, Remy Pflimlin, a évoqué un « plan social » qui pourrait concerner plus de 800 personnes ! « Pflimlin »



mlin a été nommé par Sarkozy mais la tutelle ne peut pas désavouer l'austérité qu'il prône, souligne Robert Papin, de la rédaction marseillaise. On est au milieu d'une partie de poker menteur. Et puis, en agitant le chiffon rouge de la fusion des rédactions, ça détourne l'attention. En attendant, ordre a été donné de ne pas trop recourir aux CDD. Quant aux formations, elles sont gelées. »

Une situation qui ne profite même pas au privé. Malgré une nouvelle grille et de nouveaux propriétaires qui lorgnent déjà sur la télé locale de Nice, LCM (La chaîne Marseille) ne semble pas pressée de recourir aux mesures d'audience de Médiamétrie. « Trop coûteux », disent les nouveaux propriétaires à l'image des anciens qui avaient jugé plus prudents de « casser le thermomètre ». Si, après des années de vaches maigres, les journalistes ont eu droit à une rallonge de 100 euros, ils scrutent ce que va faire leur VRP de luxe, le maire DVG d'Istres, François Bernardini, dont les appétits

pourraient être réveillés par la condamnation du président socialiste du SAN Ouest, Bernard Granié...

#### Du rêve et du vent

Du côté des ondes, il y a aussi de la friture. Certes, Radio France n'est pas Radio Zinzine Aix, cette station associative que le CG13 veut expulser et que la mairie d'Aix cherche à reloger. « Mais nous aussi, on bosse à moyens constants, souligne Fabien Ledu, de France Bleu Provence. C'est-à-dire sans embauche ! Aujourd'hui, la moyenne pour faire tourner une locale, c'est 26 postes. Comme on est trente, on va devoir s'aligner. » Et ce, alors que le travail s'intensifie puisqu'il faut « tweeter, être sur Facebook, bref faire du « bruit ». Sur la base, bien sûr, du volontariat. Et avec, pour coordonner tous les sites web dans le sud, une seule personne ! » Or, sur la toile, le miracle a, de plus en plus, des allures de mirage.

## In memoriam

**Le Ravi existe depuis juillet 2003. Et, en presque une décennie, il a vu disparaître...**

#### En Paca

Babazouk (Nice) (octobre 1999 – 2003)  
Cuverville (Toulon) (1995 – 2003 pour la version papier, le site internet existe encore)  
Le Pavé (Marseille) (1998 – 2003)  
Le Tuyo (Nice) (2008 – 2009)  
Marseille La cité (Marseille) (2005 – 2008)  
Mars Magazine (Marseille) (juillet 2004 – 2005)  
Rue 89 Marseille (septembre 2008 – mars 2009)  
Tribune du Sud (15 mai – 30 juin 2009)

#### Ailleurs en France

La Mèche (septembre 2010 – décembre 2010)  
La Tribune (1985 – 2012)  
Le Plan B (2006 – 2010)  
France Soir (1944 – 2012)  
PLPL (juin 2000 – octobre 2005)  
Siné Hebdo (septembre 2008 – avril 2010)

La liste n'est, malheureusement, pas exhaustive...

Pour Marjolaine Dihl, du collectif de pigistes « Presse papier », « c'est de plus en plus galère. Il est quasi impossible de travailler pour les médias locaux. La seule solution ? Bosser pour la presse parisienne ou spécialisée. Ou accepter des niveaux de rémunération très bas. Voir faire de la com', des ménages... » Pourtant, note Laurent Berneron, pigiste et animateur du site B Magazine, « on a dans la région une actualité d'une richesse exceptionnelle. Sauf que médiatiquement, cela se résume à une série de clichés. Et je ne parle même pas de faire une info réflexive... »

### « Si on continue, on va droit dans le mur ! »

Jean-Marie Dinth

Marc Bassoni, de l'école de journalisme de Marseille, n'est guère plus optimiste : « Il est de plus en plus difficile de placer nos étudiants, même en stage. Alors que se multiplient, sans aucun contrôle, les formations pour devenir journaliste. On vend du rêve et donc du vent ! Voilà pourquoi on forme nos étudiants à être opérationnels mais aussi à avoir un regard critique. » Espérons qu'ils auront souri en apprenant la naissance du « Cercle des Médias et de la Communication Marseille Méditerranée » ? D'abord parce qu'à Marseille, il y a maintenant deux clubs de la presse. Ensuite parce qu'il veut rapprocher - bel exemple de mélange des genres - médias et communicants. Enfin parce que le lancement a eu lieu au Cercle des Nageurs Marseillais : pour être journaliste, faut savoir mouiller la chemise et faire de l'apnée.

# Les diffuseurs noyés dans le papier

**Le système de distribution de la presse est au bord de l'explosion. Au point d'envisager le pire : la disparition des kiosques.**

Chaque jour de la semaine, Catherine Pietralunga se lève à 5 heures du matin pour réceptionner les paquets de journaux déposés par les livreurs de la société d'agence et de diffusion (SAD). Un bordereau, digne des télex de l'Allemagne de l'Est, accompagne chaque colis. Catherine les met de côté, puis place les journaux, parmi les 500 titres présents dans son kiosque devant la Préfecture de Marseille. « Je passe ici 12h par jour pour vendre des journaux et à la fin du mois, il me manque 3 000 euros, explique-t-elle. J'ai mangé mon fonds de trésorerie et je n'ai pas dérogé de salaire depuis mai. Donc, soit, je me débrouille mal, ce qui n'est pas possible puisque j'ai triplé le chiffre d'affaires du kiosque depuis que je l'ai repris voici 2 ans, soit il y a quelque chose qui ne tourne pas rond dans le système de distribution des journaux. »

La diffusion de la presse est règlementée depuis 1947 par la loi « Bichet » qui assure la neutralité de la distribution entre tous les titres, et donc le pluralisme de la presse. Au départ, le principe est de faire payer les gros par les petits. Aujourd'hui, le système est devenu extrêmement complexe. Il s'y joue une guerre de position entre les éditeurs, les sociétés de distribution et les points de vente. « L'éditeur veut que le maximum d'exemplaires de son titre soit présent dans les kiosques, explique Philippe Pérard, responsable de la société de distribution indépendante à Dignes. Notre rôle, c'est de modérer cette exigence par notre connaissance du terrain. On ne met pas 200 exemplaires de « ski magazine » en plein été dans les maisons de presse des stations. »

## 10 000 euros de prime

Pour Catherine Pietralunga, c'est pourtant ce qui se passe. « Chaque matin, je reçois des titres que je ne vends pas. Je n'ai pas le choix et le pire, c'est que la SAD me facture tout de suite ! Par contre, pour que je puisse toucher ma commission sur les titres vendus, je dois attendre au mieux 15 jours, au pire un mois. » Autrement dit, sans un fonds de trésorerie, impossible de tenir. Pour Stéphane Pérard, le système de distribution de la presse est obsolète. « Les règles n'ont pas bougé depuis 60 ans, comme si, la télé et Internet n'avaient pas été inventés entre-temps. La Presse, c'est - 35 % depuis 5 ans ! Et le pire, c'est que chaque fois que le système a essayé de s'adapter, c'était encore pire qu'avant. » Exemple : la création de primes d'animation, il y a une dizaine d'années, qui sont versées à certains points de vente de presse. Il faut, pour cela, avoir un minimum de surface de vente et des vitrines que l'on doit animer. « Personne ne contrôle rien et c'est toujours les mêmes qui touchent cette prime qui peut aller



jusqu'à 10 000 euros quand même, s'étonne Philippe Pérard. Comment voulez-vous motiver les gens dans ces conditions ? »

Catherine Pietralunga, elle, ne touche pas cette prime. « Moi, ce qui me fait vivre, c'est la vente de bonbons, briquets, le café, les sodas et La Provence, qui, heureusement, a son propre réseau de distribution. Mais je ne m'en sors

pas. Le système est déjà en notre défaveur, mais ce n'est pas tout. J'ai fait mes calculs, je suis certain que la SAD ne me verse pas la totalité de mes commissions. Je vais les attaquer en justice. Si je n'obtiens pas gain de cause, je ferme mon kiosque et je retourne à mon ancien métier, techni-

cienne de laboratoire. »

Et le point de vue de la SAD « 13 » ? Le téléphone sonne systématiquement dans le vide ou, pire, le combiné est aussitôt raccroché. Manifestement, les salariés ont d'autres chats à fouetter. Et pour cause. L'entreprise, filiale de Presstalis, est sous la menace d'une restructuration visant à réduire le nombre de dépôts et de personnel. Au niveau national, contre la promesse d'un investissement de 200 millions d'euros pour la modernisation des installations, 1000 postes seraient supprimés sur 2500 entre 2013 et 2015. Hachette, qui possède les « Relay » dans les gares, a claqué la porte de Presstalis. Son rêve : déréglementer totalement la distribution et s'emparer du marché. La CGT a lancé une série de grèves mi-septembre, perturbant la distribution des quotidiens. Un mouvement qui devrait se poursuivre au moins jusqu'à la fin de l'année. Pendant ce temps-là, Google qui utilise les contenus de sites d'information, a dépassé cette année le milliard d'euros de recette publicitaire en France...

Stéphane Sarpaux

## Coming out salarial

**Combien tu gagnes ? Question taboue à laquelle l'équipe du Ravi répond sans détours. Quand on vous dit que vos abonnements ne servent pas à nous enrichir !**

**Agnès Chapal.** Relectrice. 0 euros, 3 à 8 heures\*  
« J'atans le numéro 200 pour demander une ogmantation. »

**Sébastien Boistel.** Journaliste, VRP dans les Bouches-du-Rhône, animateur, manutentionnaire... Presque quinze ans comme artichier, dont dix à l'Humanité. 810 euros, 26 heures\*, CUI  
« 20 minutes a pas voulu de moi, La Marseillaise non plus, La Provence encore moins et Marsactu n'en parlons pas, alors... »

**Clément Chassot.** Journaliste, envoyé spécial en Vaucluse. Première carte de presse obtenue au Ravi. 810 euros, 26 heures\*, CUI  
« A la sortie de l'école de journalisme, Le Monde, Le Canard et même le New-York Times étaient à mes pieds. Mais j'ai préféré le Ravi... »

**Michel Gairaud.** Rédacteur en chef depuis 2003, secrétaire de rédaction, coordinateur de l'équipe. Carte de presse depuis 15 ans. 1519 euros, 35 heures\*, CDI  
« J'adore travailler plus pour gagner moins, c'est plus fort que moi ! Avec le Ravi, c'est vraiment l'extase... »

**Reine Kungne.** Responsable administrative et financière depuis 2 ans, étudiante en Master 2 management et stratégie d'entreprises (un gros mot pour mes collègues !). 655 euros, 21 heures\*, CDI  
« Victime de la discrimination positive, j'ai été embauchée pour faire régner la bonne humeur au rythme du « Copé » décalé... Au moment de la paye, cela s'avère très utile ! »

**Jean-Baptiste Malet.** Journaliste, ancien CAE à la Tchatche, salarié chez Golias et pigiste au Ravi. 1 feuillell (1500 caractères), 20 euros

« Je n'écris pas au Ravi par militantisme. C'est pour prouver mon amour des bas salaires au Figaro Magazine que je rêve de rejoindre afin de remettre la France au travail. »

**Jean-François Poupelin.** Grand reporter, responsable de diffusion. Carte de presse depuis 6 ans. 1461 euros, 35 heures\*, CDI  
« En on vous parle pas de la convention collective des journalistes. Le Ravi c'est l'Amérique ! »

**Samantha Rouchard.** Journaliste en charge du Var... et quelle charge ! 810 euros, 26 heures\*, CUI  
« Seul élément de l'équipe rédactionnelle à porter un soutien-gorge, enfin je crois... J'ai débuté comme stagiaire et comme je savais faire le café, ils m'ont gardée ! »

**Stéphane Sarpaux.** Journaliste embarqué depuis 2007, chargé de développement, animateur d'ateliers, organisateur de débats, commissaire d'expos... 1201 euros, 28 heures\*, CDI  
« Certains mois, je n'ai même pas le temps de lire le Ravi. »

**TRAX.** Dessinatrice free lance, animatrice d'ateliers. 10 euros le dessin, 3 heures\*. « Quand l'appât du gain me titille, j'hésite à quitter le Ravi pour Courier International. Mais un journal qui ne baisse jamais les bras a forcément du mal à mettre la main à la poche... »

En octobre, Clément, Samantha et Sébastien passent à 35 heures\*, Jean-François prend un congé parental. Manquent à la liste de nombreux dessinateurs, pigistes (payés comme Jean-Baptiste et Trax) et de valeureux bénévoles. \* Multipliez par deux l'horaire légal pour estimer l'horaire réel.

## « Pour bien faire,

**L'information, c'est vous qui la vivez, c'est eux qui en vivent. Souvent mal. Un localier, sous couvert d'anonymat, a accepté de nous raconter son quotidien. Journal d'un OS de l'information.**

C'est une petite ville. Mais presque trop grande pour la modeste agence d'un quotidien régional. Pour couvrir un territoire de plusieurs dizaines de milliers d'âme, ils ne sont que deux journalistes. Autant dire rien ou pas grand-chose, face à la concurrence et à des journées ne comptant que 24 heures. « Chaque jour, il faut fournir entre quatre et cinq pages. Or, pour pouvoir prendre nos week-ends et nos vacances, on

est donc souvent tout seul pour piloter l'agence. Autant dire que les journées commencent très tôt et qu'elles finissent tard. »

Difficile pour ce localier de nous décrire une journée-type mais il se prête à l'exercice : « Le bouclage est aux alentours de 22 heures. Et, chaque matin, vers 11 heures, il faut qu'on annonce au responsable des éditions départementale du journal ce qu'on va mettre dans nos pages. Et, entre-temps, il faut bosser. La journée peut donc commencer par un piquet de grève à 9 heures, se poursuivre avec l'inauguration d'un bâtiment vers midi et il faudra enchaîner avec une conférence de presse pour un événement culturel vers 15 heures. Résultat : vous vous

DE LA MERDE LES MÉDIAS ?  
POSSIBLE, MAIS...  
A FORCE DE NE PLUS VOULOIR  
PAYER UN JOURNAL, A FORCE  
DE CONSOMMER DE L'INFO  
EN CONTINU, A FORCE DE  
PASSER NOTRE VIE SUR LES  
RÉSEAUX SOCIAUX...

ON A LES MÉDIAS /  
QU'ON MÉRITE !

AH OUAIS, J'AI OUBLIÉ DE  
VOUS DIRE, C'EST UN JOURNAL  
GRATUIT IMPRIMÉ SUR  
PAPIER TUE MOUCHE...

CA COÛTE MOINS  
CHER ET CA  
FAIT DOUBLE  
USAGE...

HMM! HMM!  
HMM!

AVEC CES TABLETTES  
NUMÉRIQUES  
J'AI ENFIN UN  
MEDIA À MON  
USAGE...

BZZZ

C'EST UN  
MIRROIR  
CONNASSE!

ET MAINTENANT  
LA CHRONIQUE DE  
CHRISTOPHE BOURBIER.

L'ARIE SUR LE  
CÔTÉ ET L'ÉCHAPE  
ROUGE  
C'EST TROP  
LA CLASSE!

RHAAA!

UNE SECONDE  
CHÉRIE JE  
SUIS SUR  
TWITTER!

Twiiiiit!

Twiiiiit

POY!

NOUVELLES  
BIEN  
FRAICHES

BAH?  
OÙ TU VAS?

JE VAS  
JUSTE LIRE  
MON  
HOROSCOPE!

BZZZZ

## il faut sacrifier sa vie personnelle »

retrouvez vers 17 heures sans avoir écrit la moindre ligne... »

Or, poursuit notre confrère, « nous n'avons pas de photographe pour nous épauler. Nous prenons nous-mêmes nos clichés. Sur le terrain, il faut donc en permanence jongler entre le carnet de notes, le stylo et l'appareil-photo. Alors, on ruse. En achetant, à nos frais bien sûr, un dictaphone pour ne pas avoir à prendre de notes... »

De surcroît, comme dans la plupart des agences, il faut gérer les correspondants : « Des personnes qui, bien souvent, n'ont pas de formation de journaliste et qui sont payées à peine quelques dizaines d'euros par article. Il faut donc, chaque semaine, retravailler les papiers

qu'ils nous envoient, les ré-écrire, les calibrer. Un boulot fastidieux », assène ce jeune journaliste.

Qui, en outre, doit, comme c'est de plus en plus fréquent, écrire directement dans une page pré-maquettée : « Un nouveau logiciel a été installé. Chaque matin, lorsqu'on annonce les sujets que nous allons traiter dans nos pages, on doit aussi déterminer à quoi elles ressembleront. C'est-à-dire la place et la longueur de chaque article. Si, dans l'absolu, on pourrait, au vu de l'actualité, « casser » une page, dans la pratique, on est tellement le nez dans le guidon qu'on se tient à ce qu'on a annoncé le matin. » A l'autre bout de la chaîne, la rédaction en chef pourra « quasiment en direct apprécier

à quelle vitesse on remplit nos pages puisqu'il est possible de voir, article par article, où on en est... »

Pour ce localier, à qui l'on ne demande heureusement pas encore d'alimenter le site internet du journal, « alors que la richesse de la presse locale, c'est le contact avec le terrain, il nous est de plus en plus difficile de faire notre boulot correctement. On n'a pas le temps de prendre le temps, de faire de l'enquête, de se garder des sujets sous le coude pour les traiter sur la longueur. Si ce n'est dans des suppléments qui rapportent au journal beaucoup d'argent mais rien aux journalistes qui y contribuent ».

« Chaque matin, on est face à la page blanche et il faut

### Chaque matin, l'angoisse de la page blanche

remplir, soupire-t-il. Alors soit vous essayez de bien faire votre boulot, en cavalant, en sacrifiant votre vie personnelle et en ne comptant plus vos heures, soit vous le désacralisez et vous passez de plus en plus de temps devant un écran d'ordinateur, à contacter vos interlocuteurs par téléphone et à aller chercher vos informations sur internet. »

La toile, « c'est la principale source d'information, reconnaît notre confrère. On commence notre journée en consultant notre boîte mail. Autre source

d'information : les collectivités, bien sûr. Et puis, évidemment, l'AFP et la concurrence. On sait très bien qu'on a moins de moyens qu'eux. Alors, quand on arrive en retard, on cherche un autre angle ».

Quand on est journaliste dans une petite ville, « les gens nous identifient avant tout à travers notre fonction ». Difficile toutefois d'être en permanence en représentation : « On ne cesse jamais d'être journaliste, une sortie au théâtre pouvant devenir un papier. On se balade toujours avec un carnet de notes, un appareil photo. » Et de conclure, dans un sourire : « Si on voulait bien faire les choses, pour se saouler, il faudrait qu'on change de ville... »

Sébastien Boistel

# Le net, c'est facile, c'est pas cher...

Entre « business plan » et plan sur la comète, l'info sur le net peine à être rentable. Analyse avec quelques pure-players.

Depuis cet été, sur le site d'Alexandre Guérini, *News of Marseille*, la seule chose qui est réactualisée, c'est la météo. Bien qu'un édito assure que, malgré les rumeurs, le site continue, quand on appelle, on tombe sur un répondeur. Et quand on parvient à joindre Fanny, « assistante de rédaction », elle ne peut « rien nous dire », juste transmettre nos questions à Gilles Pascal, le représentant légal du site. Rien qu'en 2011, il aura coûté plus de 500 000 euros au médiatique frangin du président du CG 13 !

Tout le monde n'a pas la chance de Didier Pillet, l'ancien patron de *La Provence*, qui voit la ville et les eaux de Marseille arroser de pub son site, *Le meilleur de Marseille*. Faire de l'info sur la toile, c'est facile, c'est pas cher et ça peut rapporter gros ? A voir. En tête, l'arrêt de l'expérience marseillaise de *Rue 89*, le site de

Pierre Haski ayant été depuis absorbé par le *Nouvel Obs*'.

Né il y a moins de trois ans, *Marsactu* ferait presque figure de vétéran, avec sa demi-dizaine de journalistes, ses locaux flambant neufs sur le Vieux-Port et un nouvel actionnaire, Frédéric Chevalier, qui a investi « quelques centaines de milliers d'euros ».

Quand on lui demande si la présence d'un membre du club Top 20 (une antenne de l'UPE 13, le Medef local, à la gloire de la « métropole ») a une incidence sur le rédactionnel, Pierre Boucaud, le patron du site, trouve cela presque « insultant : il suffit de lire ce qu'on écrit ! »

Si, jusqu'à présent, il assurait des

« missions de conseil » pour financer son site, il compte désormais sur les rentrées publicitaires : « On fait 100 000 euros de chiffre d'affaires avec des annonceurs privés, comme la Caisse d'Épargne ou la Société marseillaise de Crédit mais aussi des partenaires institutionnels comme le Conseil général ou la Région. Cette année, on devrait perdre 100 000 euros. L'an prochain, pour être à l'équilibre, on table sur

400 000 euros de chiffre d'affaires, l'objectif étant de créer des sites d'info dans d'autres villes, comme Toulouse ou Bordeaux. »

Réclamant la « transparence » sur les aides à la presse ou les budgets com' des collectivités, le patron de *Marsactu* note qu'à part *Médiapart*, « pas un seul pure-player n'est à l'équilibre ». Reste

que, pour lui, internet reste « le support sur lequel le ticket d'entrée reste le plus bas ».

Même calcul de la part des quatre fondateurs de *Mlactu*, quatre jeunes journalistes qui se sont rencontrés à l'école de journalisme de Montpellier et qui couvrent l'actualité des Bouches-du-Rhône, du Vaucluse, de l'Hérault et du Gard. « On ne parvient pas à en vivre jusqu'à présent, souligne Maud Fontanel. On se paye donc grâce aux piges que l'on fait à côté. Et l'on ne sait plus ce que veulent dire les mots « week-end » et « vacances » puisqu'on doit tout faire, du rédactionnel au commercial en passant par l'administratif... »

Même son de cloche chez *Albert*, le site lancé par deux anciens de l'édition marseillaise de 20 minutes. « Il est illusoire de croire qu'un site ne coûte que les 50 euros d'hébergement par an, explique Frédéric Legrand. D'autant qu'à vouloir être multi-support, on se rend vite compte que chacune des tâches qu'un journaliste en ligne a

à assumer pourrait être un boulot à part entière mobilisant, à chaque fois, une personne à plein temps. Sur le net, il ne suffit pas d'écrire, de prendre des photos. Il faut faire du son, de la vidéo. Et du buzz. Autant dire qu'à vouloir tout faire, on risque rapidement de s'épuiser. »

Alors, pour sa deuxième saison, « *Chez Albert* » a repensé son modèle économique : « On savait que la monétisation de notre audience ne suffirait pas à nous faire vivre. On espère néanmoins qu'avec la pub et les dons, le site réussira à s'autofinancer. Et, à côté, on va monter une agence de presse pour faire de la formation et, accessoirement, nous payer. Car, si, jusqu'à présent, nous pouvions compter sur nos indemnités chômage, désormais, ce n'est plus le cas ». Reste que, pour cet ancien de 20 minutes, l'avantage de la toile, c'est que, « pour l'instant, rien n'est formaté ». Et de conclure : « Et puis, ce qui nous rassure, c'est que tout le monde en chie ! »

Sébastien Boistel

## Les liaisons dangereuses

Médias et élus ont besoin les uns des autres pour exister. Ce qui n'est pas sans poser problème...

L'histoire se passe à Nice, le soir du 1er tour des présidentielles. Christian Estrosi, député-maire UMP de la ville, prend violemment à partie deux journalistes de France 3 Côte d'Azur en reportage à la fédé UMP des Alpes-Maritimes. Leur faute ? La chaîne, qui depuis le 1er avril ne couvre plus les réunions politiques, a séché la veille le meeting de Nicolas Sarkozy...

« Motodidacte » a été à bonne école. « [Pendant ses ennuis judiciaires], Jacques Médecin était intervenu pour que le bureau niçois de Radio France Côte d'Azur soit fermé, rappelle Frédéric Lamasse, délégué SNJ CGT. Ici, le paysage médiatique est pauvre. Il y a un seul quotidien, *Nice Matin*, qui tient grâce au budget pub des collectivités. Si un papier déplaît, la campagne est annulée. Les journalistes qui débarquent s'adaptent. »

Dans le Var, on s'adapte également. Hubert Falco, qui a eu la peau du précédent PDG du groupe *Nice Matin* avec Christian Estrosi, est un coupeur de têtes : quelques rédacteurs en chef de *Var Matin* doivent au sénateur-maire de Toulon une fin de carrière prématurée. « Les politiques considèrent aujourd'hui qu'on fait partie de leur plan com, y compris lorsqu'ils attaquent *France TV* », dénonce Frédéric Lamasse. Il y a pourtant plus simple : s'offrir un média comme Alexandre Guérini (lire ci-dessous).

### Journaux ou tracts ?

« La relation d'un élu aux journalistes est fonction du support pour lequel ils travaillent (prestige, local ou national) et de ses ambitions. S'il en a, il sera plus sur leur dos, explique

Jacques Le Bohec, sociologue des médias auteur d'une thèse sur "les interactions entre édiles et locaux". Du côté du journaliste, si la nécessité est d'avoir des sources politiques et administratives, il va faire attention à ne pas se griller. » Autre aspect à prendre en compte : « L'inévitable intégration du journaliste dans la vie locale. » Une intégration qui peut pousser jusqu'à rejoindre la com ou le cabinet de l'élu...

Qu'en pensent les principaux intéressés ? Un confrère de *La Provence* témoigne anonymement. Malgré quelques décisions très politiques de sa direction, comme transformer *Marseille l'Hebdo* en hebdomadaire sociétal pour faire plaisir à Jean-Claude Gaudin, notre journaliste jure ne pas souffrir de censure. « On a travaillé autant sur la gauche, avec l'affaire Guérini, que sur la droite, avec l'histoire des HLM de la mairie de Marseille. La relation journaliste-élu est globalement normale. Elle relève de la responsabilité individuelle. Certains préfèrent ne pas faire de vagues, mais si tu veux bien faire, tu peux. » Et d'expliquer : « Dans la région, l'histoire de la presse est très politique. Jusqu'au début des années 80, j'ai vu des journaux devenir des tracts à la veille des élections. Il ne faut pas l'occulter. »

Propriété du PCF jusqu'en 1998, *La Marseillaise* a encore cette réputation. « La direction et certains journalistes sont encore encartés, mais dans les faits les élus [communistes] ne nous imposent rien, dément un journaliste d'une locale. Par contre, la ligne est très claire, nous sommes un journal progressiste de gauche qui s'intéresse aux questions sociales. » Pour ce témoin, lui aussi souhaitant rester anonyme, le problème des relations du journal aux politiques vient plutôt de vieux réflexes : « La direction pratique l'autocensure. Depuis qu'on a pris parti pour un candidat communiste accusé de fraude électorale à Au-



bagne, ce qui s'est révélé vrai, on ne parle plus des affaires. On peut griffer sur le politique mais on ne mord pas sur l'affairisme. » Et notre confrère de rigoler : « Le rapport du journal est plus grotesque avec notre partenaire amis du Mondial à pétanque. Cette année, on a supprimé le numéro de l'édition sur l'affiche, la 51ème, juste par crainte de mécontenter Ricard. Qui est pourtant aussi propriétaire de la marque Pastis 51... »

Jean-François Poupelin

## A LCM, Alexandre Guérini ?

Avant de se payer un site rien qu'à lui (*News of Marseille*, lire ci-contre), Alexandre Guérini s'était penché sur le sort de LCM, poussant certaines candidatures (comme celle de Michel Moulin) et rêvant, à en croire les écoutes du 26 juin 2009, de « mutualisation entre l'OM TV et LCM ». Or, ce jour-là, le frère de Jean-Noël Guérini le président du CG 13, avait rendez-vous avec un certain... Alain Armani. Depuis, ce dernier est devenu directeur général de LCM. En interne, il paraît qu'« Armani ne fait pas mystère de sa proximité avec Alexandre ». Peut-être est-ce pour cela que le CG 13 a fort peu goûté que la chaîne évoque la levée d'immunité de Jean-Noël ?

S. B.