



Extrait du Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/Groupe-Le-Monde-une-crise-exemplaire>

Groupe Le Monde : une crise exemplaire

- Les médias - Presse écrite - Où va la presse écrite ? -



Date de mise en ligne : lundi 19 mai 2008

Description :

Du libéralisme économique appliqué à la presse : des choix politiques déguisés en fatalités.

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

À la suite de l'annonce par le directoire du groupe d'un plan prévoyant la suppression de 130 emplois et la cession de certaines filiales jugées trop peu rentables [1], les salariés du *Monde* se sont mis en grève le 14 avril, puis à nouveau, le 17 avril (rejoints par ceux des filiales Fleurus Presse et de *Télérama*) et, enfin, le 5 mai. La crise du groupe Le Monde est à la fois spécifique et exemplaire. Pour la comprendre, il est nécessaire de l'inscrire dans sa propre histoire et de l'éclairer par les discours et des manœuvres en cours dans le secteur.

Fatales restructurations ?

« Ce que l'on a connu dans la sidérurgie, nous allons bientôt le connaître dans la presse. » Le 14 avril, sur France Inter, Michel Delberghe journaliste CFDT au *Monde* tente de mettre en perspective le conflit en cours dans son entreprise. Une comparaison alarmiste que semble justifier la multiplication des « charettes » et la détérioration constante des conditions d'emploi.

Si l'on s'en tient à la presse quotidienne nationale, le plan annoncé au *Monde* intervient après la suppression de 76 postes sur 276 à *Libération* en novembre 2006 et, en février 2008, la direction du *Figaro* a présenté un projet qui prévoit 60 à 80 départs volontaires. Dans tous les médias, et donc dans la presse écrite, la précarité s'étend. Au 2 janvier 2008, on comptait 37 301 titulaires de la carte de presse [2]. Parmi eux, 22% de pigistes. Un taux de précarité qu'il faudrait majorer en ajoutant tous ceux qui cherchent à obtenir la carte de presse, tous ceux qui n'ont pas réussi à la renouveler alternant, par exemple, contrats rémunérés sous statut de correspondant ou d'auteur et travaux alimentaires. Il reste que la situation globale des journalistes ne peut être décemment comparée à celles des ouvriers de la sidérurgie ou de la métallurgie.

Sans doute chaque journaliste pris individuellement n'est-il pas responsable de l'orientation éditoriale du titre pour lequel il travaille. Mais on peut comprendre la tentation de renvoyer ceux qui subissent aujourd'hui la violence patronale à leur apparente indifférence quand cette même violence se déployait (et se déploie encore) à l'endroit d'autres salariés. Comment ne pas repenser aujourd'hui à la morgue éditoriale et au mépris rédactionnel pour des luttes équivalentes contre des plans similaires dans d'autres secteurs d'activités, comme invite à le faire une tribune publiée dans Bakchich.info attribuée à un journaliste du *Monde* ? Un exemple ? Louis Schweitzer, président du Conseil de surveillance du *Monde*, est l'ancien PDG de Renault qui assumait la fermeture du site de Vilvoorde (3100 salariés). En 2005, à son départ du groupe automobile, le quotidien vespéral publiait un portrait dithyrambique du « *surdoué* » qui se retirait alors « *auréolé de ses succès* [3]. » Ironie cruelle de l'histoire ?

Ni Gandrange, ni Vilvoorde... Mais indéniablement, après d'autres, le secteur de la presse écrite connaît un processus de « rentabilisations » ravageuses. « *L'épreuve de force engagée par les personnels du Monde n'est pas isolée* souligne le site du [Monde diplomatique](#). Selon la Confédération française démocratique du travail (CFDT), vingt-huit rédactions françaises ont recouru à la grève au cours des neuf derniers mois. Depuis l'éclatement de la bulle Internet et l'effondrement des revenus publicitaires, les propriétaires de médias soumettent les salariés à une pression économique croissante. »

Les managers du changement et de la normalisation économique exercent cette « pression » en la justifiant par un triple discours de la fatalité, tout à la fois technologique, éditoriale et commerciale.

Une fatalité technologique ?

Première justification qui vaudrait pour *Le Monde* et pour d'autres journaux : l'attraction fatale exercée par Internet, avec ses effets économiques et éditoriaux.

Un temps vice-président du groupe Le Monde et, toujours, président du Monde Interactif et de *Télérama*, Bruno Patino explique dans un livre aux accents prophétiques, coécrit avec Jean-François Fogel - *Une Presse sans Gutenberg* - qu'« *Internet est le média ultime, partout présent, immatériel* [4] ». Cette hégémonie s'instaurerait progressivement : « *en 1995, on ne comptait que 23 500 sites Internet* notent, par exemple, Vincent Giret et Bernard Poulet dans un article récent de la revue *Le Débat* ; *en juillet 2007, la société anglaise Netcraft en a recensé plus de 125 millions.* [5]. »

Combinée à la montée en puissance d'autres supports comme la presse gratuite ou le téléphone mobile, l'avènement d'Internet aurait comme conséquence inexorable l'évaporation des revenus publicitaires vers ces nouveaux supports. En France, la part du marché publicitaire sur Internet ne cesse de croître : elle est passée de 5,9% en 2005 à 10,8% en 2007 (premier trimestre). Et la progression des investissements sur le Web est estimée à 34,5 % en 2007 [6]. À l'inverse, la pagination publicitaire de la presse quotidienne nationale (PQN) a diminué de 32,5% en moins de dix ans [7].

La diminution des recettes publicitaires, mais aussi la montée en puissance des « gratuits » (30% de croissance de leurs revenus publicitaires depuis leur lancement en 2002 [8]) et le vieillissement du lectorat (42,5% du lectorat de la PQN a plus de 50 ans [9]) sont les ingrédients de l'incontournable « crise de la presse ». « *Les revenus à deux chiffres - entre 15% et 25% de résultats - qui caractérisaient les journaux américains ne seront bientôt plus qu'un souvenir* », expliquent ainsi Giret et Poulet qui poursuivent : « *Certains, et non des moindres, sont déjà dans le rouge. Ainsi, le San Francisco Chronicle a-t-il accumulé 300 millions de dollars de perte entre 2000 et 2006 (...).* »

Les menaces économiques se conjuguaient aux menaces éditoriales et à celles que fait peser l'usage public du nouveau média « ultime ». Toutefois, si les mutations sont indéniables, des constats aux pronostics annonçant la substitution d'Internet aux autres médias, le pas est rapidement franchi. Deux arguments invitent à une certaine prudence [10].

1) Le premier est d'ordre historique. Le principe selon lequel un média chasse les autres n'a jamais pu être vérifié. « *On peut facilement ainsi décliner, s'amuse l'historien Christophe Charle : le journal à un sou du XIXe siècle tuera la presse d'opinion née de la Révolution française, la presse à sensation et à photographies enterrera la précédente presse populaire sans image, la radio et la télévision instantanés et quasi gratuites anéantiront cette presse à sensations sous leur flot d'images et de sons, le réseau Internet universel et omniprésent, flanqué de la presse gratuite, portera le coup de grâce à la presse d'information subsistante et à l'équilibre économique sur lequel elle reposait* [11]. » Et Charle d'expliquer : « *ce schéma historique universel et commode dans sa simplicité n'est nullement une histoire valide des différents médias et de leurs relations et moins encore un pronostic crédible sur la crise des médias. La situation critique de la presse nationale française cohabite avec la montée en puissance et la prospérité d'autres formes de presse qui, elles, ne semblent pas menacées par la concurrence des médias évoquées plus haut* [12]. » L'historien cite, par exemple, la presse dite « people ».

2) Le second argument qui incite à une certaine prudence est d'ordre économique. La bulle Internet de la fin des années 1990 et son éclatement en 2000 semblent aujourd'hui presque oubliées. Pourtant, la capitalisation boursière de Google est de 1,8 milliards de dollars quand celle d'IBM est de 1,3 milliards de dollars alors que le résultat net 2007 de cette société est plus de deux fois supérieur à celui de Google [13]. Rappeler ce décalage et ses éventuelles conséquences (un retournement de tendance défavorable au Web), c'est aussi rappeler que le développement multimédia n'est souvent qu'un choix de gestion fondé sur une appréciation du marché publicitaire et de ces perspectives d'évolution.

Une fatalité éditoriale ?

Plus ou moins liée à la fatalité technologique, une fatalité éditoriale justifierait les « rentabilisations » en cours.

Dans l'article déjà cité, Vincent Giret et Bernard Poulet rapportent, pour se l'approprier, la thèse de Michael Wolff, homme de médias américain, selon lequel : « *La consommation de news, cette pratique légèrement fétichiste, cette expérience plus ou moins distrayante qui définissait un large espace commun, collectif, est en passe de disparaître* [14]. » Une désaffection des publics pour l'information au sens traditionnel ? Les dirigeants des rédactions s'exonèrent souvent de leurs propres choix en les rapportant à ce que serait aujourd'hui la demande. À partir de ce qu'ils présentent comme une tendance uniforme et définitive, ils élaborent de nouveaux projets éditoriaux qui sont supposés remédier au désintérêt des lectorats.

Depuis qu'il dirige *Libération*, Laurent Joffrin met en oeuvre une stratégie de « coups » : « *Ma stratégie, expliquait-il à Stratégies dès février 2007, est de continuer à faire des coups, avec des "unes" fortes. Il faut que nous soyons plus agressifs* » [15].

Autre quotidien, autres « ajustements » : le cas du *Monde*, une fois encore, est exemplaire. Dans le cadre de son projet « CSP+ » [16], Éric Fottorino propose de conforter l'option qui est celle de son journal depuis plusieurs années et notamment depuis la mise en place de la nouvelle formule (conçue par Fottorino lui-même en 2005) : de moins en moins d'informations, de plus en plus de commentaires. Éditoriaux de la page 2, analyses et tribunes des pages centrales, chroniques en dernière page, chronique des pages « économies » ou « sport » : parcourir *Le Monde* aujourd'hui, c'est lire une succession de leçons sur ce qu'il convient de penser ou de relever de tel ou tel événement. Des leçons dispensées de surcroît et de plus en plus par quelques personnalités extérieures à la rédaction et dont la notoriété est supposée attirée l'audience et la publicité afférente : écrivains branchés comme François Bégaudeau ou essayistes conservateurs comme Nicolas Baverez

Les suppressions d'emploi annoncées récemment sont en partie la conséquence de cette évolution éditoriale présentée comme une adaptation à des tendances inexorables ; une évolution que les suppressions d'emploi, en retour, permettront de justifier. La pagination de la nouvelle formule du quotidien est de 30-32 pages en moyenne quand elle était de 44 pages en 1986. Fottorino explique en conséquence : « *Nous n'avons pas adapté à l'époque notre organisation à ce nouvel état de fait. C'est ce que je suis en train de réaliser* [17] ». Mais s'agit-il simplement d'un « état de fait » ?

Y aurait-il un *fatum* de la presse écrite ? L'information est partout, l'information intéresse de moins en moins en tant que telle, la valeur ajoutée provient du commentaire : quand la direction du *Monde* repense son projet éditorial autour d'un cœur de cible resserré (le lecteur urbain, aisé et instruit), elle fait aussi sien ce discours crépusculaire. Dans un éditorial publié le 19 avril 2008, Fottorino décrit sa « *vision journalistique du Monde de demain* ». « *Il s'agira, explique-t-il, d'un journal plus ramassé, plus dense, plus sélectif, préférant l'explication, l'analyse et la diversité des points de vue à la redite des informations, déjà fournies par tant de médias à la vitesse de la connexion numérique.* » . On relèvera que le journalisme d'enquête ou d'investigation est absent de ce « programme ».

Pourtant, du côté des responsables des grands titres nationaux et de ceux du *Monde* en particulier, on ne s'interroge guère sur la contribution de la presse elle-même à la désaffection qu'elle subit. De moins en moins de reportages et d'enquêtes, toujours plus de prescriptions et de sermons : ces tendances, entre autres, expliquent peut-être en partie la lassitude de nombreux lecteurs et le désintérêt des plus jeunes qui n'ont jamais connu que cette presse de bavardage... Or le remède préconisé pour répondre à la « crise » consiste justement à renforcer ces tendances .

Une fatalité commerciale ?

Dans l'éditorial déjà citée du 19 avril 2008, Fottorino évoque « *l'indispensable, la bienfaitante publicité* » dont parlait Hubert Beuve-Méry. Il cite encore le fondateur du *Monde* qui écrivait : « *S'il est vrai qu'un journal digne de ce nom comporte des éléments qui doivent toujours rester hors du commerce, il est aussi, au sens le plus banal du mot, une entreprise qui achète, fabrique, vend et doit faire des bénéfices.* » La référence (obligée) à Beuve-Méry sert - à contresens des positions de ce dernier - un discours qui entérine, comme s'il s'agissait d'un principe naturel, une quête de la rentabilité entièrement soumise aux prétendues lois du marché et aux prétendus bienfaits de la concurrence commerciale.

La soumission aux prétendues lois naturelles de l'économie est, en vérité une politique. Une politique de la presse qui a mobilisé contre elle dans le passé [18] et qui remobilise à nouveau des syndicats de journalistes pour l'instant relativement isolés [19]. Une politique qui n'est ni une nécessité, ni une fatalité et à laquelle on peut opposer une autre approche de la presse. Comme, par exemple, celle d'un certain... Hubert Beuve-Méry qui en 1966 revendiquait pour la presse (ou une partie de la presse, à côté de la presse associative) un statut de société de presse à but non lucratif pour « *mettre les entreprises de presse à l'abri des éventuelles convoitises de leurs propres actionnaires* [20] » .

Le triple discours de la fatalité technologique, éditoriale et commerciale, remplit deux fonctions : il permet à la fois aux chefferies des groupes de presse de s'exonérer de leurs propres responsabilités dans la situation actuelle et de proroger la logique essentiellement mercantile et capitalistique qui a prévalu jusqu'alors.

Effacer les choix passés...

Il n'y avait, paraît-il, aucune alternative. En guise de stratégie, il fallait subir les prétendues lois de la concurrence, en affectant de les dompter. Conséquence : les pertes cumulées du groupe Le Monde sur six exercices consécutifs se seraient élevés à 146 millions d'euros [21]. La dette du groupe s'élevait, en 2007, à 150 millions d'euros. À la fin de cette même année, la cession des journaux du Midi (dont *Le Midi libre*) au groupe Sud-Ouest a permis de la ramener à 97 millions d'euros. Mais l'exercice 2007 s'est soldé par un nouveau déficit de près de 20 millions d'euros. Or cette hémorragie financière est la conséquence directe d'un choix stratégique, celui du trio Minc-Colombani-Plenel : constituer un groupe dont la taille permettrait de garantir l'indépendance de son « navire amiral » et de ses « flotteurs » comme disait Minc afin de le protéger des appétits des industriels et des financiers... auxquels la porte a cependant été ouverte, de toutes les façons.

Cruel épilogue en perspective ? La prise de contrôle du *Monde* par Lagardère et Prisa qui reviendrait d'abord à acquérir une dette de près de 100 millions d'euros [22].

... et les perpétuer

Une fois, de plus il n'y aurait pas d'autre alternative....que de prolonger les choix « inévitables » effectués jusque-là. Comme ce fut et c'est encore le cas à *Libération* [23].

Expropriés de leurs propres entreprises, les salariés du *Monde* et du groupe Le Monde ont subi et subissent, de surcroît, la capilotade économique, ses conséquences sociales et la captation prédatrice des actionnaires et des dirigeants qui les servent. Colombani, Minc et Plenel, comme l'expliquaient Pierre Péan et Philippe Cohen dans *La Face cachée du Monde*, ont mis en place dès la fin des années 1990 une « *stratégie du tiroir-caisse* » consistant à « *financer la croissance interne d'un groupe par les sociétés qu'il "achète"* [24] ». Une stratégie assumée non sans cynisme : évoquant les 30 millions d'euros provenant de la vente des immeubles des PVC, Alain Minc expliquait encore le 12 février 2008 dans *Le Figaro* : « *En "se payant sur la bête", Le Monde a évité le pire.* »

Mais le pire n'a pas cessé ... d'empirer. Aussi les successeurs de Minc et Colombani ont-ils décidé de céder l'éditeur de presse Fleurus intégré aux Presses de la Vie Catholique, (PVC), un groupe « *dépecé* » depuis son acquisition par

Le Monde en 2003, comme le dit Luc Le Chatelier, délégué syndical SNJ [25] qui ajoute : « *Morceau par morceau, tout fout le camp !* » Pas pour tout le monde. La revente des actifs et la cession des filiales insuffisamment rentables génèrent du cash quand les titres profitables sont conservés.

Cette « *attitude prédatrice* » dénoncée par l'intersyndicale du pôle magazines (*Le Monde* du 9 mai 2008) ne concerne pas que les actifs. Les « *marques* » sont aussi concernées. Au *Monde*, comme au *Figaro* ou à *Libération*, les actionnaires cherchent à mettre la main sur l'identité de ces titres « *prestigieux* » pour constituer les « *global média* » de demain [26] ou, à tout le moins, pour tenter d'agrèger des « *audiences* » Internet génératrices de rentrées publicitaires. « *En règle générale, remarque [Le Monde diplomatique](#), les réductions d'effectifs s'accompagnent d'une diversification multimédia engagée dans l'espoir de capter des ressources publicitaires nouvelles.* » Pour mettre en oeuvre cette diversification, ce qu'il reste des rédactions est restructuré. Ainsi, au *Parisien/Aujourd'hui en France*, une rédaction pluri-média a été créée. Ses journalistes écrivent pour le journal papier comme pour le site Internet [27].

De telles restructurations ont eu lieu depuis plus d'un an et demi au *New York Times* et plus récemment au *Daily Telegraph* (Grande-Bretagne). Un responsable du quotidien australien *Sidney Morning Herald* explique avec franchise : « *Chez nous, on ne travaille plus pour un journal mais pour une entreprise de médias, avec un contrat de travail unique. Il a fallu beaucoup négocier car les journalistes sont en général très conservateurs et très peu informés des évolutions du monde réel* [28]. » En France, en tous cas, certains d'entre eux sont déjà mobilisés contre cette « *mutualisation des contenus* » entre médias ou entre supports. Celle-ci fait l'objet d'un conflit en cours au sein du groupe Ebra (*Le Progrès, Les Dernières Nouvelles d'Alsace,...*) [29].

Et maintenant ?

Pour la presse vespérale, quel bilan ? « *Le Monde est une maison malade qu'il faut soigner et guérir à tout prix* », déclare Éric Fottorino dans un entretien aux *Echos* (7 mai 2008). Mais la guérison proposée ne peut qu'aggraver la mal.

A court terme, au *Monde* comme ailleurs dans la presse, les urgences défensives qui s'imposent aux salariés, placés dans une situation d'autant plus difficiles qu'ils se mobilisent entreprise par entreprise, sans bénéficier ni de la mobilisation de leurs lecteurs, ni d'une solidarité élargie, permettra peut-être de sauver ce qui peut l'être. Mais elle ne permettra pas d'inverser des tendances d'autant plus puissantes que la question des médias, éminemment politique, a été abandonnée aux prétendues fatalités qu'invoquent les stratèges pour habiller leur propre politique.

S'opposer à cette politique implique l'élaboration de propositions alternatives. Pour tenter de libérer le secteur des médias de l'emprise de l'argent, un pôle public et associatif des médias sans but lucratif, véritable service public de l'information et de la culture doit ainsi être défendu comme la modification radicale de l'aide publique à la presse.

S'opposer à cette politique implique aussi la reconstruction d'un rapport de force. La convergence est d'autant plus nécessaire, la question peut d'autant moins être sous-traitée aux seules organisations syndicales que le problème dépasse la question des conditions de travail des salariés des médias et celle de leur droit d'informer. Quand Lagardère prend le contrôle du *Monde*, quand Dassault possède *Le Figaro* et quand l'actionnaire de référence de *Libération* s'appelle Rothschild, ce qui est en jeu c'est le droit à l'information des citoyens ; ce qui est en jeu, ce sont les questions des formes d'appropriation des médias et des modalités de leur financement.

Le Conseil National de la Résistance s'est posé ces questions à la *Libération*. Elles l'ont amené à se fixer comme objectif dans son programme de mars 1944 la transformation de l'ordre médiatique pour assurer « *la liberté de la presse, son honneur et son indépendance à l'égard de l'Etat, des puissances d'argent et des influences étrangères* »

En 2004, certains résistants lançaient un [appel, publié ici même](#), qui invitait, notamment, sur cette question des médias, à remettre leur ouvrage sur le métier. Il se concluait ainsi : « *Nous appelons enfin les enfants, les jeunes, les parents, les anciens et les grands-parents, les éducateurs, les autorités publiques, à une véritable insurrection pacifique contre les moyens de communication de masse qui ne proposent comme horizon pour notre jeunesse que la consommation marchande, le mépris des plus faibles et de la culture, l'amnésie généralisée et la compétition à outrance de tous contre tous. Nous n'acceptons pas que les principaux médias soient désormais contrôlés par des intérêts privés, contrairement au programme du Conseil national de la Résistance et aux ordonnances sur la presse de 1944. Plus que jamais, à ceux et celles qui feront le siècle qui commence, nous voulons dire avec notre affection : "Créer, c'est résister. Résister, c'est créer".* »

Cette résistance à longue portée fait, elle aussi, partie des urgences.

Grégory Rzepki

[1] Lire [« Au Monde, les stratégies planifient et les salariés trinquent »](#).

[2] *Le Plan B* n°13.

[3] « La retraite en fanfare », *Le Monde* du 29 avril 2005.

[4] *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005, p. 229.

[5] « La fin des journaux », *Le Débat*, janvier-février 2008.

[6] Selon TNS Media Intelligence, cité par *Le Monde* (12 février 2008).

[7] Selon TNS Media Intelligence, cité par *Stratégies* (24 avril 2008).

[8] *Ibid.*

[9] Étude d'audience EPIQ, citée par *Stratégies* (24 avril 2008).

[10] Voir, ici même [« Internet, les transformations de l'espace médiatique et de l'information »](#).

[11] « Histoire des médias et crise des médias. L'ancien et le nouveau » in *Pour une analyse critique des médias*, éditions du Croquant, 2007, p. 28.

[12] *Art. cité.*

[13] Dans un premier temps, nous avons commis une erreur en citant l'article du *Débat* qui compare les valeurs des actions en les rapportant aux résultats. Un correspondant nous a signalé ce problème et nous l'en remercions. *Note d'Acrimed, le 27 mai 2008.*

[14] L'article de Wolff s'intitule « Is This the End of News ? ». Il est paru dans *Vanity Fair* en octobre 2007.

[15] Lire ici même [« Laurent Joffrin règne sur Libération : changement ou faux-semblants ? »](#).

[16] Sur ce projet, on peut lire ici même [« Pour Le Monde publicité et la direction du Monde. « Nous sommes tous des CSP+ »](#).

[17] Cité par [Challenges.fr](#).

[18] Lire Pierre Rimbert, « Sociétés de rédacteurs, un rêve de journaliste », *Le Monde diplomatique*, mai 2007.

[19] Voir ici même [« Une information malade, c'est une démocratie en danger ! »](#).

[20] Cité par Alain Rollat, *Ma part du Monde*, Les Editions de Paris, mai 2003, p.138. Avec d'autres, Acrimed a remis cette proposition dans le débat et suggère notamment de réserver l'aide à la presse aux titres recourant à ce statut et à la presse associative. Lire ici même [« Pour la constitution de sociétés de presse à but non lucratif »](#). Les moyens ainsi dégagés permettrait de concrétiser un pluralisme aujourd'hui très théorique et néanmoins toujours plus menacé...

[21] D'après *Stratégies*, le 21 juin 2007.

[22] Lire ici même nos articles précédents sur la situation du groupe : [« Un Monde sans Colombani »](#) et [« Un Monde sans Minc ? »](#).

[23] Lire notamment [« "Libération, de Sartre à Rothschild" \(extrait de\) : L'engrenage »](#) et [« Libération, d'un Joffrin à l'autre »](#).

[24] *La Face cachée du Monde*, Mille et une nuits, 2003, p.565.

[25] Cité par [Libération.fr](#), le 17 avril 2008.

[26] Sur cette captation des marques et celle du *Monde* en particulier, on peut lire : [« Les nouveaux maîtres du Monde. En attendant Lagardère ? »](#).

[27] Voir [LeNouvelobs.com](#).

[28] Cité par Vincent Giret et Bernard Poulet, *art. cité*.

[29] Lire ici même [« Offensive contre les journalistes du groupe Ebra »](#).