

<http://www.acrimed.org/Double-peine-publicitaire-pour-les-lecteurs-des>



En Bref

Double peine publicitaire pour les lecteurs des Inrockuptibles

- Les médias - Economie et publicité - Publicité : dépendances économiques et éditoriales -



Date de mise en ligne : mardi 10 octobre 2017

Copyright © Acrimed | Action Critique Médias - Tous droits réservés

Dans *Les Inrockuptibles* du 13 septembre on peut voir :

- en pages 2 et 3 une publicité pour « Black opium », un parfum Yves Saint Laurent.



- en pages 20 et 21 un hommage émouvant à Pierre Bergé décédé le 8 septembre et qui fut le co-fondateur de l'entreprise Yves Saint Laurent [1]. Pierre Bergé, 363è fortune française selon le « Classement *Challenges* 2016 », était co-actionnaire du *Monde* avec Xavier Niel et Matthieu Pigasse qui est le propriétaire des... *Inrockuptibles*.



Toujours dans le même numéro de l'hebdomadaire de M. Pigasse [2] on peut voir :

- en pages 8 et 9, une double page de publicité pour « Miss Dior », un parfum Dior ;



- en pages 56 et 57, un article enthousiaste sur une exposition consacrée à Christian Dior [3].



Comme dans la plupart des hebdomadaires d'information politique et générale, dans ce numéro des *Inrockuptibles*, plus du quart de la pagination est occupé par des publicités [4]. Un envahissement publicitaire qui est un problème en soi. Problème d'autant plus grave lorsqu'à des pages de réclame répondent des articles mettant

avantageusement en avant le produit, ou la marque, vanté et vendu par ailleurs. On est alors en droit de se poser quelques questions : s'agit-il d'une fâcheuse coïncidence, peut-être même rendue possible par une séparation absolument imperméable - et vertueuse - entre la rédaction et la régie publicitaire du magazine ? Ou au contraire, la rédaction a-t-elle opportunément signalé à la régie la préparation d'articles plutôt aimables pour deux marques de luxe qui ont tenu à saluer l'effort par l'achat de ces pages ? Quelle que soit la réponse à ces questions, c'est bien évidemment le problème du poids de la publicité dans le modèle économique des médias, et ses conséquences sur l'indépendance des rédactions, qui est ici posé.

Denis Souchon

[1] « *Un homme qui, à travers l'aventure Saint Laurent et ses nombreux engagements a marqué son époque.* »

[2] Hebdomadaire qui fut un temps rebaptisé le [Télérama des petits bobos](#) par le journal aujourd'hui disparu, *Pour lire, pas lu.*

[3] « *Couturier légendaire (...) la grande modernité du couturier (...)* »

[4] 27 % exactement