

Serge July, patron de presse, stratège de papier et conseiller de Jacques Chirac

Des éditorialistes et des chroniqueurs favorables au Traité constitutionnel, on a pu en lire et en entendre beaucoup pendant la campagne référendaire, ceux-ci usant et abusant de la position dominante qu'ils doivent à leur appartenance à des médias dominants. La plupart se sont présentés comme des « pédagogues » en campagne, monopolisant quasiment la parole journalistique. Mais le seul qui ait réussi dans le rôle de conseiller du Prince à piétiner les valeurs dont se réclame le média dans lequel il s'exprime est Serge July. Parvenu au sommet du cynisme, il a accompli tout ce que peut de pire l'éditorialisme.

Ainsi, dans le quotidien *Libération* du 26 mai 2005, on peut lire un surprenant éditorial de Serge July, PDG du journal et directeur de la publication. On sait qu'il n'intervient désormais que rarement dans son journal et ne se fait éditorialiste, comme, au *Monde*, Beuve-Méry autrefois ou Jean-Marie Colombani aujourd'hui, que dans les « grandes occasions ». L'annonce par les sondages d'une victoire probable du « non » au référendum de ratification du Traité constitutionnel lui semble être un événement suffisamment grave pour qu'il publie un éditorial titré « Pour sauver le oui ».

Nul ne contestera à Serge July le droit d'être favorable au Traité, de l'écrire et de donner ses raisons. Mais ce n'est pas ce qu'il fait. Il endosse, dans cet éditorial, le rôle de conseiller du chef de l'Etat. S'adressant à lui, il lui indique la stratégie qui, à ses yeux, pourrait encore faire gagner le « oui ». Une telle posture en dit déjà très long sur le rôle que prétendent jouer et le pouvoir que s'attribuent certains éditorialistes. Mais là où Serge July l'emporte sur tous les autres, c'est que, nouveau conseiller autoproclamé du Prince, il prend à témoin les lecteurs de *Libération*, son journal, d'un plan de bataille qui, livré gratuitement à Jacques Chirac, se propose et lui propose cyniquement, si l'on permet l'expression, de « baiser la France d'en bas » d'où viennent toutes les réticences, et cela doublement.

Selon Serge July, en effet, « les Français veulent majoritairement sanctionner les équipes sortantes » et c'est pour cela qu'ils « sont dérangés par l'envie de dire à nouveau 'non'. Un 'non' qui vise Jacques Chirac, Jean-Pierre Raffarin, la politique gouvernementale, et qui frappe l'Europe au passage. » July conseille donc à Chirac, le jour même de l'ultime allocution télévisée que celui-ci doit prononcer, de promettre de dissoudre l'Assemblée en septembre pour que les Français puissent voter deux fois, une fois pour l'Europe et une fois contre le gouvernement. Mais pourquoi Jacques Chirac devrait-il prendre, une nouvelle fois, le risque d'une dissolution ? Selon Serge July, la raison est toute simple : c'est que celle-ci serait sans risques. Notre stratège de papier explique, en effet, que « les partis

de gauche, après plusieurs mois passés dans la lessiveuse du référendum, se trouveront dans une situation dramatique, sans programme, sans leaders, divisés comme jamais, au bord de l'explosion, rendant très difficiles les indispensables reports de voix. » La conclusion dès lors s'impose : « Jacques Chirac peut trouver des avantages politiques à dissoudre et même à espérer, cette fois, gagner la législative. »

Autrement dit, par cette stratégie politicienne audacieuse qu'il conseille au Président, non seulement notre éditorialiste pense faire gagner le « oui » mais, en outre, il pense aussi faire gagner Chirac aux prochaines législatives.

On peut se demander si les lecteurs de *Libération* sont vraiment les destinataires d'un tel éditorial et si Serge July n'aurait pas mieux fait de demander audience à Chirac pour lui faire part, en privé, de ses avisés conseils. Le pouvoir que Serge July pense avoir (comme d'ailleurs d'autres directeurs de journaux influents) et la position en surplomb du jeu politique qu'il prétend occuper le rendent imprudent, plus imprudent encore que Patrick Le Lay, le PDG de TF1, lorsque ce dernier déclarait à peu près que la vocation de sa chaîne était de fournir du temps de cerveau disponible à Coca-Cola [1]. Ce dernier avait au moins l'excuse qu'il s'adressait à des publicitaires et pensait sans doute que ses propos ne sortiraient pas du cercle des professionnels de la profession. Serge July fait mieux et publie son texte dans son journal, et même en bonne place pour que tous les lecteurs ne le ratent pas et même pour qu'il puisse être cité dans les revues de presse.

On serait presque tenté, « pour sauver July », de faire une hypothèse absurde, à savoir que celui-ci serait, en fait, un partisan caché du « non » particulièrement retors : en vendant la mèche et en expliquant ce qui est derrière la stratégie visant à distinguer le référendum sur l'Europe et la politique intérieure, ne dénonce-t-il pas, en effet, le piège qu'il semble proposer à Chirac, et n'invite-t-il pas, par là même, ses lecteurs-électeurs à ne pas séparer dans leur vote l'Europe et la politique intérieure (cette dernière n'étant pas, faut-il le rappeler, sans liens avec la politique préconisée par l'Europe) et donc, en définitive, à se prononcer en faveur du « non » ?

Malheureusement, les choses sont probablement plus banales : Serge July, avec une certaine indécence, nous montre à quoi est occupé son propre temps de cerveau disponible aujourd'hui. On aimerait bien savoir si la rédaction a réagi à cet éditorial dans la mesure où il est une véritable insulte au journal, à son passé comme à son présent. Que *Libération* qui se pense encore un peu un quotidien « de gauche » puisse publier un tel éditorial, n'est-ce pas tromper les lecteurs sur le journal qu'ils sont censés acheter ?

L'une des dérives du journalisme politique - que la télévision tend à encourager - consiste à s'intéresser moins aux programmes qu'aux stratégies personnelles des responsables politiques, moins au fond des problèmes qu'à l'aspect « people » de la lutte politique. L'on s'accorde à penser que cette campagne électorale, sous la poussée essentiellement des partisans du « non », a obligé les médias à traiter aussi, non sans biais, le fond du débat. Serge July, qui boucle là sa longue trajectoire dans le journalisme, innove une fois de plus en inventant un nouveau type de journaliste : l'éditorialiste qui travaille contre le camp auquel il prétend (encore) appartenir. « Sartre, réveille-toi. Serge est devenu fou ! »

Patrick Champagne