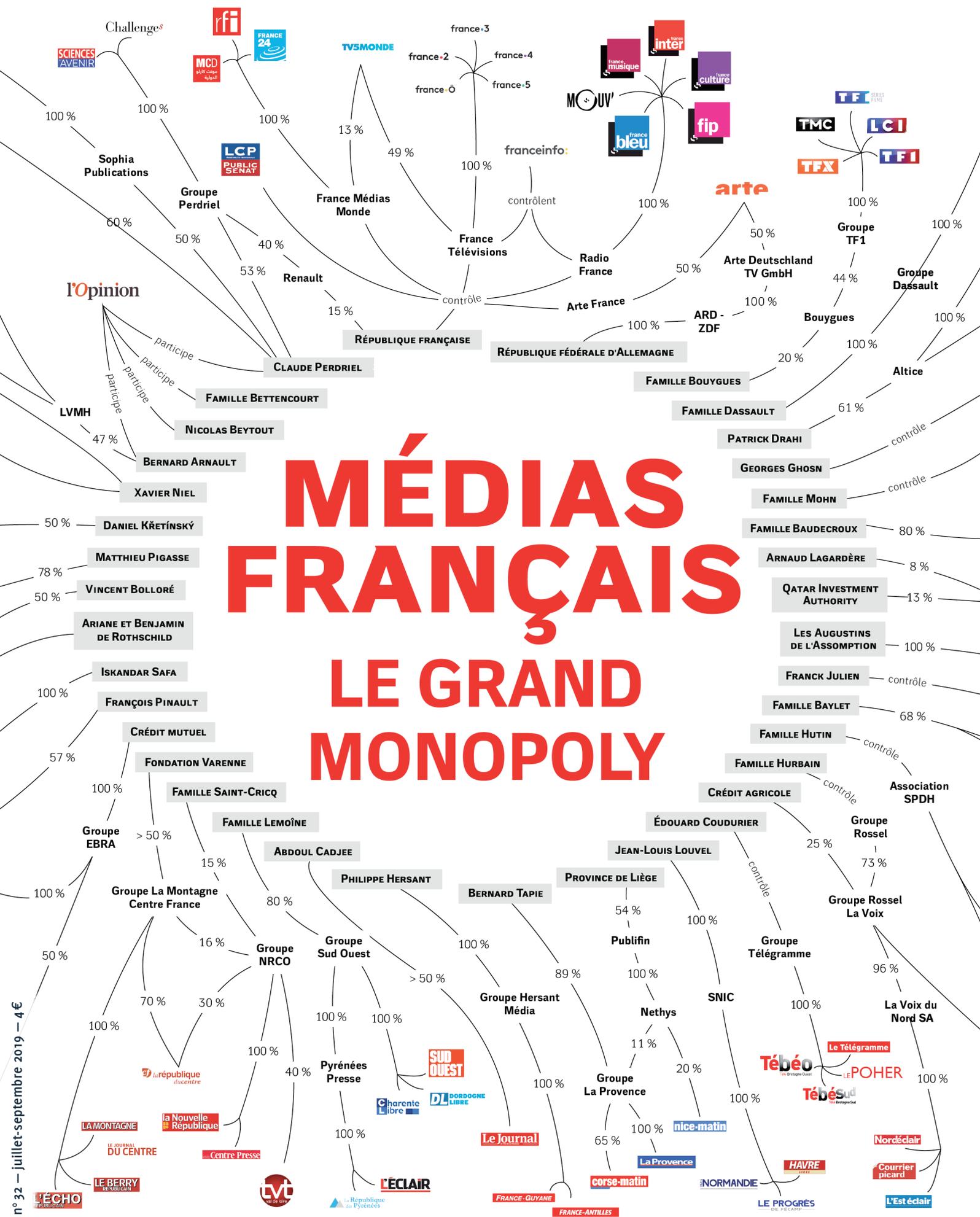


# MÉDIACRITIQUE(S)

## MÉDIAS FRANÇAIS LE GRAND MONOPOLY





## SOMMAIRE

3. Concentration des médias : le bal des vampires
8. Une législation contre — ou pour? — la concentration
11. La mise au pas des médias par Drahi et Bolloré
13. Quand *Le Monde* parraine une start-up parrainée par Niel  
Poster à détacher  
Médias français — qui possède quoi?
15. À *Direct Matin*, Autolib rime avec autopub
17. Lire *L'Empire*, de R. Garrigos et I. Roberts
19. Les Dassault fêtent le Rafale
21. Et Bolloré croqua Édits
22. « Intrusion » à la Salpêtrière : désinformation générale

### Médiacritique(s)

Le magazine trimestriel d'Acrimed

**Directeur de la publication**  
Mathias Reymond

**Ont collaboré à ce numéro**  
Vincent Bollenot, Jérémie Fabre, Maxime Friot, Benjamin Laguès, Frédéric Lemaire, Jean Pérès, Pauline Perrenot, Julien Salingue

**Illustrations**  
Colloghan

**Secrétaire de rédaction**  
Olivier Poche

**Imprimé par**  
Espace Imprim  
46, rue de Paradis – 75010 Paris

**Commission paritaire:** 1223 G 91177  
**ISSN:** 2256-8271  
**Dépôt légal:** juillet 2019

Tous les articles publiés sont le produit d'un travail collectif et engagé collectivement l'association Acrimed. C'est pourquoi, sauf exception, ils ne sont pas signés.

Si la santé des médias français va en se dégradant, la presse reste une cible de choix pour les milliardaires omnivores, à la fois propriétaires de titres et actionnaires dans le monde industriel, ou dans celui des télécoms. Un cocktail garantissant le meilleur des conflits d'intérêts, sur fond d'influence politique (p. 3). Dernier exemple en date: Xavier Niel, qui lorgne sur le rachat de 34 % du quotidien Nice-Matin, une part actuellement détenue par le groupe belge Nethys, tandis que les 66 % du capital restant appartiennent à la majeure partie des salariés via leur société coopérative d'intérêt collectif. Dans cette nouvelle partie de Monopoly, l'homme d'affaires livre bataille contre Iskandar Safa, patron d'une multinationale de construction navale et propriétaire de Valeurs actuelles.

Comme le précise Libération (25 juin), Nice-Matin reste « un très bel actif qui, en prime, dispose d'emprises foncières, valorisées plusieurs dizaines de millions d'euros, près de l'aéroport de Nice ». Qui plus est, ce support encore largement diffusé tomberait à pic pour Xavier Niel, attiré depuis quelques années par la Côte d'Azur selon Le Monde (16 juin): « Après avoir racheté l'opérateur Monaco Telecom en 2014, [il] a co-fondé avec l'État monégasque un incubateur d'entreprises sur le Rocher en 2017. La technopole Sophia Antipolis, à Antibes, doit également accueillir d'ici à 2022 une antenne de la Station F, la pépinière de start-up créée par Xavier Niel à Paris. »

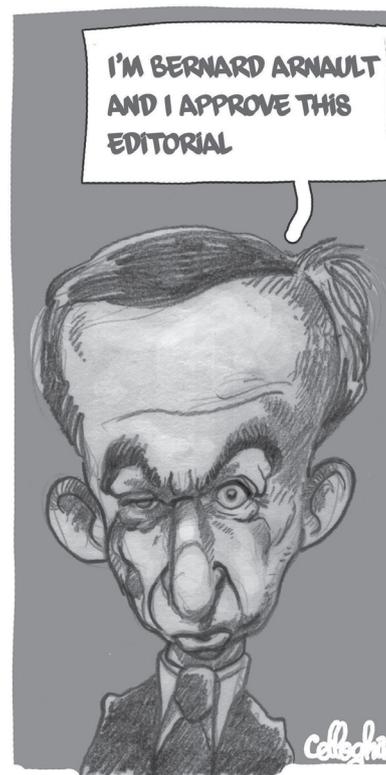
Concevoir un journal comme une vitrine promotionnelle? D'autres propriétaires de médias ne s'en privent pas (p. 15 et 19), et Xavier Niel n'en serait lui-même pas à son coup d'essai (p. 13). Bien sûr, le milliardaire a prétendu vouloir « aider » Nice-Matin, dans un élan de philanthropie qu'il partage avec ses camarades propriétaires (p. 17), animés par leur amour de la presse libre et le respect du code du travail (p. 11). Ainsi livrés à la prédation des industriels, les médias évoluent ces dernières années sur l'auto-route d'une concentration accrue, facilitée en France par l'absence de

régulation à même de freiner les conquêtes capitalistes (p. 8).

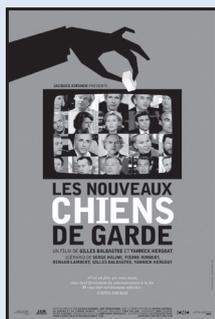
Alors que la nécessité d'une lutte politique sur le terrain des médias se fait de plus en plus pressante, Acrimed formule des propositions, ciblant notamment la possession des médias privés, l'organisation des rédactions, sans oublier les médias dits « alternatifs » et le service public (p. 10).

Livré aux saignées des gouvernements depuis des décennies, l'audiovisuel public est d'ailleurs à nouveau dans le collimateur de l'équipe Macron, qui a annoncé une baisse des dotations de 20 millions d'euros à Radio France, reconvertie en objectif d'économies chiffrées à 60 millions d'euros par la très zélée Sibyle Veil, ancienne camarade de promotion du président de la République à l'ENA, et ancienne détricoteuse de l'AP-HP.

Reste que ces attaques ont généré une journée de grève massive sur les antennes... Face à un tel rouleau compresseur managérial et libéral, face à un tel recul du droit des salariés des médias, leur mobilisation, aux côtés de toutes celles et ceux qui sont attachés au droit d'informer et d'être informé, est plus que jamais nécessaire.



# MÉDIA(BOU)TIQUE



DVD – 18,40 €



15 €



T-SHIRT – 13 €



TOTE-BAG – 7,50 €



1. 2. 3. 4.  
5. 6. 7. 8.  
AUTOCOLLANTS CONÇUS ET RÉALISÉS PAR SÉBASTIEN MARCHAL

Adhérer  
Acheter en ligne  
boutique.acrimed.org

>> Je fais un don de soutien à Acrimed d'un montant de .....

>> J'adhère ou je renouvelle mon adhésion à Acrimed

- Cotisation de base: **40 €**       Chômeurs indemnisés, précaires, étudiants: **10 €**  
 Revenus > 2000€ mensuels: **70 €**       Chômeurs non indemnisés, bénéficiaires du RSA: **5 €**

>> Je m'abonne pour un an (soit quatre numéros) à *Médiacritique(s)* à partir du n° ...

- Tarif adhérent: **10 €**       Tarif normal: **15 €**       Tarif de soutien: **20 €** (ou plus...)  
 Union européenne et Suisse: **25 €**       Reste du monde: **32 €**

>> Je commande (frais de port compris – pour les commandes groupées et pour l'étranger, nous contacter)

- Le t-shirt « La télé commande » (gris et bleu): **13 €**. XL – S (entourer la taille choisie)  
 Le t-shirt « Opinons » (noir et bleu): **13 €**. Homme: L – M – S // Femme: M – S – XS – XXS  
 Le tote-bag « Opinons » (noir et bleu): **7,50 €**  
 Le magazine *Médiacritique(s)*: **3,50 €** le n° (épuisés: n°s 1, 2, 11, 12, 18 et 23). N°(s) .....  
 Le livre *L'Opinion, ça se travaille...*, aux éditions Agone: **12,50 €**.  
 Le livre *Au nom de la démocratie, votez bien!*, aux éditions Agone: **15 €**.  
 Le DVD des *Nouveaux Chiens de garde*: **18,40 €**.  
 Des autocollants: prix libre (min. **2 €** pour frais de port). Indiquez vos préférences grâce aux numéros; sinon vous recevrez par défaut un assortiment.

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Téléphone : ..... Email : .....

Signature :

Bulletin à découper, photocopier ou recopier sur papier libre,  
 et à renvoyer, accompagné d'un chèque à l'ordre de « **Action-Critique-Médias** », à l'adresse suivante:  
 Acrimed – 39, rue du Faubourg-Saint-Martin – 75010 Paris  
 Tél. : 09 52 86 52 91 — Email : acrimedinfo@gmail.com

# CONCENTRATION DES MÉDIAS : LE BAL DES VAMPIRES

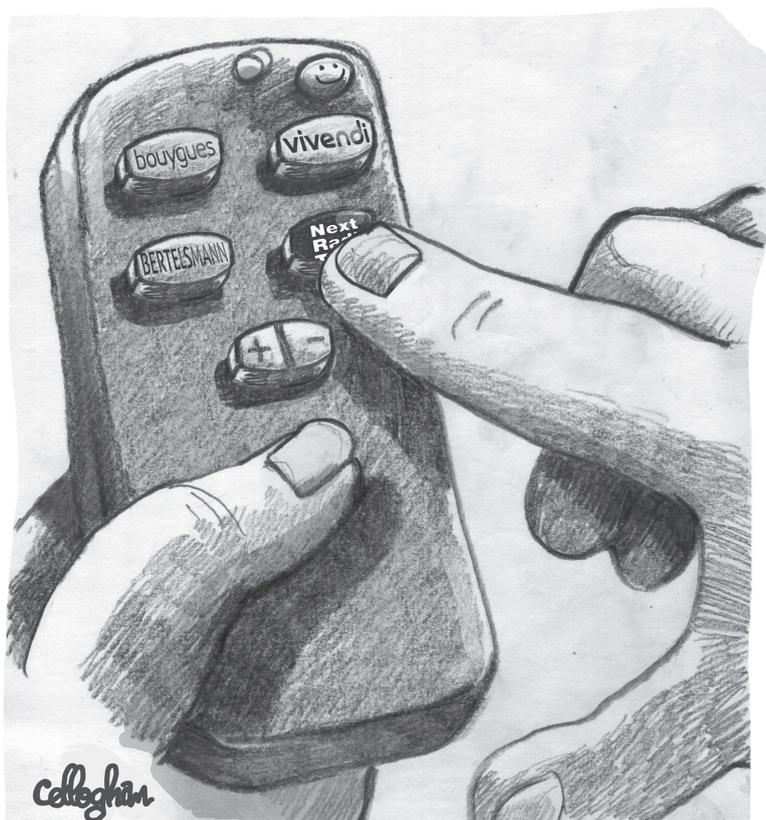
*En France, un petit groupe de capitalistes contrôle donc l'essentiel des moyens privés de production de l'information télévisuelle et radiophonique (ainsi que leurs sites internet). Des propriétaires appartenant évidemment à la même classe sociale, tout à la fois PDG d'entreprises transnationales, capitaines d'industrie, financiers et gestionnaires de conseils d'administration. Leurs activités les amènent à s'échanger régulièrement leurs parts dans les diverses entreprises qu'ils possèdent afin de consolider leurs positions ou leurs stratégies respectives. Retour sur ce « bal des vampires » et sur les facteurs expliquant la concentration dans les médias français.*

C'est Patrick Drahi qui a ouvert le bal des concentrations importantes de ces dernières années, en acquérant, à l'été 2014, l'un des cinq quotidiens nationaux d'information générale encore existants : *Libération*. Un rachat dont nul ne s'était à l'époque indigné, bien au contraire : bien des médias avaient alors salué en Patrick Drahi... le sauveur de *Libération*<sup>1</sup>.

Quelques mois plus tard, Drahi rachète la totalité du 5<sup>e</sup> groupe français de presse magazine, Express-Roularta (*L'Express*, *L'Expansion*, le groupe L'Étudiant...), avant de s'octroyer le groupe NextRadioTV, un groupe plurimédia rassemblant entre autres BFM-TV et RMC, dirigé à l'époque par Alain Weill, qui intègre en bonne place la structure de Patrick Drahi. Notons, au passage, qu'Alain Weill sera nommé PDG de SFR, propriété du même Patrick Drahi, en novembre 2017 dans un concert de louanges orchestré par *Les Échos*, vantant le « flegme », la « sobriété » et le « brio » de l'homme d'affaires, tour à tour qualifié de « travailleur acharné », « créatif » et, *in fine*... de « mini Drahi ».

Après le rachat de Drahi, tout s'accélère. La première fortune de France Bernard Arnault, déjà propriétaire des *Échos*, gobe *Le Parisien* et *Aujourd'hui en France*. De son côté, le milliardaire breton Vincent Bolloré s'empare de Canal+ en prenant les rênes de sa maison mère, Vivendi, et réorganise avec la brutalité qui le caractérise les médias du groupe (Direct 8 devient C8, les rédactions du quotidien *Direct matin* et d'I-télé et fusionnent et deviennent CNews, tandis que la grève des salariés d'I-télé est piétinée par la direction...).

Le Groupe Le Monde (*Le Monde*, *Télérama*, *Courrier international*...), cogéré par les grandes fortunes Xavier Niel, Matthieu Pigasse et Pierre Bergé, acquiert 100 % des publica-



tions de *L'Obs*. À la mort de Pierre Bergé en septembre 2017, Niel et Pigasse se partagent ses parts. Mais la montée subite (49 %) du milliardaire tchèque Daniel Kretinsky (*Marianne*, *Elle*...) au capital de la holding de Matthieu Pigasse pourrait remettre en cause le pacte d'actionnaires et déclencher une période de troubles à la direction du Groupe Le Monde.

On a ainsi observé, en quelques mois, un vrai chamboulement du paysage médiatique, avec la constitution ou le renforce-

ment de groupes détenteurs des titres variés dans différents types de médias: presse écrite, télévision, radio, sites internet. Après une période aussi mouvementée dans le grand Monopoly des médias, on se pose volontiers cette question: qui détient les médias privés en France? *Le Monde diplomatique* et nous-mêmes y répondons par une infographie<sup>2</sup>. On y compte un petit nombre de groupes se partageant la quasi-totalité des médias « traditionnels » (presse, radio, télé) de diffusion nationale, et leurs déclinaisons sur Internet. Pour la plupart de ces groupes, la branche « média » ne représente qu'une part seulement de leurs activités.

Dans la presse régionale, on est passé de 150 titres en 1945 à une soixantaine à peine aujourd'hui. D'après *La Croix*, « *derrières ces journaux locaux, se cachent en réalité à peine une dizaine de groupes de presse. Le groupe Ebra concentre, par exemple, l'ensemble de la presse quotidienne régionale de l'Est français, après le grignotage progressif des titres par le Crédit mutuel, principal actionnaire du groupe, depuis 2006* ». Chaque groupe de presse régionale se retrouve ainsi en position de monopole sur plusieurs départements.

Cette frénésie de concentration appelle une première question: quels sont les facteurs qui expliquent une telle évolution? Si les journalistes décrivent factuellement les opérations qui conduisent à la concentration du secteur des médias, allant parfois jusqu'à questionner leur bienfondé<sup>3</sup>, rares sont les titres des médias dominants à avoir analysé de façon critique les causes de ce phénomène. Des causes qui touchent à deux facteurs: d'une part les bouleversements dans les modèles économiques des médias, conséquents au développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ainsi qu'à la financiarisation du secteur des médias; et de l'autre, les intérêts des grands propriétaires des médias en termes d'influence.

## LA LOI DU CAPITAL ET LES DÉVELOPPEMENTS NTIC

Le secteur d'activité des médias s'inscrit dans un environnement économique capitaliste, fondé sur la recherche du profit maximal, et donc sur l'accroissement sans fin du capital; un environnement financiarisé, dominé par la gestion actionnariale, la cotation boursière et la rentabilité à court terme; un environnement conçu comme un marché, à l'échelle mondiale, régi par la loi de la concurrence (non faussée par un quelconque principe de régulation), où le capital a tendance à se concentrer entre un nombre de mains toujours plus réduit<sup>4</sup>.

C'est dans cet environnement propice aux regroupements capitalistiques que s'inscrit l'économie des médias, avec les mêmes impératifs de rentabilité qu'ailleurs. Or, depuis le début des années 2000, une nouvelle donnée apparaît, essentielle, qui va bouleverser les activités du tertiaire en général et des médias en particulier: Internet et les NTIC. Censées constituer l'axe majeur de « l'économie de demain<sup>5</sup> », les NTIC sont devenues la nouvelle poule aux œufs d'or des investisseurs. Des deux côtés de l'Atlantique, la course est lancée, tant dans l'acquisition des « autoroutes de l'information » que dans celle des « contenus ».

Ainsi s'explique la double activité médias-télécoms de quelques-uns de nos magnats de la presse, souvent de jeunes premiers dans cet univers très fermé: Patrick Drahi ou Xavier Niel. Sans oublier les vieux de la vieille, comme Martin Bouygues (Bouygues Télécom et TF1), ou encore Vincent Bolloré, qui pousse à son paroxysme le phénomène d'« intégration verticale » — le fait, pour un capitaliste, de posséder différentes structures et entreprises couvrant tout ou partie des activités de la chaîne de production et de distribution d'un produit. *L'Empire, Comment Bolloré a mangé Canal+* (voir p. 17) de Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts en offre une description exemplaire.

## A comme... actionnaires

### Novembre 2017

**« Paradise papers » : Bernard Arnault attaque *Le Monde* au portefeuille.** — Le milliardaire Bernard Arnault a été cité dans les révélations du *Monde* sur les bonnes affaires de son groupe dans des paradis fiscaux. Cela n'a semble-t-il pas été sans conséquence: d'après *Le Canard enchaîné* du 15 novembre, *Le Monde* « s'est vu retirer jusqu'à la fin de l'année les pages de pub de LVMH [propriété de Bernard Arnault], soit un manque à gagner de 600 000 euros ».

### Nouvelle censure de Vincent Bolloré à Canal+.

— Un documentaire a été censuré suite à la demande directe du propriétaire de la chaîne, le milliardaire Vincent Bolloré. Diffusé en France le 15 octobre 2017 dans l'émission « L'Effet papillon », « Lâche le trône » est un documentaire à charge contre le président du Togo, Faure Gnassingbé... un des partenaires économiques privilégiés du grand patron de Canal+.

### Décembre 2017

### Censure de Vincent Bolloré à Canal+ (suite).

— Malgré sa déprogrammation de Canal+, le documentaire « Lâche le trône » a été diffusé par erreur en Afrique par Canal+ international. En interne, Vincent Bolloré a exigé le licenciement pour faute grave d'une chargée de la programmation, ainsi que de François Deplanck, n° 2 de Canal+ international.

### Janvier 2018

### Licenciement politique programmé du directeur de la rédaction de *L'Obs*.

— Une couverture de *L'Obs* critiquant la politique migratoire d'Emmanuel Macron a probablement coûté sa place au directeur de la rédaction Matthieu Croissandeau. Malgré la publication d'une mise au point dans laquelle il justifie le recours du magazine à un visuel provocateur, il a finalement été remplacé par Dominique Nora en février 2018.

## Février 2018

### **Au *Parisien*, le propriétaire Bernard Arnault est omniprésent.**

— Deux ans après le rachat du *Parisien-Aujourd'hui en France* par le milliardaire et propriétaire du groupe LVMH, Bernard Arnault, l'indépendance éditoriale de la rédaction fait polémique. Les délégués du SNJ du quotidien ont adressé un mail à l'ensemble de la rédaction, dans lequel ils « déplorent des articles complaisants envers Bernard Arnault et ses affaires. Des sujets émanant de la direction et qui portent atteinte, selon le syndicat, à la crédibilité des journalistes du *Parisien* ». Principalement en cause, la couverture élogieuse offerte fin janvier au PDG de Carrefour, un groupe dont Bernard Arnault est un actionnaire important.

## Juin 2018

**Après trois ans d'agonie, la fin des « Guignols ».** — Après trois ans pendant lesquelles les équipes de l'émission ont subi « un sabotage en règle de la part de Vincent Bolloré » (des promesses mirifiques qui ne se réaliseront jamais, moins de moyens et plus de contraintes), les « Guignols » s'arrêtent donc définitivement.

## Juillet-août 2018

### **En difficulté, *Le Nouveau Magazine littéraire* est repris en main par son propriétaire.**

— Lancé en grande pompe à la fin de l'année 2017, *Le Nouveau Magazine littéraire* est au bord du gouffre. Le propriétaire du groupe, Claude Perdriel, aurait en conséquence évincé le directeur du journal Raphaël Glucksmann, pour le remplacer par Nicolas Domenach, ancien directeur adjoint de *Marianne*. Pour Raphaël Glucksmann, son départ forcé serait cependant dû à une ligne pas assez complaisante vis-à-vis du président Macron.

Ainsi s'explique également la constitution de grands groupes multimédias en France et partout dans le monde, prêts à se livrer bataille sur la scène mondiale pour ramener dans leur giron parts d'audience (et de marché) et recettes publicitaires. Pour l'INA, « on peut augurer qu'à court terme, il n'y aura plus que quatre ou cinq groupes d'éditeurs nationaux, alors qu'en 2005, au lancement de la TNT, ils étaient une dizaine<sup>6</sup> ». Des éditeurs nationaux qui contrôlent par ailleurs une part croissante des sociétés de production de « contenus » en tout genre (films, émissions, etc.), comme Vivendi Universal, Lagardère, et Bouygues.

Du côté de la presse papier, dont les titres sont de plus en plus inclus dans de grands groupes multimédias, la même cause (les NTIC) a produit les mêmes effets, aggravés par la « crise de la presse » dont font état l'ensemble des économistes des médias depuis de nombreuses années. Une mauvaise santé due à une baisse continue du lectorat et surtout, à la baisse des recettes publicitaires. Mais les lecteurs-spectateurs ne se sont pas volatilisés : ils sont partis sur le Web, suivis de près par les annonceurs — même si les recettes publicitaires des sites de presse en ligne sont encore loin de compenser la baisse subie par ailleurs. Dès lors, pour diffuser l'information et générer des revenus — soit par la publicité soit par les abonnements —, la solution à la crise paraît évidente : investir le Web<sup>7</sup>. Et, entre 1996 et 2007, c'est l'ensemble de la presse papier qui s'engouffre dans la « révolution numérique » (*Le Monde* en 1996, idem pour *Les Échos* et *Le Figaro* en 2006).

Bref, une solution miracle, comme le suggère le rapport de l'ancien président de France Télévisions Marc Tessier au ministre de la Culture de Nicolas Sarkozy en 2007. Mais un « miracle » qui nécessite de gros investissements pour des recettes incertaines, ce qui, dans un secteur en crise, n'est pas sans poser problème. Qu'à cela ne tienne, rassure Marc Tessier, il suffit que des « coopérations et des rapprochements puissent avoir lieu, qu'ils prennent la forme

*de projets communs, d'échanges et de participation ou de fusion et que les pouvoirs publics soient attentifs à ne pas gêner ces évolutions* ». La messe de la concentration était dite, et n'a pas été, tant s'en faut, remise en cause depuis.

## **PROPRIÉTAIRE DE MÉDIAS, UN MÉTIER D'INFLUENCE**

La prédation des grands industriels vis-à-vis de l'information et des médias soulève une interrogation récurrente : alors que dans l'ensemble des secteurs d'activité, on prend grand soin d'investir dans ce qui semble rentable, dans celui des médias, on achète alors même que le secteur est réputé en berne depuis des décennies, notamment — mais pas seulement — dans la presse papier. Dès lors, quel intérêt y aurait-il à racheter des médias qui ne cessent de perdre de l'argent — et ce y compris au prix de drastiques cures d'amaigrissement dans les rédactions ? Quel intérêt y aurait-il à multiplier des rachats qui ne peuvent de ce fait satisfaire une rentabilité financière à court, ou même à long terme ?

En dehors des montages financiers et fiscaux qui peuvent rendre ces pertes profitables à l'échelle d'un groupe, les bénéficiaires sont ailleurs, et le capital se récupère en réalité sous d'autres formes : l'influence, la valorisation de « l'image de marque » d'un groupe industriel (elle-même génératrice de profits via les autres activités du groupe), le contrôle relatif de la parole médiatique et la synergie entre les offres d'abonnement à Internet ou à un réseau téléphonique d'une part, et l'exclusivité de « contenus » d'autre part<sup>8</sup>.

Plusieurs journalistes, chercheurs et économistes des médias ont pointé, dans les stratégies de certains patrons de presse, une tentative de peser sur la présidentielle de 2017. Si cette explication n'est pas à négliger — d'autant moins que les Bolloré, Arnault, Niel et autres Bergé n'ont pas manqué d'exprimer leurs amitiés politiques au grand jour —, elle ne saurait à elle seule justifier certains rachats (ceux de Patrick

## Octobre 2018

**Le quotidien *Corse-Matin* aurait censuré des articles sur un gang criminel.** – Seul quotidien de l'île, *Corse-Matin* a publié deux articles consacrés à des tentatives d'assassinat récentes en omettant de nommer le gang local du « Petit Bar » (pourtant principal suspect dans cette affaire). Coïncidence, le nouvel actionnaire principal du quotidien, Antony Perrino, fait actuellement l'objet d'une enquête du parquet d'Ajaccio sur ses liens avec... plusieurs membres du gang du « Petit Bar »!

## Canal+ condamné pour diffusion d'un publi-reportage sur le Togo.

– Vincent Bolloré a encore frappé. En décembre 2017, un reportage promotionnel sur le Togo est diffusé sur Canal+ sans qu'aucun avertissement de cette publicité soit transmis aux téléspectateurs, qui peuvent penser à un reportage journalistique. La raison? Vincent Bolloré a manifestement voulu faire bon effet auprès du clan au pouvoir, avec qui il entretient des liens d'affaires. Résultat: une condamnation du CSA... à lire un communiqué par un présentateur une fois, hors week-end, dans les programmes en clair du service Canal+. Vincent Bolloré est KO debout...

## Novembre 2018

**Nouveau cas de censure intéressée au *Figaro*.** – La direction du quotidien du Groupe Dassault a décidé de supprimer deux articles évoquant la sortie de la bande dessinée *Cyberfatale*. La raison? Cette fiction ne présentant pas le Rafale de Dassault Aviation sous son meilleur jour, c'est sans états d'âme qu'elle a été censurée. Un énième exemple de l'indépendance éditoriale sans faille du *Figaro* vis-à-vis de son propriétaire.

## Une enquête sur un proche de Manuel Valls censurée au *JDD*.

– Une enquête compromettante pour le maire d'Évry Francis Chouat, en lice pour une élection législative partielle, a été écartée au dernier moment par Hervé Gattegno, directeur de la rédaction du *Journal du dimanche*. D'après *Marianne*, ce dernier aurait reçu des SMS de l'ancien Premier ministre Manuel Valls l'exhortant à renoncer à la publication de l'enquête. Suite à cette censure grossière, le journaliste auteur de l'enquête aurait définitivement quitté le journal.



Drahi, par exemple). En revanche, l'argument faisant valoir que les grands industriels s'achètent de l'influence (symbolique, politique, économique) en achetant des médias se vérifie dans tous les cas de figure. Ainsi du coup triple réalisé par Patrick Drahi: en investissant dans la sphère médias, il assure sa stratégie offensive sur le marché des câblo-opérateurs en disposant de quoi alimenter ses multiples tuyaux. Par là même, il se positionne comme un acteur incontournable de l'économie française.

De son côté, Bernard Arnault s'offre avec *Les Échos* et *Investir* de quoi faire mousser le petit monde des entrepreneurs. Quant à Bolloré, s'il n'hésite pas à se servir de ses organes de presse pour faire la pub de ses enseignes, il les utilise également pour défendre ses (gros) intérêts en Afrique de l'Ouest.

De la même façon, les raisons ayant poussé les trois propriétaires Pierre Bergé, Xavier Niel, et Matthieu Pigasse (dit « BNP ») à s'approprier des titres de presse à l'histoire prestigieuse n'ont rien à voir avec l'amour de la presse libre. Ainsi Xavier Niel, fondateur de Free, déclarait-il sobrement en juin 2011 à propos de ses emplettes dans la presse: « *Quand les journaux m'emmerdent, je prends une participation dans leur canard et ensuite ils me foutent la paix* ».

Pour autant, ces actionnaires n'ont que rarement, à titre individuel, une influence directe sur les lignes éditoriales de leurs médias, et leurs intérêts n'y sont pas toujours mécaniquement relayés. Ils n'en ont en réalité pas besoin! D'une part, ils pèsent sur ces lignes en choisissant judicieusement les personnels occupant les postes clés dans les rédactions, en d'autres termes, les « haut gradés » des hiérarchies éditoriales. D'autre part, l'influence politique obtenue par l'acquisition d'un média constitue à elle seule une force de dissuasion. Le magazine *Capital* (août 2014) l'explique de façon limpide: « *On y regarde à deux fois avant d'attaquer le patron d'un journal. L'obscur boss de Numericable, Patrick Drahi, n'était*

qu'un "nobody" quand il est parti à l'assaut de SFR. Moyennant quoi il fut attaqué sur tous les fronts: exil fiscal, holdings douteuses aux Bahamas, nationalité française incertaine... D'où Libération. »

## PETITES AMITIÉS ET GROS CONFLITS D'INTÉRÊTS

Si la convergence entre les intérêts des industriels des médias et ceux des acteurs politiques est flagrante dans le cas d'un Bolloré, elle est tout aussi présente quoique moins visible en ce qui concerne les autres grands propriétaires.

Ainsi en va-t-il du trio BNP (Bergé, Niel et Pigasse), qui présidait aux destinées du groupe Le Monde: si les amitiés « socialistes » de Pierre Bergé étaient notoires, la carrière hors médias de Matthieu Pigasse est moins connue du grand public: d'abord administrateur au Trésor public, où il est chargé de la dette, il est ensuite associé-gérant de la banque d'affaires Lazare, où il est recruté par l'entremise d'Alain Minc, lui-même conseiller de Nicolas Sarkozy et de maints hommes d'affaires, et président du conseil de surveillance du Monde de 1994 à 2008. Et comme l'écrivent les Pinçon-Charlot dans leur dernier ouvrage, « quant à l'ami Xavier Niel, le second pilier économique du journal, par ailleurs propriétaire de Free et d'une grande maison dans le ghetto doré de la villa Montmorency, il ne lésine pas sur la brosse à reluire pour réaffirmer [à Emmanuel Macron] son soutien de la première heure et sa confiance en décembre 2018 sur Europe 1: "On a un super président qui est capable de réformer la France. [...] On a le sentiment qu'il l'a fait uniquement pour les plus aisés. Mais il est en train de faire des lois fantastiques."<sup>10</sup> »

Bernard Arnault, lui, n'a jamais caché ses accointances avec le monde politique, qu'il juge par ailleurs tout à fait normales, voire insuffisantes: « Je trouverais tellement bien qu'il y ait davantage d'allers et de retours entre le monde des affaires et la politique. » Et tandis que François Pinault (*Le Point*) susurre ses conseils

à l'oreille de François Hollande après avoir eu longtemps celle de Jacques Chirac<sup>11</sup>, le bras droit de Patrick Drahi, Bernard Mourad, ex-banquier chez Morgan Stanley, est un proche d'Emmanuel Macron et de Stéphane Fouks, lui-même vice-président de Havas, grand ami de Manuel Valls et de DSK.

Cette fraction de la bourgeoisie se retrouve tranquillement chaque mois au club de réflexion Le Siècle, qui rassemble non seulement les patrons des médias, les gros bonnets industriels et financiers et le gratin du monde politique, de « gauche » comme de droite, mais également le personnel journalistique le plus zélé (Arlette Chabot, PPDA, Jean-Marie Colombani, David Pujadas, etc.), qui y défend ardemment les intérêts de ses employeurs.

Comment s'étonner, dès lors, de l'absence de régulation par l'État en matière de concentration capitaliste dans le secteur des médias privés? Une régulation qui, par ailleurs, n'est pas franchement en odeur de sainteté chez les décideurs politiques au pouvoir depuis des dizaines d'années, tout acquis qu'ils sont aux doctrines libérales et aux vertus de la concurrence « libre et non faussée ». Ainsi, la dernière loi votée en matière de régulation dans les médias date de... 1986 (dite loi Léotard)! Un texte qui organisait d'ailleurs en premier lieu la dérégulation du secteur audiovisuel<sup>12</sup>.

Notons pour conclure que si les gouvernements successifs ont pris grand soin de ne pas mettre leur nez dans le business des médias privés, on ne compte plus leurs interventions dans l'audiovisuel public. Le dernier exemple en date: les 60 millions d'économies d'ici à 2022 annoncés par Sibyle Veil à Radio France, dont elle est PDG depuis avril 2018. Et *Les Échos* (18 juin 2019) de dérouler la feuille de route traditionnelle des saignées budgétaires: « [Le plan] s'appuie sur les recommandations de la Cour des comptes [et] vise à anticiper la baisse de la contribution de l'État (moins 20 millions d'euros sur quatre ans) et la hausse des charges de personnel.

[...] Il prévoit de supprimer 270 postes si les salariés acceptent de faire une croix sur des semaines de congé, ou 390 postes s'il n'y a pas d'accord avec les syndicats. » Un mouvement de grève, appelé par l'intersyndicale de Radio France, a débuté le 18 juin face à ces nouvelles coupes qui menacent, *in fine*, de casser le service public... au plus grand bonheur des propriétaires de médias privés.

[1] Parmi de très nombreux exemples, on peut citer *Le Monde*, « Le propriétaire de Numericable, Patrick Drahi, pourrait investir dans *Libération* » (8 mai 2014); *Le Figaro*, « Sauvé par Patrick Drahi, *Libération* entame une nouvelle ère » (16 juin 2014); Europe 1, « Patrick Drahi, le sauveur mystère de *Libération*? » (15 mai 2014).

[2] En cahier central de ce magazine.

[3] La fragilité de l'« empire Drahi », bâti sur une dette gigantesque, a par exemple été questionnée par *Le Monde* ou par France Info.

[4] Nous renvoyons ici à un article publié sur notre site en 2003, plus que jamais d'actualité: « La dérégulation, condition à la formation des groupes multimédias ».

[5] C'est en tout cas l'avis du ministère de l'Économie, explicité dans un rapport de la Direction générale des entreprises.

[6] « Chaînes TV: quel avenir face aux plateformes numériques? », Laurent Fonnet, « La Revue des Médias », INA, 2 novembre 2015.

[7] L'équivalence entre ces deux types de financement n'est ici que formelle: à n'en pas douter, entre un site web financé par la publicité et un site financé par l'abonnement de ses lecteurs, il y a des différences importantes. Beaucoup de médias dominants ont choisi la première option, ou une version mixte, avec une partie des articles réservés aux abonnés. Cette question de la « transition numérique » est considérée comme centrale par tous les acteurs des médias depuis le début des années 2000.

[8] C'est par exemple le cas de SFR, qui propose à certains de ses abonnés en téléphonie des abonnements « gratuits » à *L'Express*.

[9] *Le Monde diplomatique*, juin 2011.

[10] *Le Président des ultra-riches*, La Découverte/Zones, janvier 2019.

[11] Quentin Domart, « Le réseau politique de Bernard Arnault », *L'Express*, 24 février 2010.

[12] Voir notre article sur les réglementations en matière de concentration des médias dans ce dossier.

# UNE LÉGISLATION CONTRE — OU POUR ? — LA CONCENTRATION

*Contrairement à ce que l'on pourrait penser spontanément, les quelques milliardaires qui accaparent les moyens d'information de masse n'agissent pas tout à fait à leur fantaisie : la concentration des médias est réglementée, et cette réglementation est généralement respectée. Elle date de la « loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication », dite loi Léotard, inchangée pour l'essentiel depuis 33 ans, à part quelques nécessaires actualisations. Au vu du paysage actuel des médias, il est toutefois permis de douter de l'efficacité de cette loi contre les concentrations ! On serait même tenté de penser qu'elle les a plutôt permises qu'empêchées. Le simple fait qu'elle n'ait pas été révisée (ou si peu) pendant 33 ans (et ça risque de durer encore !) interroge, tant le secteur des médias a été bouleversé depuis son adoption.*

En 1986, les ondes radiophoniques viennent d'être libéralisées, et les chaînes de télévision, privatisées. Après les longues années du monopole d'État sur l'audiovisuel, le pluralisme est la nouvelle règle. La loi Léotard a pour objectif de le faire respecter en réglementant les concentrations capitalistiques et territoriales, dans l'idée, notamment, d'empêcher la constitution d'empires du type Hersant (nous y reviendrons). Elle ne concerne pas tous les médias, mais uniquement les médias privés. Les trois grands secteurs classiques des médias (presse, radio, télévision) font chacun l'objet de dispositions qui limitent en leur sein les possibilités de concentration. D'autres dispositions visent à limiter les acquisitions dans plusieurs types de média à la fois.

## **PRESSE PAPIER : LES MAGAZINES EN ROUE LIBRE**

Entre 1944 et 1986, la concentration de la presse a été régie par l'ordonnance du 26 août 1944, qui interdisait notamment à une personne d'être propriétaire de plus d'un journal quotidien ou périodique au-delà d'un certain tirage : 10 000 exemplaires pour un quotidien, 50 000 pour un périodique. Une telle règle constituait une véritable protection contre les concentrations. Elle n'eut qu'un défaut, mais non des moindres : elle ne fut pas appliquée. En témoigne le cas de « l'empire » Hersant qui possédait 40 % de la presse quotidienne nationale et 20 % de la régionale en 1986.

La loi Léotard est immensément plus souple puisqu'elle dispose qu'un propriétaire ne peut posséder des journaux couvrant plus de 30 % de la diffusion de la presse quotidienne d'information politique et générale (presses nationale et régionale confondues). L'idée était d'empêcher, au nom du pluralisme, la constitution de mastodontes comme le groupe Hersant.

À l'époque, ce dernier, le seul à dépasser ce taux, ne fut pas concerné faute de rétroactivité de la loi. De nos jours, aucun groupe de presse n'approche, même de loin, cette limite à la concentration. Qui plus est, seuls sont concernés les quotidiens d'information politique et générale, à l'exclusion donc des magazines et autres périodiques, même s'ils traitent d'information politique et générale comme *L'Express*, *L'Obs*, *Marianne*, *Valeurs actuelles*, etc.

Rien n'interdit à un seul propriétaire de posséder nombre de magazines. Ce qui a permis à Hachette-Lagardère de régner en maître pendant des années sur ce petit monde très profitable (plus de 40 titres en France, 260 dans le monde) avant de s'en débarrasser quand ils ont été atteints à leur tour par la crise de la presse papier. Sur ce segment de la presse ont aussi prospéré en France le groupe Mondadori France (Berlusconi, premier éditeur de presse italien) et le groupe Prisma Média (Bertelsmann, premier éditeur de presse allemand).

On peut se demander, comme le fit le rapport Lancelot (2005), pourquoi les magazines d'information politique et générale, dont le lectorat est souvent supérieur en nombre à celui des quotidiens, sont dispensés de toute limite de concentration et même les magazines en général : le pluralisme dans la presse culturelle ou professionnelle, par exemple, serait-il sans enjeu démocratique ? Mais peut-être les Hachette, Berlusconi et autre Bertelsmann ont-ils eu quelque influence sur le législateur.

On notera que le domaine de l'édition des livres, où figurent en première place Hachette et, depuis peu Bolloré (Vivendi), est également exempt d'une législation spécifique en matière de concentration. Certes, les magazines et les livres sont soumis au droit commun général des concentrations, mais ses règles sont, libéralisme oblige, on ne peut moins contraignantes.

Sans doute l'ordonnance de 1944 ne fut-elle pas appliquée, et des concentrations de journaux se sont fortement développées malgré elle. Mais ces concentrations étaient illégales et contestées devant les tribunaux (pendant 10 ans pour Hersant) et l'ordonnance définissait au moins un objectif souhaitable. Avec la loi de 1986, les concentrations deviennent légales et se réalisent sans problème en deçà de la limite des 30 %. Par ces temps de crise de la presse écrite, personne ne songe à jouer les Hersant, mais la presse régionale se résume de plus en plus à quelques grands groupes et l'homme le plus riche de France, Bernard Arnault, possède le seul quotidien économique, *Les Échos*, et un grand journal national et régional populaire, *Le Parisien-Aujourd'hui en France*.

### RADIO: ON SE CONCENTRE

Pour ce qui est de la radio, la loi de 1986 exige que le cumul des zones desservies par les stations radio d'un même propriétaire ne dépasse pas 150 millions d'auditeurs, et pas plus de 20 % de l'audience potentielle cumulée de toutes les autres radios. Aujourd'hui, aucun groupe radiophonique ne dépasse ces limites. Le groupe NRJ en est le plus proche avec 120 millions d'auditeurs (NRJ + Nostalgie + Chérie + Rires & Chansons), les autres grands groupes (RTL, Europe 1, NextRadio) se situant entre 100 et 120 millions.

En 2013, le CSA a changé son mode de calcul du nombre d'auditeurs desservis dans un sens favorable aux grands groupes, leur permettant de s'étendre encore. Le Conseil d'État, saisi par le syndicat des radios indépendantes, a confirmé la décision du CSA en 2016. C'est ainsi qu'une disposition anti-concentration déjà assez avantageuse pour les grands groupes a pu être encore assouplie. Ce qui fait du monde radiophonique, malgré la multiplicité des acteurs, un domaine où la concentration de l'audience en quelques mains (Lagardère, Drahi, Bertelsmann, Baudecroux) est très forte. Phénomène qui n'est pas contrarié par le rôle décisif du CSA, organe très politique, dans l'attribution des fréquences.

### TÉLÉ: TOUJOURS LES MÊMES

Dans le secteur des chaînes de télévision, les limites juridiques à la concentration sont les suivantes :

» Limitation de parts de capital: une personne ne peut posséder plus de 49 % du capital (auparavant, 25 %) ou des droits de vote d'un service de télévision dont l'audience est supérieure à 8 % du total (précédemment 2,5 %). Sont seules concernées les chaînes TF1 (22,5 % de parts d'audience) et M6 (15 %). La règle est respectée à ce jour, puisque Bouygues possède 43,8 % de TF1, et Bertelsmann, 48,6 % de M6. L'idée de cette « restriction » à la concentration était de favoriser le pluralisme interne, c'est-à-dire que la pluralité des actionnaires était censée faire contrepoids aux décisions de l'actionnaire dominant. Mais il est permis de douter qu'avec ses 43,8 %, Bouygues ait eu besoin de consulter les autres actionnaires pour prendre ses décisions.

» Limites tenant aux autorisations: une personne physique ou morale ne peut disposer que d'une seule autorisation pour un service national analogique (anciennement), et pas plus de 7 autorisations (antérieurement 5) pour un service national numérique (TNT). En fait, on retrouve sur la TNT les 6 chaînes classiques augmentées de NRJ, LCP, NextRadio TV (Drahi) et Amaury. Pour un service local, le cumul d'autorisations ne doit pas desservir une zone de plus de 12 millions d'habitants. Le CSA contrôle et apprécie chaque demande d'autorisation.

Encore une fois, on observe que les règles anti-concentration ont été assouplies au fil du temps au bénéfice des groupes les plus importants.

### LIMITES DE CONCENTRATIONS PLURI-MÉDIAS

Ces règles sont souvent résumées comme règles des deux sur trois, comme si on ne pouvait pas posséder à la fois une radio, un quotidien national et une chaîne de télévision. Or c'est inexact: on peut posséder les trois, à la condition que l'un des trois reste au-dessous d'un certain seuil.

Sur le plan national, les trois situations suivantes ne peuvent pas être cumulées:

» détention de télévision hertzienne desservant un territoire de plus de 4 millions d'habitants;

» détention d'une ou plusieurs radios desservant un territoire de plus de 30 millions d'habitants;

» détention de quotidiens couvrant plus de 20 % de la diffusion nationale.

Le taux de 20 % concernant les quotidiens étant hors d'atteinte de la plupart des groupes, cela favorise les concentrations dans les deux autres médias. On notera que les magazines ne sont toujours pas pris en compte.

Sur le plan local, les trois situations suivantes ne peuvent pas être cumulées:

» détention d'une ou plusieurs télévisions reçues localement;

» détention d'une ou plusieurs radios reçues localement dépassant 10 % de l'audience locale cumulée;

» détention d'un ou plusieurs quotidiens d'information politique et générale diffusés sur cette zone.

Là encore, les détenteurs de quotidiens ne sont pas bien nombreux localement, ce qui laisse une large place aux concentrations dans les deux autres médias.

### POUR UNE VÉRITABLE LIMITATION DES CONCENTRATIONS

Au fil du temps, on ne peut que constater que les limitations à la concentration des médias sont de plus en plus faibles. La défense du pluralisme par le CSA semble une défense de la pluralité des milliardaires et de leur équitable répartition dans les différents médias. Et ces limitations sont circonscrites, dans leur ensemble, à la configuration classique des médias telle qu'elle existait en 1986. Certes, la TNT a été réglementée, mais quid d'Internet? Alors que les journaux, les radios et les télévisions disposent tous et toutes d'une version numérique, dont l'audience est souvent bien supérieure à celle de la version papier, alors que se sont développés nombre de journaux en ligne « pure players », de webtélé, et de webradios, ainsi que des modes de diffusion autres que la TNT (câble, satellite, ADSL, fibre, téléphonie mobile et télévision mobile), qui sont très peu réglementés; alors qu'une partie de plus en plus considérable de la société civile s'alarme de l'accaparement des médias par un gang de milliardaires, le pouvoir politique ne semble se préoccuper que de limiter la liberté

de la presse (loi sur le secret des affaires, sur les fausses nouvelles). Or c'est bien dans le monde des nouvelles technologies que se jouent, hors de toute réglementation, les recompositions capitalistiques.

Le dispositif législatif de 1986 et ses mises à jour constituent un rempart contre un risque qui n'est plus, du moins en France, d'actualité: l'édification d'un empire comparable à celui de Hersant ou, si l'on veut plus actuel, de Murdoch<sup>1</sup>. Les limitations à la concentration, plus ou moins importantes, sont en effet cantonnées à la seule sphère médiatique, qu'il s'agisse de limiter — et faiblement, on l'a vu — les acquisitions dans un média ou dans plusieurs.

Cette législation ignore que les groupes actuels ne cherchent pas à acquérir le plus de médias possible, comme ce fut le cas de Hersant ou de Murdoch. Les Bolloré, Drahi, Bouygues, Arnault, sont, d'une certaine manière, pires. Ils ne s'intéressent pas aux médias en tant que tels, le cœur de leur activité économique est ailleurs, dans le béton, les télécommunications, le transport, le luxe, etc. Le moment symptomatique de cette « déprofessionnalisation » de la propriété des médias fut sans doute celui de la vente de la Socpresse par le « papivore » Hersant à « l'avionneur » Dassault.

Pour les entrepreneurs actuels, les médias qu'ils possèdent peuvent parfois être une source de profits, souvent un moyen d'influence, voire un pôle de communication ou de valorisation de leurs autres activités.

Depuis 1986, il y eut bien une « Proposition de loi visant à réguler la concentration dans le secteur des médias » en 2009, sous la présidence de Nicolas Sarkozy, par un groupe de députés socialistes. Il s'agissait d'interdire la propriété des médias à des sociétés bénéficiant des commandes publiques. La proposition fut rejetée. Bizarrement, elle ne fut pas reprise au cours du quinquennat suivant, celui de François Hollande (2012-2017). L'ordonnance de 1944 allait plus loin: elle interdisait à un propriétaire de journal d'exercer une autre activité économique. Associée à l'interdiction de posséder plus d'un journal, cette disposition, simple et claire, était une véritable mesure anti-concentration entendue comme l'accaparement des médias par un petit groupe de gros capitalistes. Il serait temps de la mettre en pratique.

[1] Lire « Empereurs des médias, de Springer à Murdoch », *Le Monde diplomatique*, « L'Atlas géopolitique », 2006, p. 98-99.

## Les propositions d'Acrimed

**Les évolutions récentes du paysage médiatique rendent plus que jamais nécessaire une action politique ambitieuse et résolue. Pour sa part, Acrimed a formulé depuis longtemps des éléments de diagnostic et des propositions. La défense du pluralisme passe par la mise en œuvre de dispositifs qui visent bien sûr à limiter les concentrations financiarisées, et à leur opposer le renforcement des médias sans but lucratif et des droits des journalistes et des salariés.**

Les propositions défendues par Acrimed visent ainsi, dans un premier temps, à renforcer les dispositifs anti-concentration et accroître l'autonomie des médias vis-à-vis de leurs actionnaires. C'est-à-dire :

- » Revendiquer un statut juridique pour les rédactions, c'est-à-dire de mettre en place une entité juridiquement reconnue au sein de laquelle sont associés l'ensemble des journalistes voire l'ensemble des salariés de ces médias. Ces conseils de rédaction, qui intégreraient l'ensemble des personnels quel que soit leur statut, qu'ils soient en CDI, en CDD, qu'ils soient précaires ou titulaires, pigistes ou non, pourraient être un lieu où serait discutée l'orientation du journal ou du média (radio, télévision), un lieu dans lequel les journalistes (ou les salariés) auraient la possibilité de contester les orientations proposées par la hiérarchie et de s'opposer aux décisions prises par les actionnaires.
- » Mettre en place une véritable législation anti-concentration, qui interdise la concentration verticale (qui conduit au cumul au sein d'un seul groupe des activités de production et de distribution de l'information) et limite la possibilité de posséder plusieurs médias dans l'audiovisuel et sur Internet et sur papier (concentration horizontale). Les seuils de concentration autorisés doivent porter à la fois sur la concentration capitalistique, le nombre de titres et de canaux possédés, et le volume d'audience ou de diffusion. Il s'agit également d'interdire le contrôle de médias par des firmes présentes dans d'autres secteurs d'activité économique et, en particulier, par des firmes qui dépendent de l'obtention de marchés publics.
- » Créer un conseil national des médias qui concernerait l'ensemble des médias, y compris le tiers secteur, c'est-à-dire les médias associatifs, à but non lucratif. Ce conseil, composé de salariés des médias, de représentants des publics des médias et de représentants des organisations politiques, serait chargé de réguler l'ensemble des médias, de les contrôler et de les rappeler à l'ordre quand il le faut.

Au-delà de ces mesures, il est également nécessaire de donner la priorité à un véritable service public de l'information, et de renforcer les médias sans but lucratif et les droits des journalistes et des usagers des médias. Ainsi, nous proposons de créer un statut des sociétés de presse à but non lucratif, à qui serait réservée la totalité des aides publiques à la presse: créer les conditions matérielles pour que la presse indépendante ou associative reste à l'abri du pouvoir des actionnaires, des annonceurs publicitaires et du pouvoir politique. Pour l'ancien directeur du *Monde diplomatique*, Claude Julien: « *Restant soumises aux lois de la compétition, ces sociétés ne pourraient avoir pour objectif de gagner de l'argent et de distribuer des dividendes [...]. Les journaux qui opéreraient pour un tel statut n'auraient donc guère de chances d'exciter la convoitise des affairistes.* » Une manière de couper l'herbe sous le pied des oligarques, et ainsi de couper court à la concentration des médias entre leurs mains.

# LA MISE AU PAS DES MÉDIAS PAR PATRICK DRAHI ET VINCENT BOLLORÉ

*La concentration dans le secteur des médias a conduit ces derniers à devenir, bien souvent, une activité parmi d'autres au sein de grands conglomérats industriels et financiers. Un tel paysage pose bien sûr la question de l'indépendance de ces médias vis-à-vis des puissances financières qui les possèdent. Mais aussi vis-à-vis de la puissance publique, pour ceux ayant des activités dépendant de la commande publique (armement, construction, transport ou télécommunications).*

Un lecteur particulièrement optimiste pourrait penser qu'une rédaction peut très bien, y compris lorsqu'elle est intégrée au sein de grands groupes privés, travailler en parfaite autonomie et en toute indépendance — sous la surveillance de quelque comité d'éthique par exemple. Mais les transactions récentes permettent au contraire d'apercevoir les procédés — souvent brutaux et moins visibles habituellement — par lesquels les propriétaires influencent le fonctionnement des médias dont ils se sont rendus maîtres.

## PRISE EN MAIN D'UN MÉDIA : LE CHOC DES MOYENS, LE POIDS DE L'ENCADREMENT

Les mesures prises suite au rachat du groupe L'Express-Roularta par Patrick Drahi ou à la prise de contrôle de Canal+ par Vincent Bolloré montrent que ces nouveaux patrons médiatiques se préoccupent d'abord de mettre en place un encadrement loyal (quitte à se débarrasser de l'existant avec

pertes et fracas). Un personnel chargé de veiller à ce que les « contenus » produits soient compatibles avec les intérêts du propriétaire — qu'ils soient financiers, industriels ou politiques. Cela ne peut que nous rappeler le coup de force des actionnaires du *Monde* pour imposer Jérôme Fenoglio à la tête de la rédaction du journal au mois de mai dernier — et qui fut couronné de succès quelques semaines plus tard.

À L'Express-Roularta, devenu Groupe Altice Media, c'est Marc Laufer, associé et ami de Patrick Drahi, qui est nommé PDG après son rachat du groupe et qui est chargé de faire le ménage. Une nouvelle direction reprend les manettes, et quelque 125 journalistes sur les 300 que comptait le groupe, dont des cadres, se pressent au guichet de départ. Associés à d'autres mesures telles que la « baisse brutale des budgets », la « désorganisation de la rédaction » et le « non-paiement systématique de fournisseurs<sup>1</sup> », ces départs permettent non seulement aux nouveaux propriétaires de réduire les coûts du journal, mais aussi — voire surtout — de placer des personnes de confiance aux postes d'encadrement : une stratégie bien rodée, déjà éprouvée chez SFR et à *Libération*. Quant à la motion de défiance votée en octobre 2015 par les journalistes de *L'Express* à l'encontre de leur propriétaire Patrick Drahi et de leur directeur Christophe Barbier, elle ne semble pas faire ciller ce dernier, qui juge que « c'est finalement assez insignifiant ». Et ce n'est pas Patrick Drahi qui lui a donné tort, ce dernier ayant choisi d'ignorer ce vote, ce qu'aucune loi ne l'empêchait de faire.

Les méthodes de Vincent Bolloré sont similaires, quoique peut-être encore plus brutales : série d'évictions, principalement aux postes de direction, au profit de la nomination de proches, remaniement des grilles et des émissions, discours de recadrage musclé aux plus hauts cadres de la chaîne, etc. Selon *Le Point*, Vincent Bolloré ne s'en émeut pas une seule seconde, allant jusqu'à déclarer « qu'il était seul maître à bord de l'entreprise », avant de renchérir : « C'est celui qui paye qui décide. »

## PRESSIONS, CENSURE ET POURSUITES-BÂILLONS

À ces remaniements en tout genre, le milliardaire ajoute une petite touche personnelle : un interventionnisme débridé,



rythmé par des censures et des pressions à répétition. Ici la déprogrammation d'un documentaire sur la banque Crédit mutuel, partenaire en affaires de Bolloré; là une interdiction aux « blagueurs » de « Touche pas à mon poste » de blaguer sur leur patron, ou encore des pressions sur les équipes du « Zapping », des « Guignols de l'Info » et de « Spécial Investigation ».

Une démarche qui s'inscrit en réalité dans la droite lignée des relations que Vincent Bolloré entretient avec les médias et les journalistes depuis plusieurs années, marquées par une stratégie de choix: la procédure judiciaire systématique à visée « pédagogique »... En quelques années, Vincent Bolloré et son groupe ont en effet porté plainte contre *Témoignage chrétien*, Bastamag, Rue89, France Télévisions, *Challenges*, *L'Obs*, *Le Point*, Mediapart, etc. tous coupables du même crime: avoir osé enquêter sur les méthodes et les affaires du groupe Bolloré en Afrique.

Le caractère abusif des procédures judiciaires du milliardaire a été reconnu à plusieurs reprises par la justice. En mars, Vincent Bolloré a ainsi été condamné pour avoir porté plainte pour dénigrement et harcèlement contre le coauteur du livre *Vincent tout puissant*, Nicolas Vescovacci. Le même mois, le groupe Bolloré a de nouveau été condamné pour procédure abusive dans le cadre d'une poursuite contre France Télévisions, à qui il réclamait 50 millions d'euros. La télévision publique avait en effet commis un crime de lèse-majesté: diffuser un documentaire critique sur les pratiques du groupe Bolloré en Afrique. Rebelote le 10 mai, date à laquelle la justice lui a notifié une nouvelle condamnation pour procédure abusive. Benoît Collombat et Florence Sultan, respectivement journaliste à Radio France et directrice de Calmann-Lévy, ont en effet été relaxés dans le cadre d'une plainte en diffamation, déposée par le groupe Bolloré en décembre 2015 au sujet d'un chapitre de l'ouvrage collectif... *Informer n'est pas un délit. Ensemble contre les nouvelles censures!* Si ces condamnations vont dans le bon sens, le caractère dérisoire des sommes arrachées au milliardaire et à son groupe par la justice (respectivement 8000, 10000 euros, et 10000 euros de nouveau) ont peu de

chance de calmer ses ardeurs contre la liberté de la presse... Des ardeurs que ne semble pas non plus prêt à tempérer le gouvernement Macron, lui qui adoptait en novembre 2018 la loi dite « secret des affaires ». Un texte qui, malgré de maigres garde-fous prétendant garantir « le droit à la liberté d'expression », n'en reste pas moins un outil juridique à la disposition des industriels afin de faire pression sur le droit à l'information et sur ses acteurs — journalistes et lanceurs d'alerte — en donnant aux poursuites-bâillons les avantages de la légalité...

Si les actes de censure du groupe Bolloré sont « spectaculaires », ils ont toutefois tendance à masquer les conséquences de la « reprise en main » de la rédaction, qui a suscité bien moins de commentaires: après tout, quoi de plus normal qu'un patron usant comme bon lui semble de son pouvoir dans son entreprise? Et pourtant... Ces « reprises en main » reproduisent et amplifient des contraintes déterminantes pour la production de l'information: quelle qualité peuvent en effet espérer les lecteurs, auditeurs et spectateurs de la part de rédactions précarisées, privées des moyens d'exercer leur métier (en premier lieu, le temps) et encadrées par les auxiliaires de gigantesques groupes industriels?

Il existera probablement toujours des cas de journalistes individuels, déterminés à affronter leur hiérarchie pour tenter d'imposer tel ou tel sujet, ou telle ou telle approche. Mais cela ne saurait affecter l'orientation éditoriale dans sa globalité, ni les positions de pouvoir au sein des rédactions, et encore moins au sein d'un groupe de presse. Comment se satisfaire d'une situation où l'emprise des propriétaires est telle qu'elle banalise les épisodes de censure, d'autocensure, les convergences idéologiques et autres types de promotions déguisées?

Aux chantages de l'économie de marché, qui prétendaient qu'un marché ouvert pour les médias garantirait au public une véritable liberté de choix, Noam Chomsky et Edward Hermann rétorquaient qu'une telle liberté « implique notamment la possibilité de choisir



parmi des options qui ne soient pas exclusivement proposées par une oligarchie dont l'objectif premier est de vendre des téléspectateurs à des publicitaires<sup>2</sup> ». Quant à ceux qui sous-entendraient délaissier le combat contre les médias dominants en prétextant se satisfaire de l'existence de médias moins prestigieux, moins riches, moins diffusés mais plus indépendants, les auteurs signalaient: « On sait depuis longtemps que les médias sont stratifiés: la strate supérieure — en termes de prestige, de moyens et d'audience — [...] avec le gouvernement et les agences de presse, détermine l'ordre du jour en matière d'information et produit la majeure partie des informations en direction des strates inférieures et du public<sup>3</sup> ». Ces commentaires, vieux de bientôt trente ans, résonnent d'une bien triste manière à l'heure où l'essentiel de la strate supérieure des médias privés français est détenu par une dizaine de groupes industriels, connectés les uns aux autres.

[1] « Les journalistes de *L'Express* dénoncent la stratégie "suicidaire" de Patrick Drahi », *Le Monde*, 8 septembre 2015.

[2] *La Fabrication du consentement*, Agone, 2009 [éd. orig. 1988], p. 37.

[3] *Ibid.*, p. 30.

# QUAND *LE MONDE* PARRAINE UNE START-UP PARRAINÉE PAR NIEL

*« Avec Kartable, les cours, c'est dans la poche » : cette formule n'est pas un slogan publicitaire, mais le titre d'un article publié sur le site de M le Magazine du Monde le 14 janvier 2017 et consacré à la start-up Kartable, spécialisée dans l'apprentissage et le soutien scolaires sur Internet. Un chef-d'œuvre de complaisance qui ressemble à s'y méprendre à un publiereportage pour l'entreprise fondée en 2013 par deux anciens étudiants de HEC, avec le soutien d'un certain... Xavier Niel, copropriétaire du Monde.*

Précisons d'emblée que l'article consacré à Kartable est signé d'une journaliste du *Monde* (Pascale Krémer) et ne porte pas de mention « publiereportage ». Il s'agit donc bel et bien, en théorie, d'un article destiné à informer les lecteurs, et non d'un encart publicitaire. Mais à la lecture de la prose de la journaliste du quotidien du soir, on se demande bien ce que des publicitaires avisés auraient pu inventer pour mieux assurer la promotion de la start-up.

## « DES COURS DE RÊVE »

Un titre-slogan, donc, mais aussi une accroche qui ne fait pas dans la demi-mesure : « *Qui les nouveaux bacheliers ont-ils remercié, le 5 juillet 2016, sur Twitter? Leurs parents aimants et nourriciers? Leurs profs les plus patients? Les bienveillants concepteurs de sujets? Fausses pistes... Sur le réseau social, les "Merci!!!", les "Je t'aime!", les "C'est grâce à toi que je l'ai!" accompagnés de cœurs, de bisous, de mains jointes, de "MDR" et d'émojis en pleurs, s'adressaient à Kartable.* » Tout simplement.

Et le reste de l'article est à l'avenant. On y apprend que « *quel que soit leur niveau, [les élèves] trouveront gratuitement sur Kartable le socle de connaissances sur lequel leur avenir est censé reposer* », que Kartable propose « *des cours de rêve, qui passent par six niveaux de relecture et ne sont jamais interrompus par le moindre problème de discipline* », ou encore que « *cet accompagnement automatisé ne cesse de s'affiner, s'adaptant, grâce à des algorithmes, au profil d'apprentissage de chaque utilisateur* ».

Pour justifier son admiration, la journaliste donne longuement la parole aux deux fondateurs de la start-up, Sarah Besnainou et Julien Cohen-Solal, dont on apprend qu'ils ont « *le triomphe discret des startuppeurs trentenaires non encore millionnaires* » et qui, sans doute dans l'espoir de le devenir, précisent que Kartable propose des « *cours digests sans dégrader le contenu, comme un très bon prof ferait en classe* », mais aussi que « *Kartable, c'est un univers avec des*



*progressions, récompenses, classements qui matérialisent les acquis et créent l'émulation* ».

Conclusion : « *Le succès est tel que supprimer l'appli de son smartphone vaut désormais rituel de passage à l'âge adulte.* » Une « punchline » qui, précisons-le puisque cela ne va pas de soi, n'est pas à attribuer aux fondateurs de Kartable, mais à la journaliste du *Monde* elle-même.

## OÙ SONT LES PROFS ?

Parole de journaliste : les élèves adorent (« *Sur Twitter, c'est une surenchère de gratitude* »), et les parents aussi, en tout cas le parent interviewé dans l'article. Un certain « *Guillaume Darbon, consultant en finance* », témoigne : « *Les contenus sont sérieux, exhaustifs, limite austères, mais Kartable les motive. Peut-être parce que ce sont des contenus par essence interactifs, et qu'ils peuvent s'y comparer, ce qu'ils adorent.* » Décidément, si la perfection n'est pas de

ce monde, avec Kartable, on semble cependant pouvoir la toucher du doigt. Soulignons au passage que nous n'avons toujours pas compris pourquoi un « consultant en finance » a été sollicité pour donner son avis sur un site de soutien scolaire. Peut-être est-ce parce que le magazine *Challenges* a retenu Kartable dans sa sélection 2014 des « 100 start-up où investir »...

Mais une chose est certaine: on ne peut qu'être frappé, à la lecture de l'article du *Monde*, par l'absence de toute critique, même modérée, de la start-up, et de toute parole venue des enseignants. Pis: la journaliste semble non seulement avoir jugé inutile de demander à ces professionnels ce qu'ils pensaient de Kartable, mais lorsque les enseignants sont évoqués, c'est uniquement pour donner la parole à des élèves qui les dénigrent:

*Au début de l'année, le professeur de philosophie de Mathilde, 18 ans, en terminale L, a écrit « Chapitre I, la liberté » au tableau. « Mais il n'y a jamais eu de chapitre II, regrette-t-elle. Il part dans tous les sens. Avec Kartable, il y a des grands A et des petits a, ils expliquent toutes les théories de philosophie, avec des exemples, on comprend bien. » [...] Alors, évidemment, le prof IRL<sup>1</sup> pâtit parfois de la comparaison (« Sur Kartable, l'Histoire, c'est grave intéressant alors qu'en cours j'ai envie de me pendre », lit-on sur Twitter), quand il n'est pas soupçonné de copier (« Mon cours d'SVT, C 100 % Cartable »).*

On relèvera l'audace journalistique qui consiste à relayer, sans commentaire, les propos de ces deux élèves, le tout sans offrir la possibilité aux enseignants qui, à en croire ces grands témoins, « partent dans tous les sens » et donnent « envie de se pendre », de se prononcer sur les vertus, et les vices éventuels, de Kartable<sup>2</sup>. Évoquer des points de vue d'enseignants, c'est ce qu'avait fait, par exemple, *La Tribune* en septembre 2015, dans un article consacré à cette même plate-forme de soutien scolaire, où l'on apprenait que « les profs [se situent] entre enthousiasme modéré et franche hostilité ».

« fournir des « cours digests sans dégrader le contenu, comme un très bon prof ferait en classe », précisent les fondateurs.

**« LES CONTENUS SONT SÉRIEUX, EXHAUSTIFS, LIMITE AUSTÈRES, MAIS KARTABLE MOTIVE MES ENFANTS. » GUILLAUME DARBON, CONSULTANT EN FINANCE**

Qui poursuivent : « *Kartable, c'est un univers avec des progressions, récompenses, classements qui matérialisent les acquis et créent*

Ce travail — minimal — avait également été réalisé par *Ouest-France* un an plus tôt, dans un article qui citait notamment un communiqué syndical du SNALC-FGAF (minoritaire et qui ne passe pas toujours pour très progressiste...) s'insurgeant contre Kartable: « *Les contenus proposés sont tout à fait hallucinants: indigents, cours truffés d'erreurs, données loin d'être à jour, ponctuation défailante, règles fausses, etc.* »

#### L'OMBRE DE XAVIER NIEL?

Les critiques sont en réalité nombreuses, comme l'auraient confirmé quelques coups de téléphone passés à des syndicalistes enseignants, ou comme l'attestent plusieurs billets de blogs rédigés par des professeurs<sup>3</sup>. Les griefs sont de plusieurs ordres: contenus parfois médiocres, privatisation, voire « ubérisation » du soutien scolaire, financement public de la start-up<sup>4</sup> alors qu'elle propose des contenus payants, etc.

Ces critiques sont-elles fondées? Il ne nous appartient pas d'en juger. Mais elles ne sont pas marginales et ont été relatées par d'autres organes de presse. Il est donc pour le moins fâcheux de constater qu'elles sont totalement absentes de l'article du *Monde*.

Silence non moins significatif: l'absence de toute mention du fait que Kartable fait partie des start-up lauréates, en 2013, d'un concours organisé, entre autres, par... Xavier Niel, copropriétaire du *Monde*<sup>5</sup>.

Est-ce la raison pour laquelle l'article ne manifeste aucun recul critique? Rien ne le démontre, de même que rien ne démontrait que la raison pour laquelle

un article du *Monde* présentait (comme nous l'avions relevé en novembre 2016) Xavier Niel comme un « *aventurier exceptionnel* » avait quelque chose à voir avec la place de l'aventurier dans la propriété du journal.

Mais ce silence est d'autant plus gênant que le « coup de pouce » de Xavier Niel au lancement de la start-up n'est pas anecdotique. Ainsi, dans un article publié par *Le Figaro* en décembre 2013 à propos de ce prix attribué à 101 start-up<sup>6</sup>, dont Kartable, on pouvait lire ceci: « *À la clé pour les lauréats: une aide financière de 25 000 euros, mais aussi un suivi personnalisé par Xavier Niel, des conseils, l'appui du formidable réseau des trois entrepreneurs et une reconnaissance vis-à-vis de l'extérieur.* » Le dépliant publicitaire gratuit dans *Le Monde* fait-il partie de ce « *suivi personnalisé* »? Nul ne le sait. La coïncidence est néanmoins troublante.

[1] IRL = « In Real Life », formule utilisée, notamment sur les réseaux sociaux, pour parler de la vie hors Internet.

[2] On notera au passage que l'auteur de l'article, Pascale Krémer, se présente comme une journaliste « tournée vers les sujets sociétaux », après avoir travaillé « au service Économie, puis Société, [s]'occupant de la consommation, des modes de vie, des familles ». Mais de l'éducation, non.

[3] Voir par exemple « Kartable: comment pourrir (vraiment) le Web... et l'école avec » sur *Laviemoderne.net*.

[4] Kartable a reçu des fonds de la Banque publique d'investissement.

[5] Lire par exemple sur le site de *La Tribune*: « La semaine des start-up: Niel, les vertus de l'échec... » (décembre 2013).

[6] Dans le jury de l'opération « 101 projets », on trouvait, aux côtés de Xavier Niel, Marc Simoncini, fondateur de Meetic, et Jacques-Antoine Granjon, créateur de *vente-privee.com*.



# LES ÇAIS DE QUOI ?

de l'exhaustivité. Y figurent des médias d'intérêts industriels ou financiers, de nationales, quotidiens régionaux, audios (les). Les journaux départementaux, les que la presse dite alternative ne sont pas aux principaux actionnaires.

des fortunes françaises.  
2015.  
de.  
es 2018

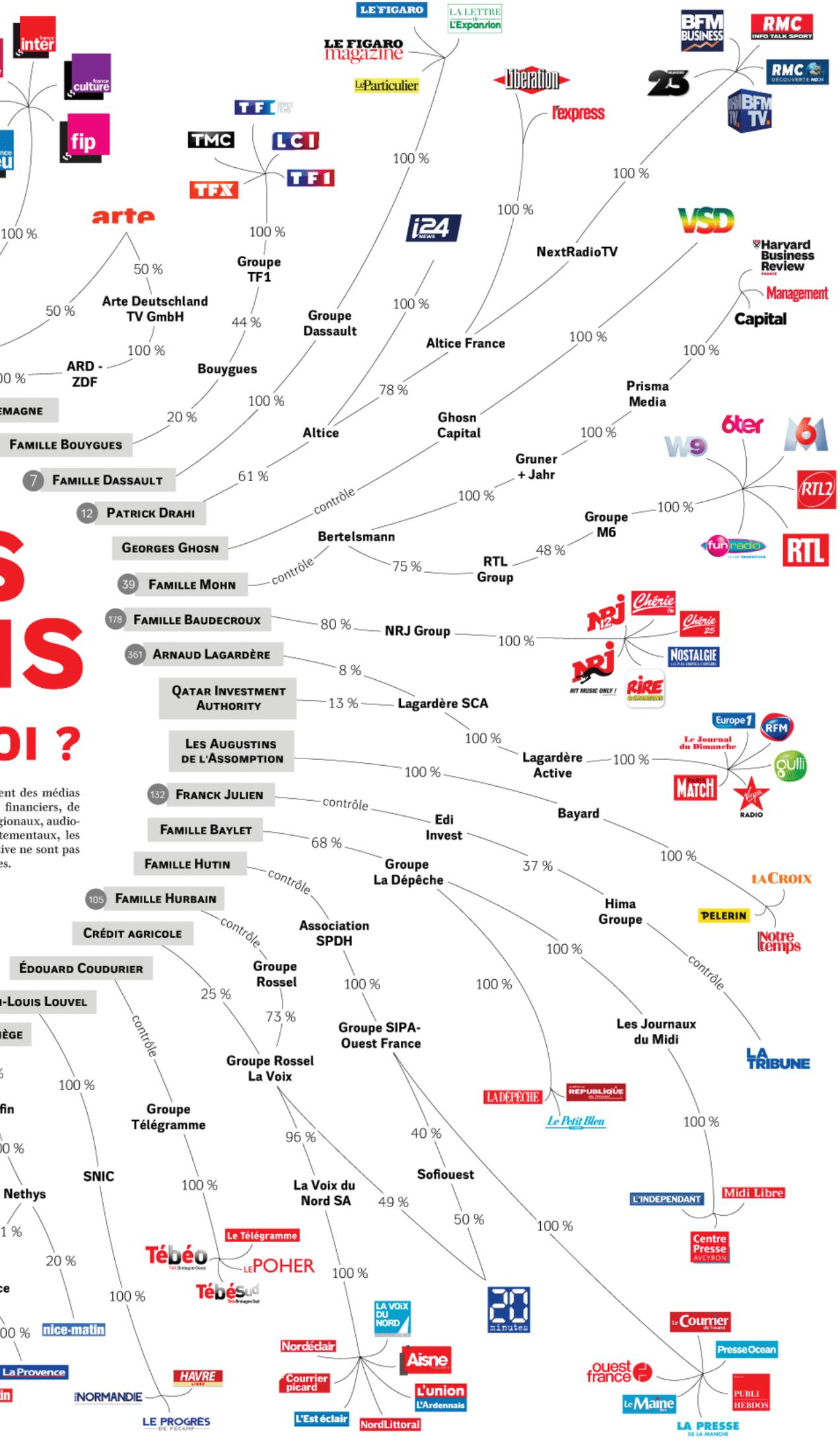
: Marie Beyer et Jérémie Fabre  
Séméniako et Cécile Marin  
atique.fr/cartes/ppa  
/ Acrimed  
2018

TAPIE

Hersant  
dia

nal

E. GUYANE  
FRANCE-ANTILLES



# À DIRECT MATIN, AUTOLIB RIME AVEC AUTOPUB

*Direct Matin (CNews depuis 2017), propriété du groupe Bolloré, informe beaucoup ses lecteurs et lectrices des réussites d'Autolib, entreprise de location de voitures électriques du groupe Bolloré. Multirécidiviste du flagrant délit de publicité au prétexte d'informer (voir nos archives en ligne), Direct Matin aime faire rimer Autolib et auto-pub. En 2015, le quotidien gratuit n'a pas ménagé ses efforts pour vanter la marchandise de son actionnaire. Petit bilan d'une année d'autopromotion.*

Pour le groupe Bolloré, la commercialisation de voitures électriques est un moyen bien pratique pour s'offrir l'image d'un groupe respectueux de l'environnement. Qu'importent ses autres activités, et notamment la distribution de produits pétroliers, puisqu'il fabrique des voitures électriques? Mais pour éviter toute question gênante — d'où viennent les matériaux et l'électricité de ces voitures? sont-elles si « vertes » que les communicants du groupe aiment à les présenter? permettent-elles de réduire le nombre de voitures roulant à Paris? —, il est tout de même plus sûr d'être le propriétaire du journal qui parle de vous.

En ne retenant qu'un produit du groupe Bolloré, nous avons comptabilisé pour la seule année 2015 pas moins de trente-cinq articles publiés sur le site internet de *Direct Matin* évoquant Autolib (auquel une section est d'ailleurs consacrée

sur le site de *Direct Matin*, sans mentionner explicitement qu'il s'agit d'une entreprise du même groupe que le journal). Soit une moyenne de trois articles par mois. Cette tribune régulière et sans contradiction de Bolloré dans son journal, quand elle ne relève pas de la réclame pure et simple, est l'occasion de développer un discours selon lequel Autolib serait le remède contre la pollution, illustrant les réussites d'un capitalisme « vert » et durable dans lequel résiderait, de toute évidence, notre salut.

## UN FLYER PUBLICITAIRE

Certains de ces articles évoquant Autolib relèvent de la publicité à peine déguisée. Le 9 mars, un article nous informe ainsi que « le service d'autopartage Autolib propose depuis mercredi une offre exclusive sur le site internet spécialisé *Vente-privee.com* ».

Et le journal de détailler que « l'abonnement à l'année y est en effet affiché jusqu'à dimanche (prolongation possible) à 50 euros, contre 120 euros habituellement. Le tarif de location est de 0,18 euro la minute (les vingt premières minutes sont indivisibles). Une aubaine pour les Franciliens qui envisagent de laisser leur voiture au garage pour prendre davantage les transports publics pour des raisons économiques (pas d'assurance, de carburant ni d'entretien), pratiques (pas de problème de stationnement) ou écologiques. »

Dans la même veine, que dire de cet autre « article », publié dans la rubrique « économie »?

Accueil / News / Economie / Autolib' recrute des téléconseillers

## Autolib' recrute des téléconseillers

Par Direct Matin, publié le 21 Septembre 2015 à 19:46

On y apprend notamment que « les candidatures sont à envoyer par mail avant le 25 septembre », qu'« il est préférable d'avoir une expérience dans la relation client, mais pas nécessairement en centre d'appels », ou encore qu'« en plus d'être à l'écoute, les candidats doivent se montrer polyvalents, afin d'assister à distance les clients



qui pourraient être confrontés à des difficultés ». On appréciera l'« information » que constitue une telle publication. Mais après tout, quel mal y a-t-il, quand on possède un journal, à y faire paraître ses petites annonces ?

## UNE AGENCE DE COMMUNICATION

Certains articles, moins exclusivement publicitaires, s'efforcent de relayer (un peu) plus discrètement les grandes lignes de la communication de l'entreprise : un système universellement adopté et unanimement apprécié. Et quand Bolloré diversifie son offre, il peut compter sur *Direct Matin* pour en informer les foules : Bluecar, Bluebus, ou Bluetram, Bluesummer, toute la gamme des produits Bolloré (ou « Blue solutions ») aura droit au même traitement de faveur — ainsi que les opérations spéciales du genre « Hellolib », un jeu coproduit par Autolib et HelloBank, qui, nous dit l'article manifestement coécrit par les mêmes, « mêle l'innovation et la mobilité, deux valeurs partagées par la banque en ligne et le service d'autopartage 100 % électrique ».

On ne compte pas les nombreux articles indiquant que telle ou telle entreprise roule avec les Bluecars du groupe Bolloré (voitures utilisées par Autolib). Ainsi de Schindler, de RTL, de Darty, ou encore des pompiers. Consécration ultime, le cortège des participants au Sommet des maires européens, en mars 2015, préparatoire à la Cop21 et forcément « écolo », est équipé par une entreprise Bolloré, tandis qu'une autre se charge de propager la nouvelle, dans un article qui s'ouvre ainsi : « *Le convoi était exceptionnel et exceptionnellement propre.* » Et le quotidien papier de s'orner d'une « une » triomphale.

D'autres articles vantent bruyamment le succès d'Autolib. Il serait certes illusoire d'attendre un bilan critique d'Autolib dans les colonnes de *Direct Matin*, mais au moins ce dernier pourrait-il rester sur la réserve, ou faire montre de quelque distance. Un éloge sans nuance fait au contraire le bilan de trois ans de « succès ». Quelques mois plus tard, l'ouverture de nouvelles stations Autolib en banlieue est l'occasion d'une actualisation de cet auto-satisfecit, dans un article très sobre, dans lequel on apprend certes



qu'« *Autolib est un moyen efficace pour désenclaver nos territoires et augmenter nos capacités de développement.* ». Mais l'impartialité du journaliste n'est pas en cause : c'est le maire d'Aulnay qui parle.

## UN ORGANE DE PROPAGANDE

*Direct Matin* n'est a priori pas un journal d'opinion. Journal « gratuit », il est d'abord et avant tout un support publicitaire, et à ce titre assez logiquement utilisé par Bolloré pour son autopromotion. Mais ces « articles » sur Autolib n'en véhiculent pas moins une vision très particulière de l'écologie. Car ils reposent sur le même présupposé, qui fait de la voiture électrique la solution idéale aux problèmes environnementaux causés par la circulation automobile. La question n'est jamais posée, mais la réponse est répétée à l'envi : la Bluecar est « propre ». C'est par exemple ce qu'affirme, sous l'inter-titre « Un geste pour la planète », l'article saluant le choix de Darty de rouler en « DartyBlue », devenant ainsi « un acteur dans le secteur des mobilités propres ».

Dans un court article censé être consacré à la lutte contre la pollution à Paris par Anne Hidalgo, trois lignes (sur douze !) sont consacrées au fait qu'« *Anne Hidalgo souhaite mettre en place une aide financière à l'abonnement à Autolib (une centaine d'euros) pour les jeunes titulaires du permis de conduire.* ». De même, de nombreux articles reconduisent cette fausse évidence qui fait d'Autolib une mesure

de salubrité publique. Ainsi le 9 février, 30 des 170 mots de l'article sur le plan antipollution sont consacrés à Autolib, qui « *pourrait également profiter aux jeunes conducteurs venant d'obtenir leur permis de conduire, afin qu'ils s'habituent à utiliser des voitures électriques.* ». Le 26 mars, on apprend ainsi qu'« *en la matière [la lutte contre la pollution], Paris est un exemple pour le monde* » (avec Autolib et Vélib), selon Miguel Arias Canete, le commissaire européen au Climat. » Quelle aubaine que le commissaire salue — si c'est ainsi qu'il faut comprendre cette curieuse parenthèse placée après la citation proprement dite — une initiative signée Bolloré !

Entre le 16 et le 23 mars, cinq articles sont consacrés au pic de pollution à Paris. Tous sans exception évoquent une heure de location Autolib offerte par la municipalité — information capitale, généralement en gras dans l'article. *Direct Matin* récidive en juillet (et en gras), et l'on finit par se demander si *Direct Matin* serait aussi attentif aux mesures mises en place lors des pics de pollution s'il n'avait pas à assurer la promotion d'Autolib.

\*\*\*

Difficile d'imaginer que Bolloré, soucieux de l'éthique au point de nommer ses proches au comité chargé de veiller sur elle au sein de Canal+, ait pris de bonnes résolutions pour 2016. Le 4 janvier, on apprenait dans un article dithyrambique que « *lutter contre la pollution, c'est aussi agir pour la santé* » et que le vaillant Bolloré a jeté toutes ses forces dans cette bataille. Le 20 janvier, un nouveau pic de pollution à Paris suscite une nouvelle annonce : « *D'autres mesures de gratuité partielles (Vélib et Autolib), [qui] pourraient être mises en place afin d'inciter la population à privilégier les transports propres.* » Une semaine auparavant, *Direct Matin*, annonçant une course automobile à Paris, s'attardait sur un détail intéressé à défaut d'être intéressant : « *Deux pilotes [...] ont déjà fait dès mercredi un tour de reconnaissance en Autolib.* » Et le 27 janvier, *Direct Matin* tirait le bilan d'« Une année de succès pour le club Autolib en région parisienne ». 2016 promet d'être un grand cru !

# LIRE : L'EMPIRE, DE RAPHAËL GARRIGOS ET ISABELLE ROBERTS

« *Comment Vincent Bolloré a mangé Canal+* ». Le sous-titre de l'ouvrage de Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts, mieux connus comme les « Garriberts », est explicite. *L'Empire* (Seuil/Les Jours, 2016, 192 p., 15 €) relate une histoire : celle de la prise de contrôle et de la mise au pas de Canal+ par l'industriel breton entre l'été 2014 et la rentrée 2016.

« *C'est une histoire de violence. C'est une histoire de vengeance, de pouvoir, d'argent, mais c'est avant tout une histoire de violence* », avertissent les auteurs dès la préface du livre. Et, à suivre les différentes étapes de cette prise de contrôle, telles qu'elles sont relatées par les Garriberts, le moins que l'on puisse dire est que le mot « violence » n'est pas galvaudé.

*L'Empire* est un recueil d'articles publiés sur le site Lesjours.fr entre janvier et juillet 2016. Ils rapportent, témoignages et documents « internes » à l'appui, la façon dont l'oligarque Bolloré a brutalement imposé sa « vision du monde » : « un monde où l'on sacre celui qui met des nouilles dans le slip de l'un de ses employés, où Les Guignols doivent débiter du sketch pour faire rire en français, en espagnol et en mandarin, où il faut piocher les invités de ses émissions dans le catalogue maison, où le journalisme ne s'envisage qu'en vitrine corporate des productions estampillées Canal+, Vivendi, Universal, Havas, estampillées Bolloré ».

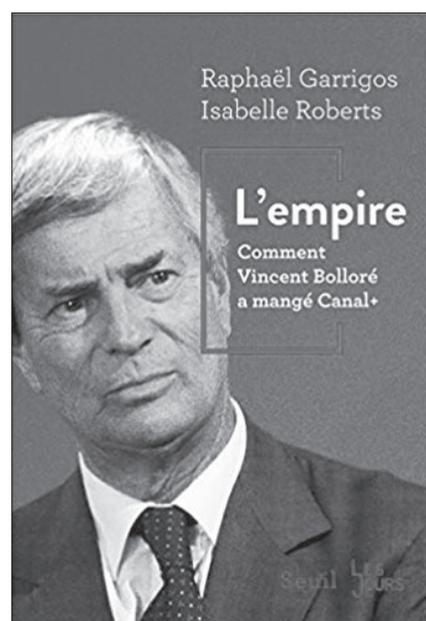
## « L'INTÉGRATION VERTICALE »

Il ne s'agit évidemment pas pour les auteurs du livre de défendre un prétendu « esprit Canal » qui aurait été détruit par Bolloré, mais bien de raconter comment le milliardaire et son entourage ont méticuleusement « nettoyé » la chaîne de toutes celles et tous ceux qui ne correspondaient pas au « projet Bolloré ». Son principe ? « L'intégration verticale » :

*Pour faire simple, disons qu'il s'agit de produire un film StudioCanal avec une artiste Universal en tête d'affiche, d'assurer la promo du chef-d'œuvre ainsi réalisé dans « Le Grand Journal » de Canal+, lequel*

*chef-d'œuvre aura une critique des plus laudatrices dans Direct Matin, sera ensuite décliné en comédie musicale dont la tournée ne manquera pas de passer par L'Olympia, celui de Bruno Coquatrix à Paris, racheté par Bolloré, mais aussi par Canal-Olympia, la salle qu'est en train de créer l'homme d'affaires à Conakry, en Guinée. Ça distraira les dockers de Conakry Terminal, la filiale de Bolloré Africa Logistics qui construit une plate-forme portuaire dans la ville, où l'envoyé spécial d'I-télé, pardon CNews comme a décidé de la renommer Bolloré, ne manquera pas de couvrir l'événement et la chaîne [CStar] de le retransmettre en direct. C'est beau, hein ?*

Magnifique. Les auteurs confirment ce que nous écrivions il y a peu : « les médias ne sont pas le "cœur d'activité" [des] "capitaines d'industrie", qui leur appliquent des logiques strictement comptables et des méthodes de management inspirées de leurs autres sphères d'activité, quitte à avoir recours à des cost killers sans aucune connaissance du travail journalistique, et qui vont jusqu'à considérer "leurs" médias comme une simple vitrine pour le groupe ». Le cas de Vincent Bolloré est à ce titre exemplaire, comme l'a montré le récent conflit à I-télé, et comme le montre avec brio l'ouvrage des Garriberts.



## COST KILLERS

Lorsque Bolloré débarque à Canal+, il le fait avec son équipe, et tant pis pour celles et ceux qui travaillaient pour le groupe auparavant. Le problème n'est pas, là encore, de juger de la qualité de leur travail ou de la qualité des programmes de Canal+ à l'ère « pré-Bolloré », mais de mesurer à quel point la prise de contrôle par l'oligarque a signifié des mises à pied brutales et a poussé des dizaines de cadres vers la sortie. Ainsi, les Garriberts rapportent le déroulement d'un « comité de mana-

gement », organisé le 6 juillet 2015, au cours duquel des cadres « découvrent en direct non seulement qu'ils sont virés, mais en plus que leurs remplaçants sont déjà là, dans la salle », le grand patron osant même expliquer à celles et ceux qui n'ont pas la chance d'être dans ses petits papiers: « Je suis désolé pour ceux qui ne font pas partie de mon équipe, voilà, je n'ai rien contre vous, je ne vous connais pas ». Certains des témoignages recueillis par les auteurs de *L'Empire* donnent une idée de la violence de la scène: « Il a taclé tout le monde: Vous êtes tous arrogants, vous êtes insupportables, vous vous prenez pour des Prix Nobel; nous, on n'est pas des Prix Nobel mais on sait faire du business »; « Il était là pour écraser l'ancienne équipe. Il était entre terreur, manip' et intimidation »; « C'était une séance de terreur et d'humiliation ».

Une « séance de terreur » qui correspond à la volonté de Vincent Bolloré de « scalper » Canal+ en plaçant aux postes à responsabilités des individus qui « savent faire du business » et avec lesquels l'oligarque a déjà travaillé: « Secrétariat général (Delphine d'Amarzit), DRH (Sylvie Guyesse), régie publicitaire (Roger Coste), StudioCanal (Olivier Courson), direction du cinéma (Nathalie Coste-Cerdan), CanalSat (Alice Hozman), I-télé (outre Céline Pigalle, la DG Cécilia Ragueneau et la secrétaire générale Laure Berzault), sports (Thierry Thuillier), moyens généraux (Stéphane Tual)... Bolloré scalpe totalement Canal+ [en 2015], à de très rares exceptions près. Pour bien marquer son territoire et l'emprise de Vivendi sur sa filiale, il dépêche sur place des cadres de l'avenue de Friedland qui héberge le siège de l'ancienne Générale des eaux. Ils avaient un boulot chez Vivendi? Ils auront le même chez Canal+, mais sans lâcher le premier. Frédéric Crépin, secrétaire général de Vivendi, occupera en sus le même poste à Canal+, idem pour le DRH Mathieu Peyceré (revenu depuis à la case départ), le directeur de l'audit Vincent Vallejo ou encore la directrice des moyens généraux Stéphanie Ferrier ».

Une équipe de cost killers remplace donc la plupart des anciens cadres de Canal+, « encouragés » à partir par une

mise au placard et par la perspective d'importantes indemnités de départ, assorties toutefois d'une « clause de non-dénigrement »: « interdit de dauber sur Canal+, ses dirigeants, la stratégie, sinon adieu le chèque ». Cette équipe de cost killers n'a, sauf exception, guère d'expérience dans les médias, et son arrivée ne se traduit pas seulement par le départ d'anciens cadres, mais par des tensions au sein des équipes et par des conflits avec les salariés. Force est de remarquer que même si le livre a été écrit avant la grève d'I-télé (novembre 2016), les chapitres consacrés à la chaîne d'information en continu montrent qu'elle a subi le même sort que la maison mère (« remplacement » des cadres, licenciements, priorité donnée à « l'intégration verticale »), avec la même brutalité, et avec pour conséquence l'adoption par 90 % des salariés d'une motion de défiance et une première grève de quatre jours en juin 2016. En vain.

#### « TOUCHE PAS À MON POTE HANOUNA »

Nous ne pouvons résumer ici l'ensemble des étapes, des dimensions et des conséquences de la prise de contrôle de Canal+ par Bolloré telles qu'elles sont relatées dans l'ouvrage, qui s'intéresse également de près à certaines « affaires » plus médiatisées, notamment la promotion de l'animateur Cyril Hanouna, la censure de certains documentaires et projets de documentaires ou la suppression du programme culte de Canal+ : le « Zapping ». On découvrira en particulier, non sans un certain dégoût, la traque organisée par la direction contre le producteur du « Zapping » Patrick Menais (et son équipe), qui se « réfugiera » en étant élu sur une liste de la CGT (et donc « salarié protégé ») avant d'être finalement mis à pied (puis licencié) pour « faute lourde »: « Patrick Menais a droit lui aussi à la violence made in Bolloré. [Son] badge va être désactivé. Après 27 ans, il ne mettra plus les pieds à Canal+. Jusqu'à ce vendredi 8 juillet [jour de sa mise à pied], dans l'attente de son sort, Patrick Menais venait tous les jours rejoindre son équipe au chômage technique. Dans le bureau du Zapping aux dizaines d'écrans, toutes les télévisions étaient éteintes ».

Et l'on ne pourra qu'apprécier (au sens strict du terme) le contraste entre le sort réservé à Patrick Menais (et à bien d'autres) et le pont d'or offert à Cyril Hanouna, qui n'est pas seulement un excellent producteur et animateur de programmes Bolloré-compatibles (et brassant des centaines de millions d'euros via des boîtes de production dans lesquelles Vincent Bolloré a également investi), mais aussi un bon petit soldat de l'oligarque, comme le révèle cette anecdote rapportée par les auteurs: « Exemple le 9 septembre 2015, dans les coulisses de « Touche pas à mon poste ». Pour l'émission du soir, [le chroniqueur] Bertrand Chameroy [...] a prévu une petite vanne sur Bolloré et sa volonté de changer le nom de D8 en C8. Voilà que la petite vanne remonte d'étage en étage jusqu'à Vincent Bolloré en personne. Un peu avant de prendre l'antenne, face à Chameroy et d'autres membres de sa bande, Hanouna est au téléphone. Il raccroche et transmet à Chameroy: pas de petite vanne. L'histoire a été racontée par le site d'infos Puremedias à ce détail près. Les témoins de la scène ont tous vu le nom affiché à l'écran: au téléphone avec Cyril Hanouna, c'était Vincent Bolloré ». On n'est jamais mieux servi que par soi-même.

\*\*\*

Le reste du livre est à l'avenant. Il décoratif et analyse, avec humour souvent, mais aussi avec un certain dépit, le « jeu de massacre » auquel s'est livré Bolloré dans le groupe Canal+, qui préfigurait à bien des égards le « nettoyage » d'I-télé pendant et après la grève de novembre 2016. Un ouvrage à lire, pour sa richesse et pour sa précision, mais aussi parce qu'il est un témoignage vivant des conséquences concrètes, au-delà des chiffres, des phénomènes de concentration et de financiarisation des médias. Des phénomènes sur lesquels nous n'avons eu de cesse, avec d'autres, d'alerter, par exemple durant la grève à I-télé: « Jusqu'à quand va-t-on laisser Vincent Bolloré et les autres médiavores s'amuser avec les médias comme s'ils étaient en train de jouer au Monopoly, au mépris de la qualité des contenus, de l'indépendance des rédactions et des conditions de travail des salarié-e-s? »

# LES DASSAULT FÊTENT LA VENTE DU RAFALE

*La vente de vingt-quatre avions de chasse Rafale du Groupe Dassault au gouvernement égyptien a été l'occasion d'un concert patriotique presque parfait dans les médias français<sup>1</sup>. Parmi ces flots de louanges, certains ont particulièrement retenu notre attention : ceux du Figaro et de Valeurs actuelles.*

Depuis l'automne 2014, des rumeurs de vente rapide d'avions Dassault Rafale au gouvernement égyptien s'intensifiaient. À la rédaction du *Figaro*, propriété de Serge Dassault, un courriel interne émanant de la direction avait alors circulé : « On attend le communiqué officiel de Dassault avant de faire quoi que ce soit. Si vous avez un doute, n'hésitez pas à venir nous voir. Merci pour votre vigilance<sup>2</sup> ! » Étant donné le traitement médiatique passé des succès du Rafale que nous avons déjà eu le loisir d'observer au *Figaro*, cette décision se comprend. Et pourtant...

## SANS LIBERTÉ DE BLÂMER...

Dès l'officialisation de l'affaire, la « vigilance » demandée se mue en fanfare enjouée : pas moins de seize articles sur le sujet en dix jours ! Et pas des moindres, la sollicitude du quotidien de Serge Dassault pour le cours en bourse de l'entreprise de Dassault Serge étant sans faille :

### Contrat historique pour le Rafale en Égypte

ÉCONOMIE > ENTREPRISES Par Véronique Guillermand, Service infographie du Figaro | Mis à jour le 13/02/2015 à 12:25 | Publié le 12/02/2015 à 23:57

### De l'Afghanistan à l'Irak : le Rafale, un avion de combat qui a fait ses preuves

ÉCONOMIE > ENTREPRISES Par AFP agence | Mis à jour le 12/02/2015 à 23:36 | Publié le 12/02/2015 à 21:37

### Avec l'Égypte, le Rafale entame sa carrière à l'international

ÉCONOMIE > CONJONCTURE Par Véronique Guillermand, Service infographie du Figaro | Mis à jour le 13/02/2015 à 20:17 | Publié le 13/02/2015 à 19:48

### Rafale : « Cette 1ère vente va faire boule de neige », dit le PDG

ÉCONOMIE > FLASH ECO Par lefigaro.fr | Mis à jour le 13/02/2015 à 11:49 | Publié le 13/02/2015 à 08:07

### Rafale : "un contrat de confiance" (Le Drian)

ACTUALITE > FLASH ACTU Par lefigaro.fr avec AFP | Mis à jour le 13/02/2015 à 17:47 | Publié le 13/02/2015 à 17:45

Le zèle du *Figaro* va même jusqu'à utiliser des photos de l'avion de chasse émanant directement de Dassault Aviation, sans les citer. Il est vrai que les chances que Dassault porte plainte contre son journal sont faibles. Surtout avec un traitement publicitaire aussi élogieux.



Mais gardons le meilleur pour la fin. Dès le 12 février, *Le Figaro* publie un article de la journaliste Véronique Guillermand, dont la sobriété force le respect :

### Rafale : un avion de combat ultrapolyvalent par excellence

ÉCONOMIE > ENTREPRISES Par Véronique Guillermand | Mis à jour le 13/02/2015 à 10:55 | Publié le 12/02/2015 à 23:27

On y apprend pêle-mêle que le Rafale est « un appareil *omni-rôle*, capable d'accomplir plusieurs tâches au cours d'une même mission », qu'il remplit d'ailleurs toujours « avec succès », et « se distingue par sa conception aérodynamique basée sur une aile delta, sa taille moyenne, son agilité et son concentré de technologies dites "critiques" ». Il a donc à ce titre tenu le « pari » de l'armée de l'air de « remplacer pas moins de sept types de chasseur ». Mieux, le Rafale, « l'avion de combat des armées françaises des trente prochaines années », entre deux « sauts technologiques », se paie même le luxe d'embarquer un « type de radar ultrasophistiqué qui permet de regarder partout » et dont « seuls les chasseurs américains bénéficient ».

ficent également ». Bref, « l'ultrapolyvalence [...] est sans doute la plus grande des qualités de l'avion de combat français ».

Dans cette période difficile pour les journalistes, Acrimed est soulagé pour l'avenir de la carrière de Véronique Guillermand, qui s'annonce radieux au sein du Groupe Dassault.

Dans les semaines qui ont suivi les ennuis judiciaires de Serge Dassault en 2013, Alexis Brezet, patron de la rédaction, avait expliqué qu'il voulait « un traitement factuel, sobre, neutre et objectif, sans pour autant reprendre tous les éléments de presse<sup>3</sup> », afin d'éviter tout conflit d'intérêts. Cette stratégie aurait eu toute sa place dans le traitement médiatique de la vente du Rafale – mais force est de constater que l'on est encore très loin du compte.

### DES ÉCHOS À VALEURS ACTUELLES

À *Valeurs actuelles* aussi, on aime beaucoup le Rafale. Et comme le ministre de la Défense Jean-Yves Le Drian a mis la main à la pâte pour le vendre, on aime aussi beaucoup Jean-Yves Le Drian. Et on le montre :



Dans ce numéro du 19 février 2015, Frédéric Pons, rédacteur en chef, nous offre de véritables « Rafale de

louanges<sup>4</sup> ». Dans son article « L'arme fatale », on apprend que « les professionnels [lesquels?] reconnaissent au Rafale des atouts opérationnels exceptionnels : sa polyvalence, sa furtivité, sa souplesse d'emploi, sa capacité multirôle, sa facilité de déploiement et de maintenance »... Ce « bijou de technologies intégrées », « omnirôle et flexible », aux « qualités de vol exceptionnelles », a ainsi « mis à la retraite sept types d'avions de combat ». Bref, « ce "couteau suisse volant" n'a guère d'équivalent dans le monde. Les opérations extérieures ont validé l'ingéniosité des industriels et le choix des militaires. »

Mais il n'y a pas que l'« ingéniosité » qui caractérise les industriels de Dassault. Éric Trappier, président de Dassault Aviation, dont on apprend qu'il tutoie le président égyptien al-Sissi, est aussi qualifié de « pragmatique et patriote ». Grâce à lui, Dassault fait vivre « 500 sous-traitants employant 7000 salariés », dont une partie des 2800 salariés de la Snecma, basée... à Corbeil-Essonnes, fief de Serge Dassault !

Dans un autre article du même numéro, François d'Orcival se préoccupe du cours en bourse de Dassault Aviation. Le titre, « Des ventes par escadrilles », s'avance largement étant donné qu'aucune autre vente n'a encore été scellée. On apprend quand même que « le contrat égyptien prépare d'autres bonnes nouvelles », et que « le verrou a sauté » pour le Rafale, qui n'est « plus seulement une "merveille technologique" ». Si bien que les cadres de Dassault Aviation « se préparent à un "bon Bourget", lors du Salon aéronautique du mois de juin prochain ».

Quel rapport entre *Valeurs actuelles* et Serge Dassault ? François d'Orcival, président du conseil d'administration du très droitier hebdomadaire, est en réalité un proche de Dassault. Il a notamment rédigé les éditoriaux du *Républicain de l'Essonne* lors de son rachat par Dassault en vue des

législatives de 2002 dans sa circonscription de l'Essonne<sup>5</sup>. L'identité du vice-président du même conseil d'administration est elle aussi riche d'enseignements : il s'agit d'Olivier Dassault, député de l'Oise, et fils de Serge Dassault. Olivier Dassault a d'ailleurs pris personnellement la plume pour fêter dignement la vente des avions de son père, mais dans le journal d'un ami : *Les Échos* de Bernard Arnault, première fortune de France. Dans cet article, le fils de l'industriel voit le Rafale comme « un atout pour l'indépendance française ».

Ce thème de l'indépendance grâce au Rafale revient aussi dans un article d'Éric Branca dans le numéro de *Valeurs actuelles* déjà cité, sous le titre « L'indépendance paye ». Gageons qu'à *Valeurs actuelles*, ce thème n'est pas confondu avec celui de l'indépendance de la presse.

### UNE AFFAIRE DE FAMILLE

De 1954 à sa mort en 1986, Marcel Dassault, père de Serge et grand-père d'Olivier, avait lui aussi son journal, *Jours de France*, qu'il distribuait gratuitement aux électeurs de sa circonscription électorale de l'Oise. Lesquels « avaient parfois la surprise d'y découvrir des pages entières de publicité vantant les mérites des avions de guerre construits par le propriétaire du journal<sup>6</sup> ! »

Aujourd'hui ses descendants franchissent un pas supplémentaire, les articles se chargeant du rôle ingrat de la publicité.

[1] À l'exception notable du *Monde*, interdit de cérémonie de signature du contrat après la publication d'un article critique vis-à-vis du régime égyptien.

[2] Christophe Nobili, « Des rafales au Rafale », *Le Canard enchaîné*, 18 février 2015.

[3] *Le Canard enchaîné*, 25 septembre 2013.

[4] D'après l'heureuse expression de David Fontaine dans *Le Canard enchaîné* du 25 février 2015.

[5] Anne-Marie Rocco, *Serge Dassault : armes, presse, politique*, Flammarion, 2006, p. 60.

[6] Anne-Marie Rocco, *Serge Dassault : armes, presse, politique*, op. cit., p. 93.

# ET BOLLORÉ CROQUA ÉDITIS

*Retour sur le rachat d'Éditis, deuxième éditeur français, par Vincent Bolloré. Une opération qui témoigne des manœuvres en cours dans le secteur de l'édition.*

Le monde de l'édition des livres a connu quelques bouleversements ces dernières années. Après que Madrigall<sup>1</sup> eut acheté Flammarion à l'italien Rizzoli en 2012, le groupe Médias participation a acquis en 2016 le groupe La Martinière-Le Seuil. Et c'est maintenant Vincent Bolloré, l'homme des poursuites-bâillons, qui vient d'ajouter à la mosaïque de sociétés qu'il possède une nouvelle pièce: le deuxième éditeur français, Éditis, qui regroupe 45 maisons d'édition<sup>2</sup>, repris pour 900 millions d'euros au groupe espagnol Planeta, le 15 novembre 2018.

Par une sorte de bégaiement de l'Histoire, cette transaction a été réalisée par Vivendi, possession de Bolloré, vingt ans après le rachat d'Éditis par le même Vivendi, alors aux mains de Jean-Marie Messier, qui avait dû le revendre en catastrophe, quatre ans plus tard, à son concurrent historique, Hachette-Lagardère. Hachette se trouvant de ce fait en situation de quasi-monopole dans plusieurs segments de l'édition française, la Commission européenne l'avait alors contraint à revendre 60 % d'Éditis: à la surprise générale, l'éditeur est racheté en 2004 par le baron Seillière (patron du Medef), via son fonds d'investissement Wendel. Lequel le revendait, quatre ans plus tard, à Planeta, un mastodonte de l'édition espagnole, avec une forte plus-value et malgré ses engagements formels de garder Éditis beaucoup plus longtemps. Le même groupe espagnol vient à son tour de le revendre à Vivendi... la boucle est bouclée. Après toutes ces péripéties, c'est un Éditis amaigri qui tombe dans l'escarcelle de Bolloré, délesté des 40 % qui sont allés à Hachette et, qui plus est, déficitaire en 2017. Le chiffre d'affaires d'Éditis représente aujourd'hui le tiers de celui de Hachette qui domine ainsi largement le secteur de l'édition en France.

Chez les salariés du groupe Éditis, édifiés par la gestion calamiteuse de Bolloré à

Canal+, autre possession de Vivendi, l'ambiance n'est pas à l'euphorie. Leur quatrième patron en vingt ans risque de n'être pas plus tendre à leur égard que le baron Seillière, qui avait imposé des mesures drastiques: réductions d'effectifs et gel des salaires, etc. Début septembre 2018, Nicole Vulser évoque dans un article du *Monde* l'ambiance dans le groupe: « La façon dont Canal+ a été malmené par Vivendi agit comme un repoussoir. [...] Aussi l'arrivée de ce patron et de son fils fait-elle grincer des dents. Mais craignant d'être satellisés sur une liste noire, la plupart des auteurs et des éditeurs parlent sous anonymat. »

Ce rachat est un nouvel exemple d'une tendance qui s'affirme depuis bientôt deux décennies dans l'ensemble des maisons d'édition: leur prise en main par des hommes d'affaires qui n'ont aucune culture de l'édition et se soucient comme d'une guigne de la qualité des ouvrages qu'ils publient. Les Lagardère, Seillière, Messier, Wertheimer (Le Seuil jusqu'en 2017), Kessler, Bolloré, ne cherchent dans l'édition de livres qu'à produire de la rentabilité à court terme. Avec une telle stratégie, il devient de plus en plus difficile, pour les maisons qui appartiennent à ces grands groupes, de pouvoir publier, si elles le souhaitent encore, des ouvrages qui demandent du temps pour être reconnus du public, ou encore des ouvrages de jeunes auteurs qui n'ont pas, par définition, de rente de situation.

Pour des groupes comme Hachette-Lagardère ou Éditis-Bolloré, déjà fortement présents dans d'autres médias, la recherche de rentabilité passe notamment par celle de « synergies » entre les diverses sociétés qui composent leur conglomérat. André Schiffrin, dans *Le Contrôle de la parole* (La Fabrique, 2005), parlait à ce sujet et à propos de Hachette, de « promotion croisée des produits grands médias proposés par le Groupe, à travers ses grands relais de communication: ainsi du dernier livre

publié par Grasset dont la promotion publicitaire ou éditoriale pourra être faite sur Europe 1, dans les colonnes de Paris-Match, du Journal du dimanche, de La Provence et des groupes comme AOL, Time Warner, Viacom ou d'autres ». Le président du directoire de Vivendi ne dit pas autre chose en évoquant le cas « Paddington ». « Les droits, rachetés par Vivendi à la famille qui en était propriétaire, ont permis de développer deux films, dont la bande-son était signée Universal Music [propriété de Vivendi, NDLR]. Et aux 25 millions de peluches vendues jusqu'ici s'est ajouté un programme de licences très varié: du jeu vidéo "Paddington Run" [...] à l'édition [...] en passant par les parcs à thèmes [...] mais aussi Marks & Spencer au Royaume-Uni [...]. En résumé, nous voulons tout simplement répéter que ce qu'a fait un certain Walt Disney en 1954 avec une souris nommée Mickey » (Leséchos.fr, 29 août 2018). Pour ce qui est des « synergies », Vincent Bolloré ne manque pas d'expérience, comme en témoigne la promotion de son Autolib' dans son *Direct Matin*.

Le baron Seillière, alors patron d'Éditis, prétendait que ça l'« amusait » de publier des livres de José Bové ou de Michael Moore. Début janvier 2019, Vincent Bolloré a gagné un de ses procès-bâillons pour diffamation contre Mediapart, après en avoir perdu un précédent en mars 2018. Le 7 mars dernier paraissait aux éditions de La Découverte, désormais propriété de Bolloré, le dernier ouvrage d'Edwy Plenel qui porte sur les gilets jaunes, *La Victoire des vaincus*. Une bonne occasion de voir si « le petit prince du cash flow », alias Vincent Bolloré, s'amuse autant que le baron.

[1] Groupe appartenant à Gallimard dont Madrigall est la subtile anagramme.

[2] Dont notamment Robert Laffont, Plon, Presses de la Cité, Pocket, 10/18, Nathan, Bordas, Le Robert, La Découverte, etc.

# PITIÉ-SALPÊTRIÈRE : DÉSINFORMATION GÉNÉRALE

*Une fois de plus, les médias audiovisuels ont piétiné l'information. Les événements survenus à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière, à Paris, en fin de manifestation du 1<sup>er</sup> mai, ont débouché sur un vaste épisode de désinformation relayé par de nombreuses télévisions et radios. Un épisode qui témoigne de la précipitation des journalistes, y compris de certains journalistes de terrain, de l'absence totale de vérification et de recoupement des sources, de la reprise en boucle de la communication gouvernementale et de la hiérarchie hospitalière, de la marginalisation des témoignages contradictoires, et enfin, d'un mensonge délibéré.*

Au soir du 1<sup>er</sup> mai, BFM-TV est au chevet de la Pitié-Salpêtrière, en affirmant sans recul ni nuance, bandeau après bandeau, que l'hôpital a été « pris pour cible » par des manifestants. Cette information, qui se révélera erronée, s'appuie sur la parole surmédiatisée des autorités. À commencer par Christophe Castaner et Agnès Buzyn. Dans la soirée, les deux ministres sont univoques sur Twitter, à la suite de Martin Hirsch, le directeur général de l'AP-HP :



Martin Hirsch  
@MartinHirsch

Plein soutien aux équipes de @HopPitieSalpe qui ont fait face à une bande de manifestants/casseurs dans une tentative d'intrusion violente dans le service de réanimation chirurgicale! Et qui ont empêché la mise en danger de patients. Merci à la police. Plainte @APHP sera déposée.



Christophe Castaner  
@CCastaner

Ici, à la Pitié-Salpêtrière, on a attaqué un hôpital.  
On a agressé son personnel soignant. Et on a blessé un policier mobilisé pour le protéger. Indéfectible soutien à nos forces de l'ordre : elles sont la fierté de la République.



Agnès Buzyn  
@agnesbuzyn

On voudrait ne pas y croire. On voudrait se dire que la violence ne peut pas tout prendre pour cible.  
S'en prendre à un hôpital est inqualifiable.  
Merci aux équipes de l'@HopPitieSalpe pour leur sang-froid. Je m'y rendrai demain pour leur témoigner mon entier soutien.

Le soir même, de nombreux témoignages sous forme écrite ou en images remettent pourtant en cause la version des autorités, comme ceux relayés par le journaliste David Dufresne et par la photographe Valk.

Le lendemain, le service Checknews de *Libération* et les Décodeurs du *Monde* publient deux articles qui achèvent de discréditer un peu plus la version officielle d'une « attaque » de l'hôpital par des manifestants. Ces derniers auraient, en réalité, cherché un refuge suite à des charges policières et au gazage de la manifestation.

Les témoignages des manifestants disponibles le jour même auraient dû inviter les journalistes à la plus grande prudence. Mais les chaînes de télévision et de radio n'ont pas attendu pour s'emballer, et apporter leurs contributions à un vaste épisode de désinformation. Dans la soirée, BFM-TV est en boucle :



BFM TV  
@BFMTV

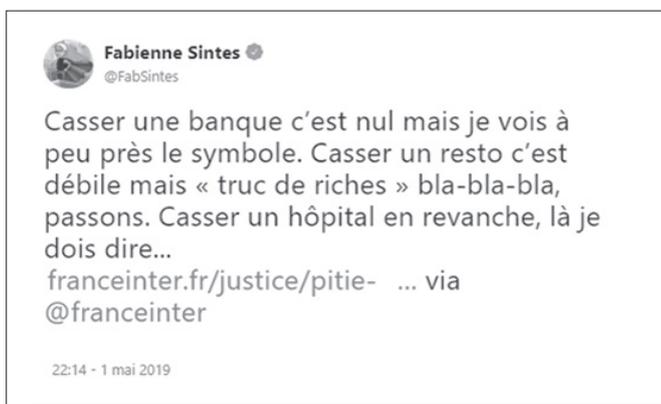
Hôpital pris pour cible à Paris: le directeur général de l'APHP dénonce un acte "rarissime et très grave"



22:08 - 1 mai 2019



Sans tarder et sans le moindre recul, certains journalistes n'hésitent pas à emboîter le pas de la communication gouvernementale sur Twitter. C'est le cas par exemple de Thierry Arnaud, éditorialiste de BFM-TV, et de Fabienne Sintès, du 18/20 de France Inter :



Le lendemain matin, dans sa revue de presse sur France Inter, Frédéric Pommier s'en donne à cœur joie :

Sur le Huffington Post, retour sur l'un des incidents : ces dizaines de manifestants qui ont fait irruption dans les locaux de la Pitié-Salpêtrière... Des individus « violents et menaçants », selon les mots de la directrice de l'hôpital... Là encore, on serait tenté d'employer le mot « crétins ».

Et comment qualifier une telle leçon de journalisme ? Sur Twitter et sur son site web, la radio publique s'illustre également en accompagnant l'article reprenant les termes de la directrice de l'hôpital d'une photo... prise devant le commissariat du 13<sup>e</sup> arrondissement :



Une grossière manipulation à laquelle France Info s'est également livrée, et qui a été pointée par Checknews. La chaîne d'info publique recevait d'ailleurs le matin même... Martin Hirsch, en titrant sans aucune distance : « L'hôpital de la Pitié-Salpêtrière pris pour cible ».



CNews est à l'unisson. Marie Aubazac revient sur la garde à vue des manifestants en se posant une question grave : « pourquoi [ces personnes] sont entrées dans cet hôpital ? »... et en y répondant sous forme de deux questions subsidiaires : « Est-ce qu'elles voulaient s'en prendre à un établissement public ? Ou est-ce que c'est parce qu'un

CRS qui a été blessé à la tête lors de la manifestation avait été pris en charge à ce moment-là? » Bref: les manifestants sont-ils coupables, ou coupables?

Sur RTL, c'est en grand journaliste d'investigation qu'Yves Calvi interroge la directrice de l'hôpital, et mise sur la dramatisation. Florilège:

» Si les manifestants avaient réussi à rentrer dans ce service de réanimation dont ils ont tenté, vous venez de nous le confirmer, de forcer la porte, qu'aurait-il pu se passer?

» Vous avez eu peur? Je vous pose la question simplement.

» Il fallait aussi qu'ils décident de monter au premier étage, pour aller à l'entrée du service de réanimation. Ce que je veux dire c'est que c'est un trajet qui n'est pas neutre.

» Ils ne sont donc pas venus pour se cacher ou se protéger, ils sont venus pour attaquer votre hôpital, c'est comme ça que vous percevez ce qui s'est passé?

» Il y a une différence entre une intrusion qu'on devrait de toute façon ne jamais faire dans un hôpital et ce qui finit par ressembler à une attaque. En l'occurrence, on a des gens qui sont montés au premier étage et qui ont tenté de forcer le service de réanimation. Comme les mots ont un sens et qu'en ce moment tout est sensible, c'est pour ça que j'insiste.

Plus tard sur RTL, Christelle Rebière s'interroge aux actualités de 12h30: « Que s'est-il vraiment passé à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière? » Pour le savoir, la journaliste interviewe Christophe Prudhomme, médecin urgentiste et délégué CGT. Une interview qui va rapidement virer... à l'interrogatoire. Lorsque le médecin commence à affirmer que les manifestants n'ont fait que se réfugier dans le périmètre de l'hôpital, la journaliste le coupe, exaspérée: « Non mais franchement, c'est devenu un refuge un hôpital aujourd'hui? » Et lorsqu'il évoque la « surmédiasation » de cette affaire, c'est la goutte d'eau qui fait déborder le vase: « Enfin attendez, excusez-moi mais on n'a quand même jamais vu ça, vous pouvez pas nous dire que c'est juste une affaire comme ça, alors qu'Agnès Buzyn nous explique qu'en plus les grilles de l'hôpital ont été forcées... » Le médecin tente de poursuivre mais est aussitôt

coupé par la journaliste: « En plus après on retrouve une dizaine de personnes aux portes du service de réanimation, c'est quand même extrêmement grave d'arriver jusque-là dans l'hôpital, non? » La journaliste, visiblement excédée par l'absence de condamnation de cette inexcusable « intrusion », coupera court à l'entretien.

Quelques heures plus tôt, dans « L'Heure des pros » (CNews), Pascal Praud et Jérôme Béglé (directeur adjoint de la rédaction du Point) en étaient quant à eux déjà à regretter... le laxisme pénal à venir!

— Jérôme Béglé: Je suis pessimiste parce que je suis assez convaincu que ces 30 personnes ne vont pas faire de prison ferme, parce qu'on va dire... d'abord les 30 vont pas être condamnées aux mêmes peines, ça va mettre des semaines pour pas dire des mois pour qu'elles soient condamnées, puis il y aura des appels, puis on sait très bien, parce que vous pouvez pas...

— Pascal Praud: Non mais vous pouvez déjà les mettre à l'ombre très tranquillement ces 30 personnes qui rentrent dans un hôpital...

Un débat qui avait commencé dans l'ivresse des profondeurs, dans lesquelles l'éditorialiste Jean-Claude Dassier plongeait la tête la première: « J'espère, j'espère pour eux qu'ils étaient alcoolisés. Parce que contrairement à ce qu'on raconte, ou on fait semblant d'oublier, il y a aussi beaucoup d'alcool [...] J'espère pour eux parce que sinon je sais pas comment

expliquer une intrusion dans un hôpital. Ça interroge, ça pose beaucoup de questions, on va y revenir, mais là pour moi c'est stupéfaction, c'est... j'espère pour eux qu'ils avaient forcé sur la bière! »

Une fois n'est pas coutume, remettons-nous-en à la lucidité de Pascal Praud, pour qui « la Salpêtrière [...] sera un marqueur. C'est-à-dire que quand on fera la séquence, il y aura eu l'Arc de triomphe, il y aura eu le Fouquet's et il y aura eu aujourd'hui la Salpêtrière. Ce sont des marqueurs, et j'ai l'impression qu'à chaque fois, on monte d'un cran d'une certaine manière. » Des marqueurs, en effet. Mais d'un traitement médiatique de plus en plus ahurissant.

\*\*\*

Ce nouvel épisode de fièvre médiatique montre une fois de plus l'adhésion presque immédiate de certains journalistes et médias à la communication gouvernementale. Les cortèges tout juste dispersés, le tapis rouge médiatique s'est déroulé pour Agnès Buzyn, Martin Hirsch et la directrice de la Pitié-Salpêtrière alors même que leurs versions d'une « attaque » de l'hôpital étaient déjà largement remises en cause. Cet épisode montre aussi l'outrance des plus zélés relais médiatiques du gouvernement et de la préfecture. Leur mépris vis-à-vis d'autres paroles, notamment de celle des manifestants comme des personnels de l'hôpital. Et en définitive, le piétinement de la déontologie journalistique la plus élémentaire.





