



LA PRESSE QUOTIDIENNE D'INFORMATION : CHRONIQUE D'UNE MORT ANNONCÉE ?

Commission des affaires culturelles

Groupe de travail sur la crise de la presse

Rapporteur : M. Louis de Broissia

Rapport n° 13 (2007-2008)

Le constat

La presse quotidienne est en crise ! A l'image de *Libération*, qui vient d'obtenir la prorogation de la procédure de sauvegarde sous laquelle son éditeur est placé depuis le 4 octobre 2006, tous les titres de la presse quotidienne d'information politique et générale française doivent résoudre une équation économique délicate caractérisée par une baisse continue des recettes et le maintien de coûts de production élevés.



Une réduction drastique des recettes

Les Français ont pour la presse quotidienne un bien maigre appétit. Lecteurs et annonceurs, séduits par d'autres médias, désertent progressivement une presse dont les « grandes heures » semblent définitivement appartenir au passé.

Trente et unième à l'échelle mondiale, notre pays se situe seulement au douzième rang européen pour la diffusion des quotidiens avec moins de 160 exemplaires diffusés pour 1 000 habitants.

En tendance, une analyse des dix dernières années permet de constater une diminution régulière, mais prononcée de la diffusion des 12 quotidiens nationaux.

Frappée par une lente mais inexorable décreue de sa diffusion payée, la presse quotidienne française connaît également une diminution régulière de ses ressources publicitaires.

Concernant les annonces commerciales, la presse quotidienne est restée à l'écart de la reprise publicitaire constatée en 2006 : les recettes publicitaires de la presse quotidienne nationale ont en effet diminué de 3,5 % au cours de l'année passée.

L'évolution des recettes de petites annonces est encore plus inquiétante. Si celles-ci comptaient pour 320 millions d'euros dans les recettes de la presse nationale d'information en 1990, elles ne représentent plus que 70 millions **ce qui conduit à s'interroger sur l'avenir de cette catégorie d'annonces et de recettes dans les pages et les bilans de la presse quotidienne nationale payante.**

Des coûts fixes qui demeurent élevés

Parmi les postes de dépenses principaux des entreprises de presse, le prix du papier est orienté à la hausse de façon constante depuis 2002.

En matière d'impression, la France se caractérise toujours par des coûts de production plus élevés que la moyenne européenne du fait des salaires individuels et des sureffectifs négociés par le syndicat du Livre.

En matière de distribution, la situation est plus positive, le coût d'intervention des messageries ayant considérablement diminué sous l'effet des plans successifs de restructuration des NMPP.

Des responsabilités partagées

Comment en est-on arrivé là ? Comment une presse quotidienne qui fut longtemps la première du monde a-t-elle pu se couper progressivement de ses lecteurs ? Comment un secteur, autrefois si florissant, peut-il aujourd'hui se retrouver dépendant des subsides publics ?

Les auditions menées par le groupe de travail ont permis de conclure à la responsabilité collective des différents acteurs du secteur que les figures récurrentes du rotativiste du Livre, de l'éditeur de gratuit, ou, plus récemment du blogueur, ont trop souvent permis de dissimuler.

Les nouveaux concurrents

Fortement chahutés lors de leur apparition sur le marché français, les quotidiens gratuits d'information constituent une véritable révolution en matière de presse.

Perturbant le rapport traditionnel entre le lecteur et l'annonceur, ces titres ont prouvé qu'un concept audacieux et innovant pouvait rencontrer l'adhésion d'un public dénigrant la presse payante.

La presse doit également faire face à la concurrence d'internet. Média global, interactif et gratuit, il a bouleversé le rapport des citoyens à l'information et révélé les faiblesses de la presse quotidienne française.

Les responsabilités syndicales

Le syndicat du « Livre » fait partie intégrante de l'économie du secteur ! Ses succès, ses excès aussi, constituent un

Les quotidiens les moins rentables d'Europe

La baisse des ventes et des recettes publicitaires et le niveau élevé des coûts fixes contribuent à faire des quotidiens français les titres les moins rentables d'Europe.

Ces résultats financiers inquiétants obèrent la capacité des quotidiens français à réaliser les investissements nécessaires à la modernisation de leur outil de production et découragent l'arrivée de nouveaux investisseurs.

héritage lourd à gérer tant pour la filière que pour la collectivité nationale.

Ce syndicat est ainsi à l'origine de surcoûts directs pour les éditeurs, liés à la rémunération confortable de ses membres compte tenu de la durée et de la pénibilité des tâches effectuées et aux effectifs pléthoriques des imprimeries de la presse parisienne.

Il est également responsable de surcoûts indirects financés par les éditeurs et le contribuable national au travers de plans sociaux destinés à accompagner la réorganisation du processus d'impression et de distribution.

Ces surcoûts ont notamment contraint les éditeurs, dans un contexte de crise du marché publicitaire, d'augmenter leurs prix de vente pour équilibrer leurs comptes, écartant ainsi de leur lecture les populations les plus sensibles à ce facteur tels que les jeunes et les classes populaires.

Le développement du recours aux pigistes et la réduction des effectifs des rédactions trouvent également dans cette situation une partie de leur explication.

La responsabilité des éditeurs

Selon l'expression de M. Francis Balle, la presse quotidienne française s'est elle-même installée dans le cercle vicieux du déclin à la suite d'une « succession de petites lâchetés ».

Les éditeurs portent par conséquent une part de responsabilité non négligeable dans le déclin qui les frappe : manque de

discernement en matière de diffusion, manque de courage en matière éditoriale, individualisme exacerbé et obsession du court terme ont précipité les titres de la presse quotidienne dans les difficultés.

La responsabilité des pouvoirs publics

En dépit d'une rationalisation bienvenue et d'une augmentation conséquente du montant des aides octroyées, le « régime économique de la presse » peine à faire la preuve de son efficacité. Certains le comparent même à un véritable « tonneau des danaïdes » ...

Soupçonné d'accompagner la presse quotidienne dans la crise au lieu de l'en sortir, accusé de ralentir la modernisation de la presse au lieu de l'accélérer, ce régime illustre les difficultés des pouvoirs publics à

définir une stratégie cohérente et efficace destinée à préserver un média indispensable à l'information des citoyens et à la diffusion des courants de pensées et d'opinions.

La responsabilité des journalistes

On peut enfin se demander si la crise de la presse ne correspond pas, dans une certaine mesure, à une véritable crise du journalisme et des journalistes.

Le poids des « affaires », celui des pressions, une certaine perte de crédibilité et des conditions de travail dégradées contribuent au désarroi d'une profession censée respecter une éthique rigoureuse, distinguer entre les faits et leur interprétation et respecter des procédures d'enquêtes précises.

Les propositions de la mission

Pour stopper l'hémorragie et permettre à la presse quotidienne française d'envisager sereinement l'avenir, la commission propose 6 axes de réforme.

1. Rencontrer le lecteur

Dans la mesure où les éditeurs sont à la fois responsables et victimes de cette situation, **la voie négociée dans le cadre du système coopératif reste la plus appropriée pour assainir le réseau et remédier aux dysfonctionnements du système de distribution.**

Cet assainissement passe par :

- la nécessaire redéfinition du produit presse ;

- la mise en place d'une période probatoire ;

- la définition d'une stratégie globale en matière de diffusion se caractérisant par la mise en place d'un réseau de vente différencié, la modulation de la rémunération des diffuseurs en fonction des contraintes, l'association des diffuseurs à la gestion de l'offre de titres.

En cas de blocage, cette réforme pourrait être menée par la voie législative en envisageant :

- d'aménager le principe « une entreprise, une voix » afin de faciliter la prise de décision au sein des coopératives de presse ;

- restreindre le champ de la loi « Bichet » aux seuls titres d'information politique et générale

2. Fidéliser le lecteur

Si la vente au numéro et l'abonnement postal constituent les deux formes de diffusion les plus couramment utilisées sur notre territoire, le portage est indéniablement un aspect important de la modernisation du secteur de la presse écrite, notamment pour les quotidiens.

La commission estime nécessaire de réformer l'aide publique au portage afin de donner un second souffle à ce dispositif qui semble périlcliter.

3. Séduire le lecteur

La crise de la presse quotidienne serait elle avant tout une crise du contenu ? Bon nombre des personnalités auditionnées l'ont laissé entendre et le phénoménal succès rencontré par les gratuits permet de le penser.

Dans ces conditions, il convient de susciter chez les éditeurs de presse quotidienne une véritable réflexion en matière éditoriale, afin que leurs titres éveillent à nouveau chez le lecteur potentiel l'envie d'acheter.

A ce titre, la commission propose de :

- créer un Médiamétrie de la presse, société indépendante destinée à assurer la mesure d'audience des différents titres et la mise au point d'instruments d'étude performants ;

- renouveler l'offre éditoriale afin de rompre avec l'élitisme, le catastrophisme, la partialité voire l'impersonnalité trop souvent reprochés aux quotidiens français.

4. Sensibiliser les jeunes générations

La commission appelle de ses vœux une politique volontariste de la part des éditeurs et des pouvoirs publics afin de rapprocher la presse quotidienne de ses futurs lecteurs en :

- garantissant le libre accès des quotidiens aux classes de collège ;

- finançant un abonnement individuel à chaque élève entrant en seconde ;

- favorisant l'installation de points de vente dans les lycées.

5. Favoriser l'entrée des quotidiens dans l'univers numérique

La commission propose de favoriser l'entrée des entreprises de presse dans l'univers numérique en favorisant la naissance de groupes multimédias par l'ajustement des règles anti-concentration.

Elle estime par ailleurs indispensable de garantir l'utilisation des contenus sur les différents supports de diffusion en laissant à l'éditeur, pour une durée limitée, la liberté d'organiser l'exploitation multi support d'un même article.

6. Conforter le statut des journalistes

Le renouveau de la presse passe également par des mesures précises à l'égard des journalistes.

Dans un contexte de doute quant aux garanties entourant leur fonction, la commission souhaite proposer deux mesures permettant de conforter leur position :

- intégrer des chartes d'éthique et de déontologie des journalistes au sein des textes régissant la profession ;

- garantir la protection des sources dans le droit positif français.



Commission des affaires culturelles

<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>

Secrétariat de la commission
15, rue de Vaugirard
75291 Paris Cedex 06

Téléphone : 01.42.34.23.23
Télécopie : 01.42.34.23.33
secretariat-affcult@senat.fr

Président : M. Jacques Valade

Sénateur de la Gironde



Président du groupe de travail :
Louis de Broissia

Sénateur de la Côte d'Or



Le présent document et le rapport complet n° 13 sont disponibles sur internet :

Le rapport peut également être commandé auprès de l'Espace Librairie du Sénat :
Tél : 01.42.34.21.21 - Courriel : espace-librairie@senat.fr - Adresse : 20, rue de Vaugirard - 75291 Paris Cedex 06