

# Projet pour une presse libre

par [Pierre Rimbart](#) 7 décembre 2014

Première publication dans [Le Monde diplomatique, décembre 2014](#)

Alors que la presse française titube, l'exigence s'affirme d'un modèle radicalement différent. Quel serait son cahier des charges ? Produire une information de qualité soustraite à la loi du marché comme aux pressions du pouvoir, loger numérique et papier à la même enseigne, inventer un mode de financement solide et juste. Surprise, les outils nécessaires à la mise en place d'un tel système sont sous nos yeux.

Naguère, les nouveaux riches soucieux de parfaire leur intégration à la bonne société s'offraient un haras, une voiture ancienne ou une villa à Cabourg. Désormais, pour asseoir leur statut, ils s'achètent un journal. MM. Bernard Arnault et François Pinault, deuxième et troisième fortunes françaises, ont depuis longtemps chacun le leur, respectivement *Les Echos* et *Le Point*. Les voici rejoints par de nouveaux venus, MM. Xavier Niel et Patrick Drahi, industriels des télécommunications, renfleurs respectifs du *Monde* (2010) et de *Libération* (2014). Financiers autant que philanthropes, ils ont inauguré leur magistère par une réduction drastique des dépenses. Paradoxe : les moyens techniques et intellectuels nécessaires pour produire et diffuser une information de qualité abondent ; mais, à de rares exceptions près, la presse imprimée et numérique chancelle, incapable de juguler la dégradation de ses contenus et de stabiliser son assise économique.

A s'en tenir aux trois dernières décennies, on repère une séquence presque toujours identique. Un journal, ou un groupe de presse, frappé par la baisse des ventes ou l'amenuisement de ses ressources publicitaires cherche des capitaux ; l'arrivée d'un investisseur s'accompagne d'un plan social et de la réduction des moyens rédactionnels ; le titre redémarre avec une dépendance accrue vis-à-vis du pôle économique. « *Nous connaissons assez le capitalisme pour savoir qu'il n'y a pas de séparation entre le contrôle et la propriété* », expliquaient les rédacteurs du *Wall Street Journal* (1er août 2007) après la reprise du quotidien d'affaires par le magnat de la presse Rupert Murdoch. Et la routine reprend, jusqu'à la prochaine crise.

*Libération* a été racheté successivement par M. Jérôme Seydoux en 1995, par M. Edouard de Rothschild en 2005, puis par MM. Bruno Ledoux et Drahi en 2013-2014, comme on se repasse une patate chaude — encore que ses colonnes évoquent plutôt une purée tiède. Au *Monde*, les restructurations du capital s'enchaînent à un rythme quasi quinquennal : 1985, 1991, 1995, 1998, 2004, 2010. En l'espace d'une décennie, *Les Echos*, *Le Figaro*, *L'Express*, *Marianne*, *Le Nouvel Observateur* ainsi qu'une ribambelle de quotidiens régionaux et d'hebdomadaires locaux ont eux aussi tendu les bras vers le même horizon, la même illusion : s'acheter un surcroît de survie au prix d'un nouveau propriétaire. Pour *La Tribune* et *France-Soir*, le rideau final est tombé.

## Le modèle mixte expire

A en croire les analystes dominants de la presse, deux facteurs favorisent les sinistres à répétition. Le premier tiendrait au poids écrasant du Syndicat du livre, qui pousserait l'inconvenance jusqu'à payer les ouvriers d'impression et de distribution presque aussi bien que des cadres. Le second remonterait à l'immédiat après-guerre et aux fameuses ordonnances de 1944 : le propriétaire d'un quotidien d'information générale et politique ne peut posséder un autre titre de cette catégorie. Dit autrement, l'Etat proscrit alors la concentration de la presse la plus sensible sur le plan idéologique et politique. Cette disposition, conforme aux préconisations du Conseil national de la Résistance, fut transgressée par des personnages comme Robert Hersant, qui bâtit un empire en rachetant des quotidiens régionaux à coups de millions gagnés dans la presse magazine, non concernée par les ordonnances. Entre autres effets pervers, expliquent les adversaires de la réglementation, ces

dispositions auraient engendré une sous-capitalisation structurelle de la presse française. Ainsi les journaux pâtiraient-ils de l'absence de groupes médiatiques capables, à l'instar de Springer et de Bertelsmann en Allemagne, de Pearson au Royaume-Uni ou de News Corporation de M. Murdoch, d'absorber les chocs de la conjoncture. Pareille défaillance aurait ouvert la voie aux amateurs de danseuses qui s'offrent *un journal non point comme un actif mais comme un levier d'influence*.

Ni les dérives de la presse contrôlée par M. Murdoch ni les restructurations du capitalisme médiatique outre-Rhin n'ont entamé la certitude des dirigeants de la presse française : chacune de leurs difficultés, pensent-ils, appelle une solution financière au coup par coup. Et qu'importe le sort du concurrent si l'on parvient à restaurer pour un temps ses fonds propres. Avec la montée en puissance du numérique et l'évaporation des ressources publicitaires, il devient difficile d'échapper à l'évidence : le véritable problème se pose non pas à l'échelle d'un titre en particulier mais à l'ensemble de la production d'information ; il ne provient pas d'une sous-capitalisation mais, précisément, des contraintes exercées par la capitalisation elle-même.

Pareille cécité tient à une ambivalence vieille de deux siècles : l'information est pensée comme un bien public, mais produite comme une marchandise. Substrat indispensable à la formation des jugements politiques, elle concourt à forger des esprits libres, des imaginaires collectifs, des groupes mobilisés. C'est l'arme à mettre entre toutes les mains. Et parce qu'aucune société émancipée ne saurait s'en priver, l'Assemblée constituante de 1789 proclame que « *la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme* » et que « *tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement* ». Hélas, le législateur, toujours plus à l'aise dans la poésie des idées que dans la prose du quotidien, n'a pas sanctuarisé les moyens de son ambition. Enquêter, corriger, mettre en pages, stocker, illustrer, maquetter, administrer et, en ce qui concerne la presse imprimée, fabriquer et distribuer, tout cela coûte cher. Et bientôt le droit « *universel* » de « *répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* » se mue en un privilège — celui d'une poignée d'industriels suffisamment fortunés pour s'offrir les grands moyens d'information.

Au fil du temps, le double caractère idéalement collectif et concrètement marchand de l'information s'est sédimenté sous la forme d'une tension entre le marché et l'Etat. Le premier produit et diffuse ; mais sa logique de course à l'audience par le racolage tire la qualité vers le bas. Le second régule, avec un zèle mollissant, et subventionne, mais sans discernement : 1,6 milliard d'euros accordé chaque année à l'ensemble du secteur. Pour les périodiques d'information politique et générale, les subsides représentent plus de 19 % du chiffre d'affaires. La persistance de ces aides publiques massives mais passives exprime la reconnaissance implicite d'une situation dérogatoire au droit commun des affaires : pas plus que l'éducation ou la santé, l'information de qualité ne saurait s'épanouir sous la férule de l'offre et de la demande. *Détourné de l'intérêt général vers les conglomerats commerciaux, le modèle mixte expire.*

Sur quelles bases économiques construire un nouveau système respectueux du cahier des charges minimal qu'imposent les leçons de l'histoire, une information conçue comme bien public échappant simultanément aux contraintes économiques et aux pressions politiques de l'Etat ?

La question fouette les imaginations depuis des lustres : nationalisation des infrastructures proposée par Léon Blum en 1928 (*lire « M. Valls aurait-il osé ? »*), création de sociétés de presse à but non lucratif réclamée par les sociétés de rédacteurs dans les années 1970, mise en place d'une fondation nationale. A rebours des rêveurs, et alors que la poussée numérique porte le système au bord de l'éclatement, les gouvernements successifs limitent leur audace à la pose de rustines.

Paradoxalement, imaginer une refondation pérenne des médias écrits d'intérêt général ne requiert pas un effort d'imagination surhumain. Trois éléments permettent de charpenter un cadre. Le premier consiste à distinguer radicalement la presse d'information ayant vocation à alimenter le débat public de la presse récréative. Si les deux genres peuvent se prévaloir d'une égale dignité, seul le premier joue un rôle-clé dans l'exercice par tous de la chose publique, ce qui fonde sa légitimité à percevoir des financements de la collectivité. Sur les 4 726 publications recensées en France par la direction générale des médias et des industries culturelles en 2012, à peine plus de 500 répondaient à la qualification de presse nationale ou locale d'information politique et générale, dont

75 quotidiens et près de 300 hebdomadaires. Le reste mêle publications spécialisées grand public ou techniques, un océan de papier où 838 trimestriels de loisirs et 181 mensuels consacrés aux services marchands voisinent avec une poignée de périodiques ayant sans doute vocation à migrer dans la première catégorie.

L'administration fiscale reconnaît d'ailleurs implicitement la distinction dans l'article 39 bis A du code des impôts, puisque celui-ci circonscrit l'exonération sur les bénéficiaires aux sociétés « *exploitant soit un journal quotidien, soit une publication de périodicité au maximum mensuelle consacrée pour une large part à l'information politique et générale, soit un service de presse en ligne (...) consacré pour une large part à l'information politique et générale* ». Allons un peu plus loin : les titres consacrés au divertissement assumeront leur statut de marchandise, ceux dévolus à l'information revendiqueront celui de bien collectif, avec ses servitudes et son... Service commun.

Car le deuxième principe du modèle proposé repose sur la création d'un service mutualisé d'infrastructures de production et de distribution de l'information. Du journaliste au kiosquier ou à la page Web, la presse forme une chaîne humaine et technique. Situés au centre du processus, les travailleurs intellectuels négligent volontiers les autres maillons. D'autant que la division technique et sociale du travail mise en place après la seconde guerre mondiale a peu à peu entériné la séparation des activités d'impression, de diffusion, de gestion des abonnements (généralement externalisées), de développement informatique, enfin de production du journal proprement dit. Cette dispersion conduit à une impasse.

Le Service commun procurerait aux journaux — imprimés ou en ligne — non seulement les imprimeries, le papier, les messageries qui acheminent les liasses, une partie des kiosques, mais également des locaux, des serveurs, des outils de stockage et de diffusion, des moyens de recherche et de développement. Il fournirait à toutes les entreprises de presse d'intérêt général les services administratifs, comptables, juridiques, commerciaux, et opérerait une plate-forme commune d'abonnement, de paiement et de gestion de bases de données. Il rémunérerait des techniciens, des développeurs et des « bidouilleurs » informatiques qui, tout en restant intégrés au sein des équipes de chaque titre, collaboreraient pour améliorer les applications, accroître la qualité et la puissance du kiosque en ligne, s'assurer de la sécurité des données personnelles, améliorer la lisibilité des sites et inventer de nouvelles conceptions graphiques. Le Service intégrerait l'ensemble de la filière. De haut en bas, il engloberait les infrastructures de l'Agence France-Presse et prendrait en charge le salaire, enfin porté à un niveau décent, des kiosquiers. Au centre, il financerait celui des correcteurs, secrétaires de rédaction, maquettistes, photograpeurs, graphistes... dont les postes se trouvent actuellement menacés d'éradication par la course à l'automatisation, mais sans lesquels un texte prend des allures de fleuve gris.

Dans ces conditions, la masse salariale des entreprises de presse se réduirait aux seuls journalistes — encore que cette exception, qui vise essentiellement à tuer dans l'œuf le soupçon de soviétisme qu'une telle organisation collective ne manquera pas d'éveiller chez les défenseurs de l'irréductible individualité des rédacteurs, ait vocation à se résorber. En attendant, la différence d'employeur n'affecterait pas les collectifs de travail : les équipes ne seraient pas séparées en fonction de leur mode de rémunération et continueraient à travailler sous le même toit.

## **Partager les infrastructures**

En matière d'impression, d'administration et de logistique, la mutualisation engendrerait d'importantes économies d'échelle. Du reste, son principe ne représente pas une percée conceptuelle inédite : de nombreux services et industries de réseau (télécoms, transports, énergie) mutualisent des infrastructures coûteuses à construire et à entretenir. Si la concurrence règne en aval parmi les acteurs, tous empruntent le même réseau, qui forme ce que les économistes appellent un « monopole naturel » — chaque compagnie aérienne ne construit pas son aéroport. Côté numérique, le Service s'accorde harmonieusement avec le style de travail collaboratif des développeurs de logiciels libres habitués à partager leurs trouvailles ; sa centralisation et ses moyens lui font remplir l'obligation de sécurité et de confidentialité des données personnelles plus facilement que dans la

configuration actuelle, où s'empilent des dizaines de prestataires privés. Au moment où les géants du Web transforment ces informations en marchandise, cette qualité ne relève pas de l'anecdote.

A qui profiterait la mutualisation et à quelles conditions ? A toute la presse d'information d'intérêt général, sans distinction d'opinion, de prestige ou de taille, pourvu que ses éditeurs adoptent le statut d'entreprise à but non lucratif (le bénéfice n'est pas distribué aux actionnaires), ne possèdent pas plus d'un titre dans chaque type de périodicité (quotidien, hebdomadaire, etc.) et proscrivent toute publicité de leurs colonnes ainsi que de leurs écrans. C'est-à-dire non seulement la réclame classique, sous forme d'inserts, de bannières ou de vidéos surgissantes, mais également les diverses formes d'écriture publidédactionnelle que les services marketing promeuvent au sein des rédactions. L'intention ici n'est pas de réduire l'information à un noyau sec dépourvu de pulpe, d'imprévu et de fantaisie, mais plutôt de s'assurer qu'elle réponde au désir des rédacteurs et à l'intérêt des lecteurs plutôt qu'aux exigences des annonceurs.

La mise en place de ce modèle provoquerait à coup sûr un grand courant d'air frais : créer ou reprendre un journal ou un site d'information serait d'autant plus facile que les dépenses se limiteraient aux salaires des seuls journalistes, le reste étant fourni par le Service. Enfin pourvue de moyens, la presse « alternative » pourrait sortir des marges.

Comment financer le Service ? C'est le troisième et dernier pilier du système, le point où s'apprécie la crédibilité de l'ensemble. Dans notre schéma, les recettes des ventes couvrent les salaires des journalistes ainsi qu'une partie des dépenses mutualisées (environ la moitié, lire « [Vers la cotisation information](#) »). Reste à trouver une source pérenne qui remplace à la fois les aides publiques, supprimées, et la publicité, abolie. Il faut écarter d'emblée deux solutions souvent avancées en pareilles circonstances : d'une part, l'impôt, qui présente le risque de soumettre l'information à une tutelle trop directement politique ; d'autre part, la philanthropie — dont dépendent par exemple la plate-forme d'enquête ProPublica et l'organisation First Look Media —, qui subordonne le sort de l'information à la générosité de quelques milliardaires.

Le mode de financement qui ne doit rien au marché ni à l'Etat existe déjà : la cotisation sociale. Sa puissance a fondé le succès de la Sécurité sociale et assuré le versement depuis des décennies des pensions de retraite. Le sociologue *Bernard Friot* y voit à la fois le produit des luttes sociales passées et l'embryon d'une société enfin soustraite aux forces du marché. Les gouvernants s'acharnent sur cette preuve en actes que le tous-pour-chacun fonctionne au moins aussi bien que le chacun-pour-soi. Contrairement à l'impôt, la cotisation socialise une partie de la richesse produite par le travail avant que les salaires ne soient payés et le capital rémunéré. Versée aux caisses (santé, retraite, famille), elle n'entre pas plus dans les budgets de l'Etat qu'elle ne sert de support spéculatif. Pourquoi, plaide Friot, ne pas étendre ce schéma à l'ensemble de l'économie ? En attendant que le rapport de forces politique permette l'accomplissement d'un tel projet, une application sectorielle s'envisage aisément : la création d'une cotisation information financera le Service. Au fond, quoi de plus logique que cette conquête sociale prenne en charge un bien collectif ?

## Ni impôt ni publicité

D'autant que l'effort n'en serait pas un. Nos calculs (lire « [Vers la cotisation information](#) ») montrent que les besoins annuels de financement s'élèvent à 1,9 milliard d'euros, un chiffre à comparer au 1,6 milliard d'aides à la presse, lesquelles seront supprimées. Ce montant correspond à un taux de cotisation information de 0,1 % assis sur la valeur ajoutée et acquitté par toutes les entreprises et administrations. Pour la collectivité, la différence avec le modèle en vigueur représente donc un surcoût de 300 millions d'euros. C'est le prix d'une information libre : moins d'un tiers de la rallonge budgétaire de 1 milliard d'euros accordée par le gouvernement à Dassault en janvier dernier pour moderniser le chasseur-bombardier Rafale...

Dès lors, les sociétés de presse d'intérêt général n'auraient plus pour seule dépense que les salaires des journalistes, que financerait la vente des journaux en ligne ou imprimés — l'excédent étant reversé au Service. Quant aux formidables économies d'échelle engendrées par la mutualisation,

elles se traduiraient par une baisse significative du prix des journaux en ligne et imprimés.

Aux sceptiques qui jugeraient irréaliste l'idée d'un financement par une nouvelle cotisation, il n'est sans doute pas inutile de rappeler que, au-delà du système paritaire hérité de l'après-guerre, elle fut discrètement mise en œuvre en 2010 par... M. Nicolas Sarkozy pour remplacer la défunte taxe professionnelle. Ce prélèvement, baptisé cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE), s'applique actuellement aux sociétés à un taux variant entre 0,5 % et 1,5 % en fonction du chiffre d'affaires. Son produit, alloué au financement des investissements locaux (routes, ponts), a dépassé les 15 milliards d'euros en 2013, mais il ne fait pas l'objet d'une gestion paritaire et fonctionne comme un impôt.

Différenciation radicale entre presse d'intérêt général et presse de divertissement, création au bénéfice de la première d'un service mutualisé d'infrastructures, financement par une cotisation information : ces piliers reposent sur des principes juridiques et des outils fiscaux qui existent. Ils esquissent un système capable de conjuguer qualité et pérennité, adapté aussi bien à l'imprimé qu'au numérique, potentiellement extensible à l'audiovisuel ainsi qu'aux plates-formes de diffusion vidéo numérique. Ils limitent l'appropriation privée des moyens écrits d'information d'intérêt général sans pour autant en transférer le contrôle à l'Etat : les entreprises de presse demeurent dans leur diversité mais avec un statut non lucratif, un périmètre salarial restreint aux journalistes, une interdiction de la concentration. L'appropriation privée des médias écrits telle qu'elle se pratique en France depuis des décennies relève d'ailleurs plus de la prestidigitacion que du capitalisme d'investisseurs, puisque, tous comptes faits, les sommes versées par les industriels pour acheter la presse s'avèrent bien maigres comparées aux prodigalités publiques. MM. Bergé, Niel et Pigasse ont acheté *Le Monde* en 2010 pour 60 millions d'euros ; entre 2009 et 2013, l'Etat a versé 90 millions d'euros à ce groupe (sans compter les aides indirectes). Cette année, M. Drahi a déboursé 14 millions d'euros pour acquérir une moitié du capital de *Libération* ; mais, rien qu'entre 2012 et 2013, la puissance publique a gratifié ce quotidien souffreteux de 20 millions d'euros. Si la règle du « qui finance contrôle » s'appliquait, l'Etat serait propriétaire d'un très vaste groupe de presse... Notre modèle remet l'économie à l'endroit : la collectivité (par la cotisation) et les usagers (par l'achat) financent les infrastructures communes et jouissent de la concurrence des idées.

La mise en œuvre concrète de l'édifice soulève à l'évidence quantité d'objections. Comment, par exemple, distinguer sans ambiguïté les publications vouées à l'information des titres récréatifs ? Si le renoncement obligatoire à toute forme de publicité opère un tri, des zones floues persistent. En outre, les modalités de séparation s'avèrent délicates : nombre de groupes produisent à la fois une presse informative et une presse récréative, les deux disposant de services communs. La création du Service, l'abolition des aides publiques, la non-lucrativité et la déconcentration inciteraient probablement les industriels à se séparer de l'information pour se recentrer sur le secteur récréatif et spécialisé, lequel bénéficierait du transfert de la publicité bannie des titres d'intérêt général (plus de 1,4 milliard d'euros en 2013 pour la seule catégorie presse d'information politique et générale, une somme largement suffisante pour compenser la suppression des aides d'Etat).

Qui dirigerait le Service, cet organisme mutualiste comptant à la fois plusieurs milliers de salariés et une grande variété de métiers ? Un mode de gestion paritaire, tel qu'il fut expérimenté au sein des caisses de Sécurité sociale entre 1945 et 1960, découle assez logiquement du mode de financement par la cotisation. Des représentants élus des diverses branches du Service, mais aussi des éditeurs, des journalistes, des lecteurs définiraient ensemble les besoins à satisfaire, les orientations à prendre, les investissements à réaliser. Mais comment éviter la bureaucratization, comment engendrer une dynamique commune à des métiers héritiers de traditions fortes mais éclatées ? Arbitrer les conflits et réguler l'allocation des moyens du Service aux publications requiert des instances reconnues par tous comme légitimes.

Le modèle proposé ici laisse plus de trois points en suspension... Nul ne peut prétendre isoler hermétiquement un secteur des pesanteurs du régime économique et des pouvoirs publics, comme l'éprouvent quotidiennement les personnels d'enseignement, de santé ou de recherche. Il serait toutefois naïf d'attendre qu'un bouleversement social propage ses ondes de choc jusqu'aux

industries de la communication pour bâtir un modèle d'information rationnel et désirable. D'autant que, par leur fonctionnement actuel, les médias font obstacle au changement. Notre esquisse lève cet obstacle et propose une application sectorielle, en attendant mieux, d'une économie mutualisée. Avec l'espoir de démentir enfin l'écrivain autrichien Robert Musil, qui déplorait il y a déjà près d'un siècle : « *Les journaux ne sont pas ce qu'ils pourraient être à la satisfaction générale, les laboratoires et les stations d'essai de l'esprit, mais, le plus souvent, des bourses et des magasins.* »

Cette thèse convenue est défendue notamment par l'historien Patrick Eveno. Cf. Histoire du journal Le Monde. 1944-2004, Albin Michel, Paris, 2004.

Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, article 11.

Déclaration universelle des droits de l'homme, article 19.

Lire Sébastien Fontenelle, « Aides à la presse, un scandale qui dure », Le Monde diplomatique, novembre 2014.

Lire « Sociétés de rédacteurs, un rêve de journaliste », Le Monde diplomatique, mai 2007.

Lire « La cotisation, levier d'émancipation », Le Monde diplomatique, février 2012. Cf. aussi Puissances du salariat, nouvelle édition augmentée, La Dispute, Paris, 2012, et Emanciper le travail. Entretiens avec Patrick Zech, La Dispute, 2014.

Robert Musil, L'Homme sans qualités, tome 1, Points, Paris, 2011 (1re éd. : 1930).