

LES ÉLUS SONT-ILS EN TRAIN DE TUER LA PRESSE À PETIT FEU?

LE 20 JANVIER 2011 ERWANN GAUCHER

C'est une concurrence que l'on ne pointe pas souvent du doigt, mais qui est d'autant plus déloyale qu'elle est financée par les propres clients des journaux : la presse institutionnelle. Erwann Gaucher nous en explique le fonctionnement.



Nous sommes en 2024, les présidents des 26 régions de France viennent de lancer une petite révolution en devenant opérateurs de téléphonie mobile. Les Bretons, les Nordistes ou les Normands vont désormais pouvoir choisir une offre de téléphonie mobile alléchante : les appels régionaux seront désormais gratuits ! Une seule condition, recevoir les messages du président du conseil régional arrivant par texto.

Du côté d'Orange, SFR, Bouygues et Free, c'est le branle-bas-de-combat, les avocats en appellent déjà à l'Europe et hurlent à la concurrence déloyale puisque le tout est financé par l'argent public des régions, bref par les impôts.

Pas tant que ça puisque c'est ce qui se passe avec la presse !

Nos élus ont inventé une arme redoutable : l'abonnement cache, retenu directement à la source

Depuis une dizaine d'année, les élus locaux se sont lancés sans le dire dans une concurrence impressionnante avec la presse payante. Présents depuis longtemps dans le paysage français, les journaux institutionnels pullulent, se multiplient et ont de plus en plus de moyens pour concurrencer la presse "traditionnelle".

Pas un des 101 départements français qui n'édite son mensuel, pas une des 26 régions qui ne distribue son journal dans les boîtes, pas une des 470 villes de 20.000 habitants qui n'ait son propre journal gratuit, tout comme les **89 communautés d'agglomération** que compte notre beau pays. En n'intégrant que ce périmètre limité (nombre de villes plus petites éditent elles aussi des journaux institutionnels), le résultat est déjà impressionnant :

$101+26+470+89 = 686$ journaux gratuits, financés à 100% par de l'argent public !

Ainsi, un habitant de Rennes, comme moi, reçoit-il gratuitement tous les mois dans sa boîte à lettre :

- **Le Rennais**, mensuel de 64 pages tiré à 120.000 exemplaires par la mairie de Rennes,
- *L'Info métropole*, mensuel de 44 pages tiré à 180.000 exemplaires par la communauté d'agglomération Rennes métropole
- *Sortir*, un mensuel de 24 pages proposé par la ville,

- **Nous vous Ille**, trimestriel de 52 pages envoyé gratuitement par le conseil général
- **Bretagne Ensemble**, mensuel de 24 pages édité par la région Bretagne.

Soit près de 180 pages d'infos locales, culturelles et pratiques, mises gratuitement à disposition chaque mois directement dans sa boîte à lettres. Enfin, "gratuitement" n'est pas vraiment le terme, puisque les élus ont inventé un système qui ferait baver d'envie n'importe quel patron de presse traditionnelle : l'abonnement retenu à la source. Car tous ces journaux coûtent cher à produire, et leurs lecteurs se trompent s'ils pensent recevoir cela gratuitement. Ils le payent bel et bien, à travers leurs impôts locaux, mais ne sentent pas vraiment la douloureuse passer puisque le prix réel de la production et de la distribution de ces journaux est noyé dans les budgets des institutions.

Et pourtant, prix il y a, car on ne lésine plus sur les moyens pour produire cette presse institutionnelle. *Lille Mag*, le mensuel de la ville [pdf], c'est 40 pages quadri et 11 personnes pour le réaliser. *L'Echo mulhousien*, ce sont 48 pages quadri mensuelles et 10 personnes pour le réaliser. *Le Rennais*, évoqué plus haut, c'est 64 pages quadri et 8 personnes... Si tous les journaux institutionnels de France n'ont pas autant de moyen, ce sont plusieurs milliers de personnes qui en assurent malgré tout la réalisation, avec des budgets conséquents : pagination importante, quadri à tous étages, pigistes, photographes, maquette régulièrement renouvelée, on ne se refuse rien, puisque le lecteur n'a pas le choix, il paiera quoi qu'il arrive...

Bien sûr, ces centaines (et sans doute milliers au total) de journaux institutionnels n'ont rien à voir avec la presse indépendante. Bien sûr, ils sont totalement à la botte des élus qui les dirigent et ne proposent pas une information digne de ce nom en dehors de l'info pratique qui est une motivation d'achat de presse non négligeable. Mais on ne m'enlèvera pas de l'idée qu'ils constituent malgré tout une formidable concurrence totalement déloyale pour les journaux traditionnels.

Cela ressemble à un journal, c'est fait comme un journal, c'est gratuit et cela arrive directement dans ma boîte à lettres, pourquoi dépenser plus ?

Sans aucune contingence économique, sans nécessité de se battre à chaque numéro pour convaincre le lecteur de les choisir, sans problème de distribution, ils viennent brouiller la perception des lecteurs potentiels. "Finalement, pourquoi irais-je dépenser 1,20 euros ou plus alors que j'ai déjà plein de journaux avec toutes les infos pratiques de ma ville et de mon quartier ?", pensent plus ou moins consciemment nombre de lecteurs potentiels.

Et leur concurrence est doublement déloyale : parce que ces journaux sont financés par de l'argent public d'abord, mais aussi parce qu'ils cachent de plus en plus leur véritable identité. Recourant souvent à des agences de communication externes, ils proposent des mises en page de plus en plus proche de la presse magazine, des formats éditoriaux ressemblant comme deux gouttes d'eau à ceux des journaux. Cela ressemble à un journal, c'est fait comme un journal, c'est gratuit et cela arrive directement dans ma boîte à lettre, pourquoi dépenser plus ?

Et ce n'est pas près de se terminer, puisque désormais, les services de communication des villes commencent à devenir très actifs en ligne aussi. La ville de Cholet est ainsi sur le point de sortir un application mobile pour les téléphones Android (**lire sa présentation complète ici**) avec horaires de ciné, actualité de la ville, spectacles en cours, résultats des clubs sportifs de la ville etc. Le tout agrémenté de publicité, car la communication institutionnelle ne s'interdit pas non plus de venir grappiller des parts de marchés aux médias. Le dernier numéro du journal de la ville de Rennes compte ainsi huit pages de pub...

Il y a clairement trop de journaux institutionnels en France ! Et si l'on se dit souvent en souriant qu'ils servent de planque à bon nombre de journalistes, ils creusent aussi un peu plus la tombe des journaux.

Quelque chose me dit que les opérateurs de téléphonie mobile ne sont pas prêts à laisser le petit scénario de science-fiction que je décris au début de ce billet se mettre en place. La presse, elle, n'a pas fait grand chose pour lutter contre ce piège. Mais il n'est pas forcément trop tard.

—

Billet initialement publié sur **le site d'Erwann Gaucher**

Image CC Flickr **quinn.anya**

À lire aussi sur Rue89, **Presse régionale : la menaçante porosité entre journalisme et com'**

JEAN-NO

le 20 janvier 2011 - 10:24 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne crois pas que les journaux des collectivités locales rassasient les lecteurs qui, habituellement, lisent les magazines d'info ou les quotidiens. À moins qu'il existe des journaux institutionnels particulièrement bien faits, mais à vrai dire je n'en connais pas, ceux que je connais informent de manière plus ou moins partisane sur les réalisations de l'équipe municipale, du département ou de la région, mais ils n'interviewent ni Noam Chomsky, ni Lady Gaga !

Donc pour moi, il n'y a concurrence qu'en termes de tonnage de papier, mais pas du tout en termes de lectorat. En tout cas ces journaux, comme les journaux institutionnels des grosses entreprises, fournissent une quantité de travail ahurissante aux petites agences de communication visuelle, et en tant que prof soucieux de voir ses étudiants dans le domaine trouver du boulot à la sortie de l'école, j'avoue que ça me fait plutôt plaisir.

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

WILNOCK

le 20 janvier 2011 - 11:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En opposition a cette presse local, il y a egalement beaucoup de sites & plateformes de publication local, je pernse en particulier a des outils comme communes.com qui propose des services equivalents?

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

GAËL

le 20 janvier 2011 - 11:37 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Recevoir un petit texto du président de la région m'informant sur les dernières décisions prises par le conseil régional ça me paraît en même temps bien plus important que d'avoir de la pub de mon opérateur qui me fait passer des options poussant à la surconsommation comme des avancées technologiques dont j'ai absolument besoin. Je dirais même l'idée que, dans le futur, les télécommunications soient renationalisées est une très bonne idée. Se souvient on qu'avant de passer aux opérateurs privés un coup de fil n'était pas si cher que ça? Plus sérieusement, je suis d'accord avec Jean-No.

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

ANONYMOUS

le 20 janvier 2011 - 11:59 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Un billet d'humeur ridicule.

Je reçois le journal de ma ville tout les mois et celui de la région île-de-france tout les 3 mois maximum.

J'apprécie de recevoir ces magazines, celui de ma ville est fait pour promouvoir les initiatives des associations et lancer des appels à débat par exemple pour la création d'un parking.

Le journal de la région île de france a récemment communiqué sur le projet du nouveau métro à Paris (Super métro, Arc Express...), je ne vois pas ce que ça a à voir avec le journalisme.

En quoi cela concurrence la presse. Les informations que je trouve dans ces magazines ne recoupent pas ceux des journaux. De plus le point de vue adopté est parfaitement neutre, ce n'est pas du journalisme.

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

LAURENT JAUFFRET

le 20 janvier 2011 - 17:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



On ne peut bien sûr absolument pas être d'accord avec ce billet mais sans doute manie-t-il le paradoxe à dessein pour provoquer les réactions. Voici donc les miennes :

- à une époque où chacun devient émetteur d'informations via son blog, son twitter, pourquoi seules les collectivités locales ne pourraient-elles le faire et devraient rester tributaires de la presse pour parler de leurs actualités, projets, etc. ?

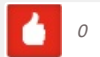
- certaines infos relèvent du service public : horaires de bus, de cinéma, actes et programmations culturelles, etc. Pourquoi les collectivités devraient laisser ce champs à des sociétés commerciales les diffusant contre de la pub ?

Blague à part il n'y a pas beaucoup de rapport entre la lecture d'un journal municipal et la presse. Dans un cas, il s'agit de communication et dans l'autre d'information. L'information est sa propre fin définie par la déontologie du journalisme, alors que la communication a pour but de modifier les représentations ou les comportements d'une population cible. Les deux choses sont respectables mais ne doivent pas être confondues.

Accessoirement les lecteurs ne théorisent peut être pas dans ces nuances mais font bien la différence.

Aux journalistes de la faire aussi...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JB AVRIL

le 20 janvier 2011 - 17:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Sans parler des appels d'offre invisibles...

Dans ma bonne ville de Chalon sur Saône, le service des marchés publiques, lassé de mes questions, a fini par me répondre que les deux photographes sous contrats depuis des lustres sont... employés municipaux! Ce qui est bien évidemment faux...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

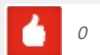
ALINE RICHARD

le 20 janvier 2011 - 18:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



c'est aussi vrai pour les journaux institutionnels en science : journal du CNRS, Clés du CEA... et bien d'autres. Contrairement à nous qui diffusons en kiosque (La Recherche, Science et Vie, Science et Avenir, Pour la Science, Ciel et Espace), ils n'offrent pas de point de vue indépendant sur les recherches en cours.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

RÉGIS

le 22 janvier 2011 - 0:41 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article intéressant par le débat qu'il provoque. Voici mes réactions.

1. Les publications des collectivités locales sont des supports de communication, non des produits de presse. Aucune, à ma connaissance, ne bénéficie du statut de Publications de presse (pas de numéro de CPPAP, notamment). Ce cadre juridique rappelé, cela ne signifie pas qu'il n'y pas de risque de concurrence déloyale. Mais si un quotidien local Rennais considère que l'une des revues citées lui porte une concurrence déloyale, ce quotidien local dispose de moyens de droit pour se défendre. S'il ne les utilise pas, par exemple pour des raisons politiques, c'est un choix qui lui appartient, et les collectivités locales ne peuvent pas être condamnées pour cela.

2. Le financement de la presse n'est pas, non plus, au-dessus de tout soupçon. Rappelons qu'au niveau nation national, c'est un secteur lourdement aidé (12% de son chiffre d'affaires en 2009) et largement financé par la publicité (45% de son chiffre d'affaires – chiffres DGMIC, rubrique « chiffres et statistiques »), si bien que (seuls) 43% de son chiffre d'affaires provient de ses recettes de diffusion.

3. De mon point de vue, le véritable problème est l'opacité des conditions dans lesquelles ces bulletins d'information sont réalisés et diffusés : je ne sais pas combien coute ces bulletins, je ne sais pas si leur réalisation se fait dans le respect des règles des marchés publics et de mise en concurrence, je n'ai pas la moyen de refuser qu'il me soit adressé (alors que n'importe quel message commercial dans un mail doit comporter un lien de désinscription). Et pourtant, c'est effectivement mon argent de contribuable qui finance tout cela. C'est donc de la vigilance qu'il faudrait exercer, plutôt

que des procès d'intention : demander des comptes à nos élus, et contribuer à la bonne gestion des forêts et des finances publiques en faisant respecter le droit de ne pas recevoir ce type de communication institutionnelle – mieux encore en militant pour un droit d'opt-in.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ELODIE

le 22 janvier 2011 - 0:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Franchement vous pensez que c'est pour ça que la crise de la presse existe ? C'est un peu court je trouve votre article.

A quoi bon acheter des journaux qui racontent la même salade que TF1, France 2 ou M6 ? Franchement ? La voilà la raison principale. Attaquer les feuilles de choux locales – une gabegie certes – ne me semble pas à la hauteur du mal qui assaille le pays lobotomisée par un unique discours, radoté sur tous les canaux à longueur de journée depuis des plombes. Et puis, je trouve injustifié que vous passiez sous silence les millions de subventions publiques que raflent chaque année la presse "privée" : Le Figaro, Libération, Le Monde, Le Point etc... tous ces journaux sont subventionnés eux aussi comme la presse locale, par les contribuables. Vous ne le saviez pas ? Il faudrait ne pas l'oublier.

Le projet de budget des aides à la presse s'élevait pour 2009 à 284,5 millions contre 288 millions en 2008. Nous sommes en 2011, il serait intéressant de connaître le montant de subventions publiques reçus par la presse "privée". Un peu comme les banques privées ont reçu des milliards d'argent public, les journaux dits "privés" reçoivent de l'argent public pour raconter les mêmes sornettes et distiller la même propagande. Cela me semble plus grave comme information que celle des mauvais journaux locaux à la gloire de leurs hobereaux respectifs, même si cela fait partie d'un même aveuglement et d'une même tare d'époque.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ERWANN GAUCHER

le 22 janvier 2011 - 9:45 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bien sûr, comme vous l'avez tous compris, le but premier de ce billet était de provoquer le débat et, visiblement, c'est réussi.

Il est évident que les publications institutionnelles n'ont pas grand chose à voir avec les "vrais" journaux. Mais dans l'esprit du public, les frontières ne sont pas aussi claires que dans celui des professionnels et des lecteurs assidus et habituels de la presse. Pour avoir animé ces dernières années des dizaines de panels de lecteurs, deux arguments reviennent très régulièrement et qui ont alimenté ma réflexion à ce sujet :

- les journaux sont considérés comme chers, même ceux dont le prix est inférieur à 1€ (Ouest-France...). Sentiment compréhensible car, pour la majorité des gens, il ne s'agit pas d'un produit de première nécessité. Recevoir chaque mois quatre, cinq voir six publications gratuites en pousse un nombre non négligeable à acheter mois souvent les "vrais" journaux payants (là aussi, je me base sur les témoignages de panélistes rencontrés un peu partout en France).

- ces publications contiennent une forte dose d'infos- service et pratique, ce qui est légitime, mais là aussi, cela entre en concurrence avec un contenu qui est une vraie motivation d'achat pour les lecteurs de presse régionale. Mais là, ils la reçoivent "gratuitement" et à domicile.

Ces publications ne sont pas illégitimes mais elles entrent, qu'on le veuille ou non, en concurrence avec la presse régionale. Car elles sont de plus en plus nombreux (leur nombre a véritablement explosé en 15 ans), de mieux en mieux réalisées, essayent de se rapprocher de plus en plus des journaux et sont d'ailleurs bien souvent réalisées par des journalistes professionnels.

J'aime la proposition contenue dans l'un des commentaires : avoir au mois la possibilité de refuser ces abonnements...pourtant déjà payés !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PERIGUEUX

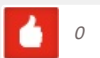
le 23 janvier 2011 - 17:28 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article très intéressant, cité dans <http://www.ruedelachouette.org/communicants-et-journalistes-un-meme-metier-linformation/>

La stratégie affichée par certains services de communication de se confondre avec les journalistes, en se disant eux-mêmes producteurs d'information, ajoute à la confusion ambiante.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Communicants et journalistes, un même métier: l'information | Périgueux Rue de la chouette le 23 janvier 2011 - 17:25

[...] pourrait constituer l'intention de tromper. La chose est bien décrite dans un article d'Owni [Les élus sont-ils en train de tuer la presse à petit feu?]: « ils cachent de plus en plus leur véritable identité [...] ils proposent des mises en page de [...]