

## LA PRESSE FRANCOPHONE QUOTIDIENNE: ENTRE AGONIE ET RÉSURRECTION

**D'Altoé Laurent**

---

**Depuis de nombreuses années, la presse quotidienne en Wallonie et à Bruxelles n'en finit pas de perdre des lecteurs.**

**Ce constat, alarmant en termes de multiplicité démocratique des informations, trouve son origine dans des facteurs aussi variés que : la concurrence entre médias, la place d'internet comme nouvelle source d'information, ou encore la concentration des grands groupes de presse... Mais, plus encore, c'est tout le journalisme qui est à repenser, loin des tapages médiatiques et des informations « people » dont on nous abreuve chaque jour.**

Les deux dernières années ne font malheureusement que confirmer ce constat : en 2011, d'après les chiffres du CIM (Centre d'Information sur les Médias), les titres francophones ont perdu plus de 14.000 lecteurs et comptent désormais 404.316 lecteurs (-3,47 %).

Et 2012 ne fut guère meilleure : « *Le recul se poursuit au Sud du pays, alors qu'en Flandre, les ventes augmentent de 0,4%. La plus forte baisse revient aux quotidiens du Groupe Sud Presse qui enregistrent une chute de 6,5% de leurs ventes quotidiennes moyennes pour le second trimestre 2012, et ce, par rapport à la même période en 2011. « La Dernière Heure/Les Sports » perd 5,7%. « La Libre Belgique » recule de 3,9%. Même tendance pour « Le Soir » qui voit ses ventes papier reculer de 3,2% »<sup>1</sup>.*

Cette tendance n'est pas conjoncturelle mais bien le résultat d'une lente érosion. A titre d'exemple, entre 1989 et 2002, on est passé de plus de 600.000 exemplaires vendus quotidiennement à 400.000. Cette baisse a été fatale à bon nombre de journaux dits « d'opinion », essentiellement ancrés à gauche : « Le Journal de Charleroi-Le Peuple » (fermeture en 1998), « Le Drapeau Rouge » (1991) ou encore « La Cité » et « La Wallonie ». La dernière tentative de création d'un quotidien progressiste date de la fin des années '90 (« Le Matin ») et fut plus qu'éphémère.

En réponse à cette situation, les groupes de presse ont tendance à se concentrer pour former de grands ensembles financiers afin de réduire les coûts de production. Aujourd'hui, le marché de la presse francophone quotidienne est dominé par 3 grands groupes : Rossel (avec en son sein le groupe Sud Presse), IPM et le groupe Corelio (Vers l'Avenir). Ces structures doivent actuellement faire face à un antagonisme destructeur : standardiser pour diminuer les coûts et innover pour tenter de retrouver du lectorat. Comme le rappelle J-J Jaspers : « *Il y a 30 ans, les médias se*

---

<sup>1</sup>Xavier Ledouce : « CIM Presse. La diffusion payante recule de 3,3% au deuxième trimestre », août 2012, disponible sur <http://www.tuner.be/2012/08/>.

*différentiaient de par leur engagement idéologique et politique. Le nombre des titres en presse écrite dépendait beaucoup de l'existence de différentes tendances : catholique, social, libéral, etc. On comptait nombre de journaux d'associations, de partis politiques, de syndicats qui ont quasi tous disparu. Aujourd'hui, les médias sont de plus en plus neutres vis-à-vis de ces tendances idéologiques (...). Par contre, du fait que les rédactions appartiennent à des groupes médias, ils sont moins indépendants par rapport aux exigences commerciales de ceux-ci. Cela se ressent au niveau des lignes éditoriales »<sup>2</sup>.*

## **Toute-puissance publicitaire**

Etrange revirement : sous prétexte d'objectivité, la presse s'est détachée des influences politiques pour mieux tomber dans les griffes de la finance.

Un chiffre parmi d'autres : pour la presse quotidienne francophone, en 2009, les ressources provenant du secteur financier représentaient 40% des recettes. A titre de comparaison, les aides directes à la presse n'interviennent que pour 3%<sup>3</sup>. Qui commande qui ?

Un exemple français de cet assujettissement : le lundi 10 septembre 2012, le quotidien « Libération » consacrait sa « une » à l'homme d'affaire Bernard Arnault et sa tentative d'échapper au fisc hexagonal en s'installant en Belgique. Le titre est sans ambiguïté : « *Casse-toi, riche con !* ». Une audace qui se payera cash : « *Dès la parution du numéro, les différentes sociétés dépendant du groupe LVMH (propriété d'Arnault, ndlr) ont fait savoir qu'elles retiraient leurs opérations publicitaires prévues d'ici la fin de l'année. En tout, le manque à gagner s'élève à 150 000 euros pour le quotidien (...). Mais ce n'est pas tout. D'autres entreprises du secteur du luxe, qui ne dépendent pas du groupe LVMH, ont annoncé qu'elles allaient retirer leurs campagnes par solidarité. En tout, le préjudice pour « Libération » pourrait aller jusqu'à 700 000 euros, selon des sources internes »<sup>4</sup>.*

## **Pressions et conditions de travail**

La situation actuelle est loin d'être simple : face à plusieurs éléments tels que l'apparition de nouveaux médias, la modification des habitudes de lecture, l'augmentation des coûts de production... la presse quotidienne francophone s'est d'abord concentrée en quelques grands groupes de presse qui jouent de plus en plus la participation financière tous azimuts, quitte à nuire à l'un ou l'autre composant d'un même groupe. Par exemple, alors que l'apparition du quotidien gratuit « Métro » a constitué un défi pour l'ensemble de la presse belge, le Groupe Rossel a préféré participer à l'actionariat de ce média potentiellement concurrent et ce, au détriment de ses titres plus « classique » tels que « Le Soir ».

Parallèlement, et ce afin de diminuer les coûts, les quotidiens francophones ont profité des fusions/absorptions de titres pour réduire drastiquement le personnel : « *Pour l'ensemble du secteur de la presse quotidienne, l'effectif moyen total a diminué de près de 200 unités entre 2000 et*

---

<sup>2</sup>J-J Jaspers : « Les médias belges sont de plus en plus neutres », interview disponible sur <http://www.espace-citoyen.be/article/141> .

<sup>3</sup>Chiffres tirés de l'étude « Etat des lieux des médias d'information en Belgique francophone », par Frédéric Antoine et François Heindryckx, mars 2011.

<sup>4</sup>Xavier Ternisien : « Lourdes pertes publicitaires pour « Libération » après sa Une sur Bernard Arnault », in « Le Monde », 13/09/2012.

2009. *Plusieurs restructurations et plans sociaux ont été décidés au sein des éditeurs de presse quotidienne durant cette période. Ils touchent l'ensemble des métiers composant le personnel* »<sup>5</sup>.

Inutile de préciser que ces coupes dans le personnel ont amené une dégradation considérable des conditions de travail, comme le souligne Marc Lits (UCL):

« *A cela, s'ajoutent les conditions de travail des journalistes aujourd'hui : ont-ils le temps et les moyens de traiter de manière approfondie les événements ?* »<sup>6</sup>. La réponse à cette question est claire quand on observe l'augmentation des sous-statuts au sein de la profession : pigistes, faux indépendants,... qui, de surcroît, doivent parfois décliner la même info pour plusieurs titres, tout en assurant les photos et l'éventuelle petite vidéo qui sera placée sur le site du journal.

Toujours pour Marc Lits, on assiste donc depuis quelques années à une dualisation de l'information : une offre « généraliste » dépourvue d'analyse et de mise en perspective et une offre spécialisée sur des thèmes beaucoup plus spécifiques et restreints. « *A terme, on n'offrira plus à un lecteur que l'information qui l'intéresse, avec en corollaire une publicité ciblée, sans aucune ouverture ou curiosité offerte par un quotidien qui contient une information variée* »<sup>7</sup>.

Autre nouveauté ayant bouleversé le paysage médiatique : l'apparition d'internet: « *Tout est dans tout, et inversement ! Telle est l'impression qui se dégage de la « contemplation » du paysage médiatique belge ; internet a fondamentalement modifié le modèle de la communication, en mettant en avant trois concepts : la gratuité (le public considère qu'il est normal d'accéder gratuitement à l'information), immédiateté (l'info est en continu), l'interactivité (les lecteurs, auditeurs, spectateurs apportent du contenu...).* Ces trois concepts débordent aujourd'hui la sphère du net et font « tâche d'huile » dans les médias plus classiques »<sup>8</sup>.

## Quelques réflexions

Ces constats ne sont évidemment guère réjouissants mais ils ont le mérite de relancer le débat car le concept même de démocratie nécessite l'existence d'un journalisme rigoureux, de terrain et qui ne surfe pas sur l'instantanéité tout en donnant des perspectives et analyses aux informations présentées.

Et malheureusement, l'apparition des nouvelles technologies ultra-dépendantes de la publicité (internet, applications informatiques diverses,...) ne résolvent pas les questions de fond, comme le rappelle Patrick de Saint-Exupéry, rédacteur en chef de la revue XXI : « *Il faut sortir du faux débat opposant le papier et l'écran. Cet antagonisme en noir et blanc est ahurissant. La seule question qui vaille est comment faire du journalisme, quel que soit le support* »<sup>9</sup>.



---

<sup>5</sup>Frédéric Antoine et François Heinderyckx, op. cit., p. 19.

<sup>6</sup> In « Les médias francophones », op.cit., p.28.

<sup>7</sup> « Les médias francophones », op. cit., p.28.

<sup>8</sup> Madeleine Dembour in « Les médias francophones », « Wallonie », n°104, nov/déc. 2010.

<sup>9</sup> Caroline Stevan : « Et si la presse faisait fausse route ? », in « Le Soir », 09/01/2013.