



Résumé

La qualité de l'information en France demeure incertaine, en particulier celle de la presse quotidienne, pourtant le media par excellence de l'analyse et du débat démocratique. Cette presse souffre par ailleurs d'une érosion régulière de ses tirages.

Si ce double constat est partagé, les solutions pour y remédier sont diverses, souvent inefficaces et rarement sans arrière-pensées. Sur ce point, le rapport de l'Institut Montaigne est en **totale rupture avec l'attentisme ordinaire**. Novateur, il ne porte pas directement sur le travail des journalistes et les insuffisances dans le traitement de l'information, sujets par ailleurs souvent traités.

Parce que les rédactions sont sans véritables moyens financiers, parce qu'elles sont ainsi incapables d'embaucher et de fidéliser les meilleurs des journalistes, le présent rapport se focalise sur les difficultés économiques de la presse quotidienne. A l'évidence, la qualité de l'information souhaitée ne peut être garantie qu'une fois les entreprises de presse quotidienne confiantes dans leur avenir, débarrassées des lourdeurs industrielles et sociales qui les caractérisent, et fortes d'une politique d'innovation et d'embauche jusqu'à présent inexistantes.

Les entreprises de presse quotidienne sont confrontées à deux redoutables défis auxquels elles devront répondre en urgence sauf à risquer de disparaître.

Le premier de ces défis est connu depuis trop longtemps déjà : **les entreprises de presse française sont pénalisées par des lourdeurs industrielles que ses confrères étrangers ne connaissent pas**, qu'il s'agisse des sureffectifs dans l'impression, dus au poids démesuré des ouvriers du Livre - CGT, ou des droits des journalistes en matière de clause de cession, lesquels expliquent en grande partie la pénurie financière des rédactions et leur incapacité à rémunérer correctement les journalistes en poste.

Le second défi n'est pas une spécificité française, il est mondial : partout, **le succès de l'information gratuite, que ce soit sur Internet ou avec la presse gratuite, menace l'équilibre économique des rédactions**, d'abord parce qu'elles perdent des lecteurs, et notamment les plus jeunes, ensuite parce qu'elles perdent leur attractivité auprès des annonceurs.

Pour répondre au premier de ces défis, le rapport de l'Institut Montaigne propose une solution originale, encore jamais tentée. Parce que la presse française est la plus aidée au monde, parce que ces aides, plutôt que de contribuer à véritablement moderniser le secteur, l'infantilisent au contraire, il est nécessaire de **mettre définitivement un terme aux aides directes de l'Etat à la presse** et de demander aux rédactions de prendre leurs responsabilités. Pour obtenir un tel résultat, le rapport de l'Institut Montaigne propose une aide massive, mais qui serait la dernière, **une sorte de plan Marshall pour la presse quotidienne**, octroyé sur trois ans et sous conditions : 1,3 milliard d'euros pour restructurer le secteur de l'impression, optimiser la distribution et lever définitivement les blocages liés au Syndicat du Livre et à la convention des journalistes. L'objectif est simple : **partout ailleurs, les entreprises de presse ont su se moderniser pour résister à la concurrence d'Internet, des gratuits et de la télévision**. En France, les quelques tentatives existantes butent sur des conflits sociaux et des réflexes industriels hérités de l'après-guerre. Le monde, depuis, a changé, et les entreprises de presse ne peuvent plus compter sur l'Etat, à moins de considérer que la publication aidée de quotidiens de moins en moins lus relève en fait d'une délégation de service public. **Faire confiance aux lecteurs, à ceux qui achètent les quotidiens, faire confiance à l'aiguillon de la concurrence** pour retrouver une information de qualité, véritablement indépendante, constitue finalement le meilleur moyen de s'assurer de l'indépendance des journalistes à l'égard des pressions de toute sorte. Dans cette perspective, il apparaît également nécessaire de **remettre à plat le contrat pécuniaire qui lie les journalistes à leur employeur en revenant sur la clause de cession**, qui vide les entreprises de presse de leurs moyens et de leurs meilleurs éléments, tout en réunissant les conditions d'une **sensible amélioration de leur rémunération**, aujourd'hui insusceptible de satisfaire durablement des professionnels de qualité.

Le second défi est immense et la crise mondiale que connaît actuellement la presse lui est imputable en grande partie. En effet, **la presse quotidienne payante est de plus en plus menacée par les succès de l'information en ligne et de la presse gratuite**, deux médias qui la rendent chaque jour moins indispensable aux yeux des lecteurs. C'est ce que montre le sondage Ifop - Institut Montaigne réalisé en janvier 2006 sur « Les lecteurs insatisfaits de la presse quotidienne ». Mais ces difficultés semblent surmontables si la presse française parvient, comme l'ont déjà fait les titres étrangers, à régler ses problèmes industriels et à se mettre en ordre de bataille pour relever les défis de demain. A l'évidence, les producteurs d'information ne pourront plus, comme par le passé, se contenter de la vente d'un produit unique,

leur quotidien. Ils devront toujours se diversifier, innover, faire preuve d'excellence à la fois pour fidéliser leurs lecteurs et pour convaincre les nouvelles générations de l'utilité de la lecture.

L'équation est simple : contre les réflexes corporatistes, contre l'idéologie dépassée du *small is democratic*, il faut désormais admettre qu'il n'y a pas d'information de qualité ni de véritable pluralisme sans groupes plurimédias. C'est pourquoi le rapport de l'Institut Montaigne propose de **sortir la presse quotidienne des seuils anticoncentration plurimédias**. Toutefois, un même groupe ne pourra pas posséder plus

d'un quotidien national payant et un quotidien gratuit, aucun seuil n'étant retenu pour la presse quotidienne régionale déjà caractérisée par des monopoles locaux. Mieux vaut de grands groupes plurimédias, présents dans la presse, à la télévision, à la radio, sur Internet, capables d'optimiser leurs activités de production d'information, plutôt que des groupes artisanaux, sans ambition, incapables de faire correctement leur travail, parce que sans moyens financiers. Il en va de la qualité de l'information en France et, plus fondamentalement, de la possibilité pour tout un chacun d'accéder à une information complète, vérifiée, diverse et impartiale sur les sujets qui concernent l'espace public.

Propositions

Proposition 1 : mettre en place un plan de réformes de la presse sur trois ans dans lequel l'obtention des aides serait strictement conditionnée à la restructuration des entreprises de presse. Les titres abusant des largesses de l'Etat seraient, après audit et suite à une période de trois ans, obligés de rembourser les aides perçues à titre exceptionnel. Adopter ensuite une loi prévoyant, au nom de la liberté de la presse, la suppression définitive des aides directes.

Proposition 2 : supprimer définitivement les bureaux de placement tenus par le Syndicat du Livre - CGT en vertu d'un monopole historique, d'ailleurs illégal. À l'intérieur de la période de trois ans prévue à la proposition 1, financer des plans sociaux dans les imprimeries et mettre fin au monopole de l'embauche détenu par la CGT, en dédommageant généreusement les intéressés.

Proposition 3 : accorder des aides spécifiques aux titres ou groupes qui lanceraient dans les trois ans la construction ou la modernisation d'imprimeries indépendantes en province ou se regrouperaient pour imprimer sur un site commun en région parisienne. Réserver une part du plan d'aide de trois ans aux entreprises qui décident d'imprimer à l'étranger, soit en construisant leur propre imprimerie, soit en passant des accords avec des imprimeries locales, pour développer leur distribution à l'international.

Proposition 4 : mettre en place une politique d'informatisation ambitieuse des circuits de distribution pour mieux ajuster les quantités mises à disposition par les éditeurs. Accélérer les négociations en cours sur la suppression de mise en place d'un titre chez les détaillants où il n'y a pas de vente pour trois parutions successives.

Proposition 5 : supprimer le périmètre d'exploitation réservé pour les kiosquiers, mais exclusivement pour la distribution de la presse quotidienne. Contribuer en contrepartie à l'augmentation des revenus des kiosquiers en allégeant leurs charges fiscales et sociales. Proposer sur une période de trois ans des indemnités de départ aux kiosquiers qui rencontreront des difficultés économiques et favoriser la vente des quotidiens dans les bars et restaurants et chez les buralistes.

Proposition 6 : mettre en place un système de distribution à la demande avec réservation et paiement des titres à l'avance, directement au détaillant, ou alors sur Internet ou par mobile.

Proposition 7 : favoriser la prise en main des quotidiens par les jeunes qui entrent au lycée ou dans des établissements d'enseignement professionnel en proposant aux éditeurs de leur offrir un abonnement de trois mois. En contrepartie, s'assurer que l'OJD prenne effectivement en compte l'augmentation des tirages liée à ces offres « jeunes lecteurs ».

Proposition 8 : assouplir le dispositif anticoncentration concernant la presse quotidienne en autorisant tous les groupes européens à posséder, quel que soient leurs autres actifs, un quotidien national payant et un gratuit.

Proposition 9 : pour la presse quotidienne régionale, déjà caractérisée par des monopoles locaux, supprimer les seuils anticoncentration.

Proposition 10 : modifier le régime des droits d'auteur pour les articles et les photographies de presse quand ils sont produits par des journalistes ou photographes salariés en intégrant cette rémunération supplémentaire directement dans le contrat de travail.

Proposition 11 : aligner sur le régime de droit commun, par une renégociation complète de la convention collective de la presse quotidienne, les indemnités de licenciement liées à la clause de conscience ou de cession des journalistes. Cette mesure permettrait d'éviter l'hémorragie financière dont sont victimes les entreprises de presse qui se restructurent ou changent de propriétaire. Compte tenu du caractère spécifique de la presse, on peut imaginer, au surplus, le principe d'une indemnité supplémentaire, forfaitaire et égale pour tous et, en cas de reprise, limitée à une juste et raisonnable proportion des capitaux investis pour renflouer le journal. La nouvelle convention doit être négociée avec les syndicats de journalistes - la meilleure des contreparties à la remise à plat de la clause de cession étant une augmentation très significative des salaires des journalistes en poste.