

Débat Les défis de la presse régionale

Sociologue spécialiste des médias et du journalisme, chercheur au CNRS, Jean-Marie Charon commente les perspectives de convergence entre journaux alsaciens et les enjeux, pour la presse régionale, de la révolution numérique en cours.

L'Alsace, avec deux quotidiens différents sur un petit territoire, ne fait-elle pas figure d'exception, dans le paysage médiatique français actuel ?

C'est vrai que, dans les années 60-70, on a vu un certain nombre de grands régionaux acheter tous leurs voisins : Sud Ouest, La Dépêche du Midi, La Montagne, L'Est républicain, La Voix du Nord... L'anomalie, c'est ce qui s'est passé en Bretagne, où Ouest France n'a pas voulu racheter ses voisins. Or, la seule région où la presse régionale a continué à gagner en diffusion ces vingt dernières années, c'est celle de Brest, où sont concurrents Ouest France et Le Télégramme, deux titres qui se bagarrent de façon très dynamique, sur un territoire qui n'est pas énorme. En 25 ans, Le Télégramme a gagné plus de 30 % de diffusion. Il y a des recherches d'identités éditoriales différentes, des positionnements différents. Cela permet aux foyers de choisir leur « camp », et à certains d'acheter les deux journaux.

Hormis ce cas particulier de

Brest, comment se sont traduites les opérations de rachat et rapprochements de titres par le passé ?

Partout où on a rapproché des titres qui, traditionnellement, étaient en concurrence, avaient des histoires différentes, renvoyaient en général à des territoires différents, cela s'est payé par des baisses de diffusion importantes. Le cas le plus typique, c'est ce qui s'est passé quand le groupe Hachette a acheté les journaux de Gaston Defferre, Le Méridional et Le Provençal, avec l'idée de créer un journal « moderne », La Provence. C'était il y a une quinzaine d'années (NDLR : en 1997). Depuis, la diffusion a reculé de quasiment 50 %. Partout où vous remplacez la compétition, la diversité des regards sur un même territoire, on constate une baisse de diffusion. Des économies seront probablement réalisées, mais il y aura aussi un coût énorme en termes de lectorat et d'attrait des titres. D'autant qu'aujourd'hui, si on ne trouve plus la diversité dans les journaux d'un même territoire, on va aller la chercher ailleurs, sur internet en particulier. Aujourd'hui, la presse régionale a plusieurs défis, notamment d'aller sur les supports numériques, où elle doit être capable de retrouver de la diversité, et non de ramener tout sous une même marque, un même étendard.

Comment percevez-vous la stratégie des banques dans la presse régionale, à l'heure où on s'interroge sur l'avenir des journaux en général ?

C'est un investissement indirect. Les banques de type régional, qui ont une activité liée à des territoires, voient dans la



Jean-Marie Charon était l'invité, la semaine dernière à Mulhouse, d'un débat sur l'évolution de la presse quotidienne en France, et en Alsace en particulier. Photo Darek Szuster

presse régionale un des outils d'animation de la vie économique locale. Le Crédit Mutuel s'est très engagé au travers du groupe EBRA (NDLR : lire l'encadré), il est aussi présent dans d'autres régions, au travers du groupe La Montagne par exemple.

« Les banques suivent la presse régionale depuis longtemps »

De la même manière, le Crédit agricole est présent dans le nord de la France, dans le groupe La Voix du Nord et au Courrier picard. Pour la même raison : ils ne vont pas chercher la rentabi-

lité directe dans la presse, mais ils sont convaincus que la presse locale est une vitrine, un lieu d'échanges facteur de dynamique pour l'économie régionale, dont ils vivent.

En outre, ces banques suivent la presse régionale depuis très longtemps. En France, la presse a toujours eu des structures capitalistiques assez fragiles, les familles ou les coopératives qui détenaient les journaux ont travaillé avec les banques très tôt, elles avaient besoin de leur soutien. Même si ce ne sont pas des éditeurs, ces banques sont donc familières de l'économie de la presse régionale, contrairement à des groupes comme Dassault, propriétaire du Figaro et, à une époque, d'une partie de la pres-

se régionale.

Le journal régional de demain est-il en train de s'inventer quelque part ?

C'est l'originalité, et en même temps le caractère excitant, de la période que nous traversons : rien n'est écrit. Il n'y a pas de modèles. Pour la presse régionale, l'une des questions sur lesquelles il faut se concentrer, c'est l'information de proximité, qui est en train de se transformer et doit être réinventée. Pendant longtemps, la presse française s'est modernisée par référence à des modèles extérieurs : américain, italien, allemand, britannique... Or, aujourd'hui, toutes ces presses sont sur la même ligne : elles doivent se réinventer à la fois sur l'imprimé et sur le numérique.

Les critiques à l'égard de la presse sont nombreuses, toutes les institutions sont confrontées à une défiance croissante : y a-t-il néanmoins encore des perspectives pour des journaux d'envergure ?

Il y a des rôles différents. Il y a effectivement davantage d'appétit pour la confrontation des points de vue, mais la presse peut être l'un des lieux qui favorisent l'échange, en créant des plateformes. Elle a pris du retard en la matière, au profit de sites internet spécialisés. Et il y a une autre fonction, plus traditionnelle, qui est celle du choix, de la sélection, de la hiérarchisation. Je ne pense pas qu'elle soit amenée à disparaître : la surinformation qui découle de la multiplicité des sources rend nécessaire un décryptage, une recherche de sens, de grille de lecture. Tout le monde n'a pas le temps de tout consulter, de tout comprendre. Les journaux seront peut-être moins ceux qui « rapportent » ce qui vient d'arriver, et davantage ceux qui hiérarchisent, indiquent ce qui est important, proposent des liens à ceux qui veulent enrichir... C'est toujours le rôle fondamental du journaliste, de se situer entre la réalité de l'événement et le citoyen.

Propos recueillis par Olivier Brégeard

■ Pour mieux comprendre

Propriétaire de L'Alsace depuis 1973 et du Républicain Lorrain depuis 2006, la Banque fédérative du Crédit Mutuel (BFCM) a pris, en janvier 2012, le contrôle exclusif de la société L'Est Républicain, qui avait elle-même acquis Les Dernières Nouvelles d'Alsace en 1997 et La Liberté de l'Est (devenue Vosges Matin) en 1999. Elle avait précédemment racheté les titres de la branche Bourgogne-Rhône-Alpes de la Socpresse de Serge Dassault (Le Progrès, Le Dauphiné Libéré, le Journal de la Saône-et-Loire et Le Bien Public) regroupée au sein d'une association baptisée EBRA (acronyme d'Est Bourgogne Rhône Alpes). Dotée d'un bureau d'informations générales à Paris, l'association EBRA fournit des articles et des pages aux dix titres contrôlés par le Crédit Mutuel. Ces journaux diffusent 1,2 million d'exemplaires par jour et revendiquent huit millions de lecteurs, dans 23 départements.