

Une des spécificités de la presse britannique est-elle en train de disparaître ? Le plus ancien hebdomadaire dominical au monde, né en 1791, *The Observer* a été racheté par le groupe Guardian News & Media, éditeur du quotidien *The Guardian* en 1993. Le succès de la nouvelle formule de *The Observer* lancée en janvier 2006, se traduit par une hausse de la diffusion de plus de 8 % sur deux ans, pour atteindre 472 000 exemplaires en septembre 2007. Et pourtant le titre perd de l'argent, faute de recettes publicitaires suffisantes. Face à une perte de 21,3 millions d'euros (15,9 millions de livres), le groupe GNM a donc décidé de réduire les coûts de fabrication en procédant à un rapprochement géographique des rédactions de *The Observer* avec celles du quotidien et du site Web *The Guardian*, dont la diffusion décline, ainsi qu'à la fusion des équipes journalistiques des rubriques consacrées au sport, aux affaires et à l'international. Des licenciements sont à prévoir.

Ce mouvement de concentration concerne l'ensemble des journaux du dimanche dits de qualité à l'instar du *Sunday Telegraph*, *Independent on Sunday*, à l'exception du *Sunday Times* qui avec une diffusion supérieure à 1 million d'exemplaires, malgré une baisse de 5 % de son lectorat en 2007, fait le plein de ressources publicitaires qui compensent les résultats déficitaires du Times. La presse dominicale « milieu de gamme », *The Mail on Sunday* ou *The Express on Sunday*, qui emploie de nombreux pigistes est épargnée mais le phénomène de restructuration concerne de plus en plus les tabloïds. Véritable institution, avec ses 11 millions d'exemplaires vendus, la presse dominicale britannique se trouve de plus en plus concurrencée par l'édition du samedi enrichie des quotidiens. Si les Britanniques consacrent plus d'une heure à la lecture des journaux dominicaux (40 minutes pour les quotidiens), ils profitent aussi du week-end pour surfer sur le Net et faire les magasins. En Grande-Bretagne, la diffusion de l'ensemble des journaux a perdu 2,5 % en moyenne en 2007, à l'exception du *Financial Time* (+2,6 %). Presque tous les dominicaux ont enregistré une baisse des ventes, supérieure à 10 % pour certains. Malgré une baisse de son prix facial, le tabloïd *The Sun* qui était encore vendu à plus de 4 millions d'exemplaires en 1988 est pour la première fois, depuis trente-trois ans, sous la barre des 3 millions d'exemplaires par jour. Le fleuron du groupe de Rupert Murdoch, à l'instar de l'ensemble des tabloïds, subit la concurrence à la fois d'Internet et de la presse gratuite.

Sources :

- « La presse britannique dominicale est en crise », Marc Roche, *Le Monde*, 5 novembre 2007.
- « British press crisis deepened in 2007 : figures », AFP in Yahoo! News, 14 janvier 2008.