

*A conjoncture exceptionnelle, remèdes exceptionnels. A l'instar des banques ou des constructeurs automobiles, le secteur de la presse écrite en appelle aux pouvoirs publics pour surmonter la crise.*

Selon les prévisions de l'agence ZenithOptimedia annonçant une baisse de - 6,9 % des dépenses des annonceurs dans le monde, - 6,7 % pour l'Europe de Ouest et - 8,7 % pour les Etats-Unis, l'année 2009 devrait être marquée par la plus grave crise du marché publicitaire mondial jamais enregistrée depuis 30 ans. Tous les médias sont concernés, à l'exception d'Internet dont les ressources publicitaires devraient continuer à croître, néanmoins plus faiblement. Le retour à une conjoncture plus favorable n'est pas prévu avant 2011. Victimes de la crise financière et économique, les entreprises réduisent leurs dépenses de communication et, dans le même temps, en attendent de meilleures performances. Les négociations tarifaires sur les espaces publicitaires se font plus tendues, y compris sur les supports les plus courtisés.

Sur le marché de la presse écrite, le manque de ressources publicitaires affecte désormais les magazines comme les quotidiens. Cette conjoncture publicitaire défavorable vient amplifier les conséquences économiques déjà désastreuses de la mutation vers le tout numérique qui entraîne un déclin sans précédent de la diffusion papier des titres de presse. Alors que tous s'interrogent sur ce que sera le nouveau modèle économique pertinent de la presse écrite, celui qui assurera la pérennité de la diffusion au plus grand nombre d'une information de qualité, les éditeurs de presse n'ont pas d'autre possibilité que de procéder à de profondes restructurations au sein des entreprises éditrices, en fusionnant notamment les équipes rédactionnelles, avec pour première conséquence la réduction drastique des effectifs, voire des cessations de titres.

En attendant la reprise économique, tout en cherchant des alternatives aux modes de financement traditionnels, les professionnels de la presse écrite sollicitent les pouvoirs publics. En Espagne comme en Belgique, mais aussi aux Etats-Unis, l'intervention de l'Etat est appelée au secours.

En Espagne, où le quotidien gratuit *Metro* a cessé de paraître et où deux journaux nationaux, *ABC* et *El Periodico*, prévoient des plans de licenciements, plus de 2 200 journalistes ont perdu leur emploi entre juin 2008 et avril 2009. Ainsi, la Fédération des associations de journalistes d'Espagne (FAPE), s'est associée à la Fédération européenne des journalistes (FEP), pour lancer un appel à la Commission européenne afin que des mesures soient prises en faveur des entreprises de presse en difficulté. A l'approche des élections européennes, la FEP a rappelé que la presse « *est un pilier de la démocratie européenne* » et a demandé aux partis politiques d'agir « *avant qu'il ne soit trop tard* ». D'ici à 2010, ce sont au total près de 5 000 postes de journaliste qui pourraient être supprimés, soit 20 % de l'effectif des journalistes dans le pays, selon l'Association de presse madrilène (APM). En avril 2009, le gouvernement espagnol s'est engagé à mettre en place une série de mesures pour aider la presse écrite. Grâce à une nouvelle répartition des aides directes accordées aux médias, seraient soutenus la distribution et l'achat de papier. Les entreprises de presse pourraient également bénéficier plus largement de crédits publics.

En Belgique, les éditeurs n'ont pas obtenu le doublement qu'ils réclamaient du montant des aides de l'Etat à la presse (6,7 millions d'euros d'aides pour 2009). Néanmoins, la commission de l'audiovisuel et de la culture du Parlement de la Communauté française a voté, le 21 avril 2009, un décret permettant à titre exceptionnel le versement anticipé des aides. Sans attendre la fin de l'année 2009, les éditeurs des six titres de presse quotidienne francophone (Rossel, IPM et Corelio), qui en auront expressément fait la demande avant le 15 mai 2009, pourront toucher 85 % du montant de l'aide attendue en mai-juin. Le versement des 15 % restants sera conditionné, pour un tiers, à l'avis de l'Association des journalistes professionnels (AJP) et au respect du maintien des emplois de journalistes entre le 30 septembre 2008 et le 30 septembre 2009. Les éditeurs ont manifesté leur mécontentement, à la suite de Bernard Marchant, administrateur délégué du groupe Rossel (*Le Soir*, *L'Echo*, le groupe régional Sud Presse) qui déclarait : « *Mieux vaut rien que cela* ». Dénonçant l'absence de mesures de fond, ils soulignent le paradoxe qui consiste à percevoir moins de subventions en temps de crise. La ministre de l'audiovisuel et de la culture, Fadila Laanan, avait annoncé la création d'un fonds d'un montant de 250 000 euros pour 2009, destiné à financer de grandes enquêtes journalistiques, coûteuses en temps comme en argent, et dont pourraient bénéficier aussi bien les journalistes indépendants que les salariés d'une entreprise de presse. Responsable de la gestion de cette nouvelle aide, l'AJP (Association des journalistes professionnels) devra créer un jury indépendant qui déterminera les critères d'attributions, les montants versés, et choisira les sujets. Le gouvernement flamand a déjà mis en place un tel système. Cette idée n'a finalement pas été retenue par la Communauté française. Les états généraux de la presse organisés en septembre 2009 seront sans nul doute l'occasion de rouvrir le débat sur ce sujet.

En France, à l'issue des états généraux de la presse écrite ouverts en octobre 2008, le président de la République a présenté, en janvier 2009, les solutions retenues « *pour sauver la presse* », notamment les quotidiens d'information générale et politique dont le tirage ne cesse de décliner depuis la fin des années 1960. L'Etat consacre une aide exceptionnelle d'un montant de 600 millions d'euros sur trois ans au plan de modernisation et d'investissement de la presse écrite (sans compter les coûts de restructuration dans les imprimeries afin d'obtenir des gains de productivité). En échange, le gouvernement français attend des éditeurs qu'ils procèdent aux réformes structurelles nécessaires. Le principe des aides à la presse, dont certaines mesures datent de la Révolution française, a été réaffirmé au fil du temps, afin de préserver la presse d'information et sa contribution décisive au débat démocratique. Le montant total des aides de l'Etat à la presse s'élève désormais à plus de 1 milliard d'euros par an, soit plus de 10 % du chiffre d'affaires total de la presse française.

Aux Etats-Unis, certaines grandes villes n'auront bientôt plus de quotidien local. Depuis janvier 2008, 67 journaux américains ont disparu. Sept groupes de presse ont cessé leur activité. Les plans sociaux se multiplient. Plus de 25 000 emplois ont été supprimés depuis janvier 2008, selon le site Paper Cuts. Lors d'une réunion de la sous-commission sénatoriale des communications, de la technologie et de l'Internet, son président John Kerry a qualifié les journaux « *d'espèce en danger* » et, s'il ignore de quelle manière les pouvoirs publics pourraient intervenir, le sénateur démocrate n'en estime pas moins qu'il faut sauver la

presse américaine. Considérant cette crise de la presse comme « *une tragédie pour les collectivités du pays et pour la démocratie* », le sénateur démocrate du Maryland, Benjamin Cardin, a déposé en mars 2009 une proposition de loi afin d'aider les journaux. Le « Newspaper Revitalization Act » permettrait aux journaux d'adopter un statut d'organisation à but non lucratif afin de pouvoir bénéficier d'avantages fiscaux, à l'instar des radios publiques américaines qui sont financées par des dons déductibles des impôts. Les recettes de publicité et d'abonnements des journaux ne seraient plus soumises à l'impôt et les dons seraient ici aussi déductibles. Cette mesure destinée aux seuls journaux desservant des collectivités, à l'exclusion des titres propriétés de grands conglomérats, impliquerait que les journaux ne puissent plus apporter des soutiens politiques. L'ancien journaliste du *Baltimore Sun*, Davis Simon, préconise quant à lui un assouplissement de la législation anti-cartel, afin de permettre aux éditeurs de négocier en force le respect des droits d'auteur sur Internet.

Si certains s'alarment des conséquences du déclin de la presse américaine, d'autres spécialistes du secteur des médias plaident pour le libre marché, jugeant la proposition de loi du sénateur Cardin « *dangereuse* » et ne faisant que « *retarder l'inévitable* » comme l'explique Jeff Jarvis, enseignant, chroniqueur au Guardian et consultant. En mai 2009, le gouvernement américain a déclaré par l'intermédiaire du porte-parole de la Maison Blanche, Robert Gibbs, qu'il n'y aurait pas de plan de sauvetage pour la presse américaine. L'intervention du gouvernement, en l'occurrence, est jugée « *délicate* ».

Sources :

- « Etats-Unis : proposition de loi pour accorder à la presse écrite les avantages fiscaux des organisations à but non lucratif », *La Correspondance de la Presse*, 27 mars 2009.
- « Les journalistes espagnols demandent des aides publiques pour la presse », *lematin.ch*, 13 avril 2009.
- « Les journalistes espagnols demandent des aides publiques pour la presse », *Libération*, 14 avril 2009.
- « Publicité : le marché va connaître en 2009 sa pire récession depuis trente ans », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 15 avril 2009.
- « Aide à la presse accélérée », Jean-François Lauwens, *Le Soir*, 20 avril 2009.
- « Un décret “optionnel”, et obsolète ? », Jean-François Lauwens, *lesoir.be*, 22 avril 2009.
- « Le gouvernement espagnol veut aider la presse », *Les Echos*, 22 avril 2009.
- « Face aux difficultés de la presse américaine, la Maison Blanche explique qu’il n’y aura pas de plan de sauvetage gouvernemental », *La Correspondance de la Presse*, 6 mai 2009.
- « Les Etats-Unis se demandent comment sauver les journaux », AFP, *lesoir.be*, 8 mai 2009.
- « Internet et conjoncture publicitaire obligent la presse américaine à se repenser », Xavier Ternisien, *Le Monde*, 12 mai 2009.