



## L'argent des médias par Jean-Clément Texier - 7 février 2014

Pour Jean-Clément Texier **la crise de la presse est réelle**. Aux Etats-Unis les entreprises de presse ont perdu de 80 à 90 % de leur valeur « *La presse n'est*

*plus en solde, elle est en liquidation !* ».

**Le salut viendra-t-il du numérique ?** Certains peuvent le penser, mais le modèle économique est différent. La valeur de la publicité est 10 fois moindre sur Internet. Les capacités d'investissement ne sont pas suffisantes. En Suisse un groupe comme Rungier avec plus de 1 milliard de chiffre d'affaires est plus important que le 1<sup>er</sup> groupe français. Le Temps quotidien à Genève, dégage 8 de rendement. **La presse française de son côté est largement subventionnée** : Le Monde par exemple, bénéficie de 40 millions d'euros d'aide. « *Il y a de l'acharnement thérapeutique dans la presse française* ». Médiapart est en positif, car il ne payait pas la TVA au taux légal : ce taux pour les purs players – également subventionnés - vient d'être aligné sur celui de la presse écrite, et l'Etat va sans doute passer l'éponge sur les dettes fiscales de Médiapart et Arrêt sur images.

**Les solutions possibles sont dans l'évolution des contenus** : « *Un rédacteur en chef doit devenir un directeur d'usine à contenu* »

1. Avec l'info en continue, il est inéluctable que le papier recule.
2. Une adaptabilité plus grande est nécessaire, des quotidiens peuvent évoluer vers le week-end ; une presse chère peut trouver sa place.
3. La demande se parcellise. Les jeunes par exemple, recherchent des services à la carte. Il y a aussi une demande de qualité, de confiance, aux producteurs de contenu qui respectent les critères déontologiques.

Cela étant ce serait **une erreur de considérer que l'écrit n'a plus d'avenir**. La presse écrite représente un C.A. de 10 milliards, le livre 6 milliards, soit



au total un C.A. équivalent à celui de la production audiovisuelle. Mais « *Google pourrait racheter tous nos médias* ».

Nous sommes à la veille d'une conversion fondamentale, mais la France est confrontée à deux difficultés.

- les « papivores » qui ont fait la réputation de la presse française (Hersant, Jean-Marie Messier, Lagardère, et surtout le « Citizen khan » français, Jean Prouvost), ne sont plus là ou se sont retirés du secteur. Des erreurs stratégiques sont commises comme la vente du Bon Coin par Ouest-France, alors que ce site connaît une progression énorme sur Internet (2e site consulté après facebook !).
- La formation des journalistes français est « trop intellectuelle » et leur culture économique insuffisante. Le journaliste français ne se considère pas comme membre d'une entreprise.
- Les journaux, les news magazines (L'Express, Nouvel Obs, Le Point...) qui à l'origine et pendant longtemps étaient des acteurs sociaux ( cf. Guerre d'Algérie, réformes sociétales) sont à cours de projet. Ils sont dans le conformisme du discours ambiant.



Fort d'une vision globale de la presse, Jean-Clément Texier, croit en son avenir, mais regrette qu'en France « **La pépinière des entrepreneurs de demain sur le créneau de la presse, reste aux abonnés absents** ».

Jean-Claude Charrier  
Février 2014