

États Généraux de l'Information

Contribution professionnelle Alliance – CESE

Garantir l'indépendance de l'information

Thème 1 – La viabilité économique des médias au service de leur indépendance et du pluralisme

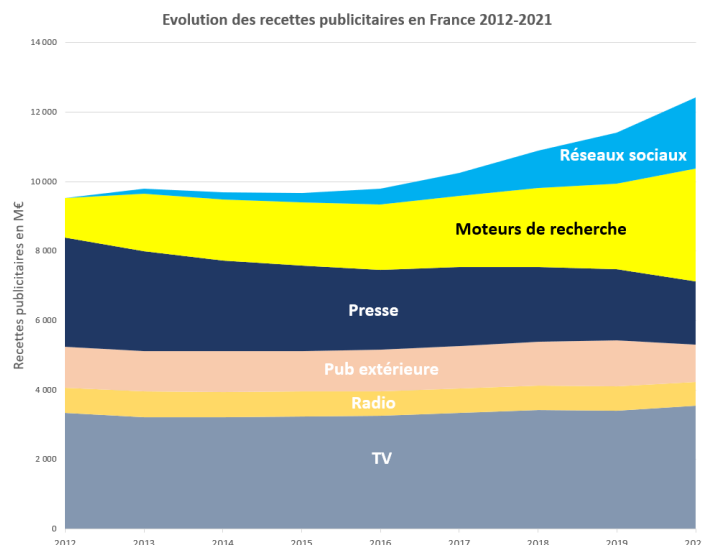
En préambule, nous souhaitons rappeler un principe économique cardinal : pour être indépendant, un média doit être rentable. Toute action visant à lui permettre d'atteindre cette rentabilité contribue à l'existence d'une offre d'information indépendante et pluraliste.

Si la mise à disposition du public d'une information fiable et pluraliste relève de l'intérêt général, l'information elle-même est, cependant, un bien économique, produit par des entreprises qui interviennent sur un marché.

La presse d'information connaît aujourd'hui une longue et difficile transition entre papier et numérique. Son modèle économique est pris dans un effet de ciseaux, découlant du déclin de la diffusion des journaux papier, alors que celle-ci repose sur des coûts fixes, et sur la difficulté à monétiser les publications de presse dans l'univers numérique, auprès des lecteurs ou des annonceurs.

Le chiffre d'affaires issu du papier représente encore une part majoritaire des revenus des éditeurs de presse d'information : pour la presse quotidienne nationale, les ventes et abonnements papier représentent 75% du chiffre d'affaires et pour la presse régionale 95%. C'est également vrai des recettes publicitaires, les annonceurs achetant prioritairement de l'espace en presse papier, et la publicité en ligne donnant lieu à une captation de valeur massive par les intermédiaires détenus par les grandes plateformes numériques.

Cette captation s'est traduite par une chute massive des recettes publicitaires de la presse, qui ont été divisées par deux en 10 ans.

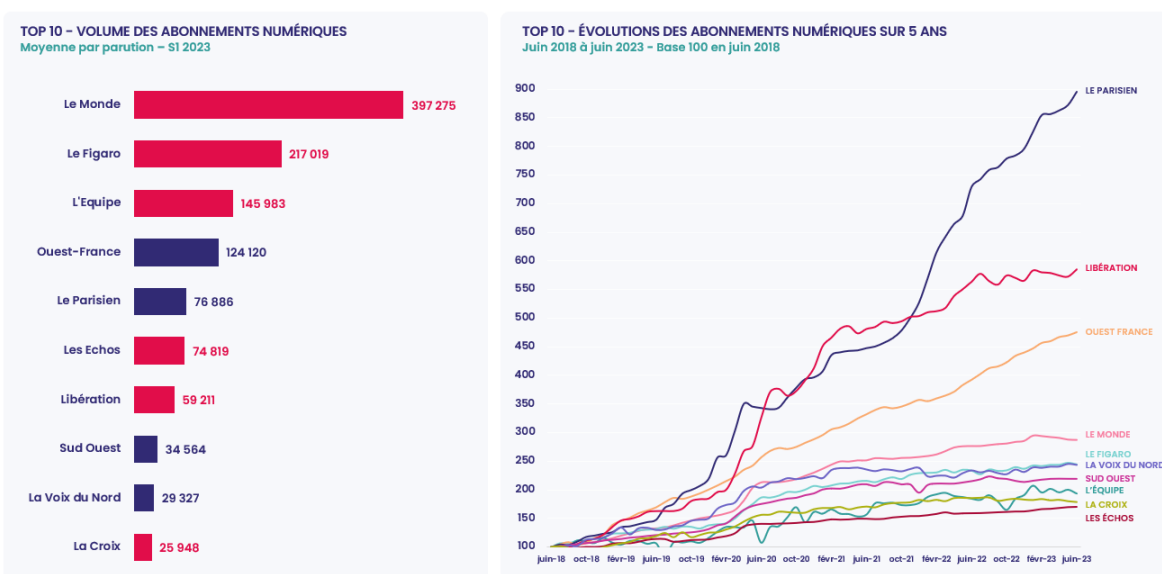


Sources : IREP, Observatoire ePub

La pratique des *blocklists* (liste de mots-clés dont la présence sur une page Internet bloque l'affichage de la publicité) est une menace supplémentaire pour la presse d'information en ligne : l'inflation continue des listes, leur opacité et l'absence de révision régulière conduisent à détourner le financement publicitaire des médias d'information et à remettre en cause la mission sociétale de ces derniers.

Malgré ces difficultés, l'appétence du public pour la presse se maintient en ligne, avec une progression continue des abonnements numériques (qui compensent, *en volume*, le déclin des abonnements papier) et des audiences sur les sites et applications des journaux (même si le premier semestre 2023 marque une pause de ce point de vue, alors que la même période en 2022 était marquée par une actualité forte : début de la guerre en Ukraine, élections présidentielles et législatives...)

Alliance Évolution du nombre d'abonnés numériques



Le secteur a par ailleurs connu, comme les autres activités économiques, les effets négatifs de la crise sanitaire en 2020-2021 (écroulement du marché publicitaire, fermeture des points de vente...). A partir de 2022, se sont ajoutés ceux de l'inflation :

- Le prix du papier, après un pic fin 2022 à près de 1 000 € la tonne, est redescendu aux alentours de 700 € - niveau qui reste très supérieur à celui d'avant-crise (450 €)
- Les prix de l'énergie continuent à peser lourdement sur les comptes des éditeurs de presse, qui n'ont pas accès aux dispositifs de soutien de l'État.
- L'inflation forte et la hausse des tarifs des carburants a un impact sur les activités de transport de presse et menace la rentabilité des activités de portage, alors même que la réforme des aides au transport vise à faire basculer les éditeurs du transport postal vers le portage.

Les éditeurs ont réagi à cette situation en réduisant la pagination en augmentant le prix de vente du journal (ex. : *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *La Croix*, *Voix du Nord*, *Ouest-France*, *Le Télégramme*...), dans un contexte de pouvoir d'achat en baisse et de sensibilité importante du public au prix des biens culturels et

parfois en réduisant les zones de distribution. La hausse du prix de vente, tend cependant à accélérer la baisse des volumes. Elle doit par ailleurs rester modérée pour que les journaux puissent continuer de s'adresser au plus grand nombre.

Des injections de fonds massives par les actionnaires ont aussi parfois été nécessaires pour éponger les pertes et recapitaliser les titres (Le Parisien, titres du groupe EBRA...). La situation a été fatale pour d'autres journaux qui n'avaient pas la chance de bénéficier d'un actionnaire solide et qui ont dû par conséquent déposer le bilan (ex. *La Semaine du Minervois*, *Liberté Hebdo*, *Les Nouvelles Calédoniennes*...).

L'offre numérique qui ne cesse d'être développée par les éditeurs répond à de nouveaux usages, complémentaires à l'offre papier qui répond à une demande encore massive. La pérennité de la presse d'information passe par la **restructuration de la production et de la distribution du papier pour assurer sa pérennité**, et, en ligne, par **une meilleure monétisation des publications & un partage de la valeur créée avec les plateformes**.

Enfin, le modèle économique des médias d'information, et donc le pluralisme, souffrent également des distorsions de concurrence créées par le financement par l'Etat de services gratuits, directement concurrents de ceux des éditeurs privés dont les abonnements payants sont la principale source de financement, et qui viennent en plus ponctionner le marché publicitaire. Le service public audiovisuel édite et distribue d'ores et déjà de façon massive des services de presse en ligne gratuits.

Assurer l'équité de la concurrence entre médias privés et publics, notamment par la transparence des activités et des revenus des sociétés nationales et locales de programmes et le cantonnement de leur ponction sur le marché publicitaire, est essentiel pour le maintien du pluralisme.

Thème 2 – La protection des journalistes et de leurs sources, en France et à l'étranger

Les atteintes à la liberté des journalistes d'exercer leur métier sont de plus en plus nombreuses, ce qui doit alerter sur la vitalité de notre société démocratique. Les agressions verbales et physiques de journalistes se sont multipliées, par exemple à l'occasion des mouvements sociaux, avec parfois des blessures graves à la clé. Les pouvoirs publics et la justice exercent parfois eux aussi des pressions peu justifiables sur les journalistes, même si la mise en place d'un groupe de travail tripartite journalistes/éditeurs/Intérieur a permis d'aplanir en partie les difficultés avec les forces de l'ordre.

Des menaces de violence ont aussi lieu contre les journaux eux-mêmes, comme l'a montré l'exemple du Poher, journal du Finistère harcelé pour avoir simplement annoncé la création d'un centre d'accueil de migrants. A l'étranger, les journalistes ont malheureusement payé un tribut très lourd dans le cadre des conflits armés qu'ils couvrent.

Au-delà des questions sécuritaires, le débat de l'indépendance de la presse et des rédactions est vif. Il est légitime dans son principe : la place centrale de l'information en démocratie justifie l'attention accrue que peuvent porter l'opinion et le monde politique à son indépendance et à la liberté de la presse. Le débat sur l'indépendance de l'information s'est focalisé depuis plusieurs mois sur les seuls risques de pression de la part des actionnaires des entreprises de médias. Or si ces risques ne sont pas inexistant, d'une part ils sont déjà largement encadrés par le droit, d'autre part l'expérience montre que les pressions venues de l'extérieur (collectivités et élus, groupes politiques, intérêts économiques...) sont beaucoup plus courantes.

De ce point de vue, le régime du directeur de la publication et de la responsabilité en cascade, institué par la loi du 24 juillet 1881, apporte une protection forte à l'indépendance et à la liberté des journalistes et des rédactions. Il est essentiel de le préserver et de le prolonger dans l'univers numérique, alors que les textes

européens adoptés ou en cours de discussion (Digital Services Act, Code sur la désinformation, European Media Freedom Act...) tendent à entériner une forme de censure en ligne par les plateformes.

Droit du travail

Un titre entier du Code du travail est consacré aux journalistes et des dispositions particulières dérogatoires au droit commun leurs sont applicables. Ces dispositions issues de la loi Brachard/Guernut de 1935 et de la loi Cressard de 1974 sont désormais intégrées dans le Code du travail, au sein du titre propre aux journalistes. S'y ajoutent les stipulations de la Convention collective nationale des journalistes (IDCC 1480).

Les principaux éléments du statut comprennent :

- Les indemnités de licenciement bonifiées (« le mois par année jusqu'à 15 ans d'ancienneté »)
- Les clauses de cession, de cessation et de conscience (qui permettent à un journaliste de pouvoir rompre son contrat de travail à son initiative et d'obtenir des indemnités de rupture, en dérogation au principe de l'article L. 1224-1 du Code du Travail).
- La carte d'identité professionnelle
- La commission arbitrale (juridiction d'exception pour déterminer les indemnités de rupture quand le journaliste a plus de 15 ans d'ancienneté ou est licencié pour faute. La décision est insusceptible d'appel)
- Des dispositions conventionnelles favorables (ancienneté, protection sociale, garantie des principes professionnels aux articles 5 à 9 de la convention collective)

Dispositifs juridiques de protection des journalistes

- **La loi du 29 juillet 1881** sur la liberté de la presse garantit le secret des sources des journalistes (art. 2) et le respect de la déontologie journalistique (art. 2 bis). Le journaliste peut refuser de signer un article, une émission, une partie d'émission ou une contribution dont la forme ou le contenu auraient été modifiés à son insu ou contre sa volonté. Il ne peut être contraint à accepter un acte contraire à sa conviction professionnelle, formée dans le respect de la charte déontologique de son entreprise ou de sa société éditrice, en renvoyant aux Chartes de déontologie des journalistes (Charte du SNJ/ Charte de Munich) en cas de litige.
- **Charte de Munich (1971)** : le journaliste "doit refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction".
- **Loi n° 2016-1524 du 14 novembre 2016** dite « Bloche » visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias : les entreprises de presse doivent se doter d'une charte déontologique "rédigée conjointement par la direction et les représentants des journalistes".
- **Loi n°86-897 du 1er août 1986 et loi LCEN du 21 juin 2004** : obligation d'identification des articles de publicité à présentation rédactionnelle
- **Commission paritaire de la Carte d'identité des journalistes**, souveraine dans l'attribution de cette dernière.

Aujourd'hui la plupart des éditeurs de presse d'information sont dotés d'une charte déontologique, dont la rédaction est le fruit d'une négociation entre les organes dirigeants et les journalistes du titre concerné.

Beaucoup de ces chartes préexistaient à la loi de 2016 (par exemple au sein des groupes Ouest-France, les Échos et EBRA) et ont d'ailleurs été prises comme exemples lors de l'élaboration de la loi.

Sur le fond, la grande majorité des chartes élaborées en conséquence de la loi reprennent le cadre déontologique fixé par la Charte de Munich ou par la charte du SNJ.

Dans quelques cas, la signature d'une charte n'a pas été possible du fait de désaccords entre employeurs et syndicats, scénario toujours possible dans une discussion paritaire. Ces titres appliquent dans ce cas le cadre déontologique préexistant à la loi Bloche sans difficulté particulière.

Par ailleurs, de nombreux titres se sont dotés de dispositifs déontologiques complémentaires à la loi ou travaillent sur de nouveaux dispositifs, notamment :

- Des chartes anti-corruption,
- Des chartes sur la juste représentation des femmes dans les publications,
- Des chartes sur le traitement des sujets environnementaux et relatifs à la crise climatique,
- Des chartes sur le traitement des faits divers.

Les Comités sociaux et économiques ont tous été informés des négociations des chartes et certaines de ces dernières ont été modifiées par suite de leurs remarques. Dans chaque entreprise, des réunions mensuelles des Comités ont lieu, au cours desquelles toute question relative à la charte en vigueur dans l'entreprise et au droit d'opposition du journaliste peut être évoquée.

En outre, le droit français et de l'Union prévoit les dispositifs de protection suivants du secret des sources:

- **Loi du 4 janvier 1993** : première consécration légale de la protection des sources d'information des journalistes
- **Décision CEDH 27 mars 1996, Goodwin c./ Royaume-Uni** : "la protection des sources journalistiques est l'une des pierres angulaires de la liberté de la presse" ; "l'absence d'une telle protection pourrait dissuader les sources journalistiques d'aider la presse à informer le public sur des questions d'intérêt général" ; "en conséquence, la presse pour être moins à même de jouer son rôle indispensable de "chien de garde" et son aptitude à fournir des informations précises et fiables pourrait s'en trouver amoindrie"
- **Loi du 4 janvier 2010** : introduisant de nouvelles dispositions à l'article 2 de la loi du 29 juillet 1881 : "Le secret des sources des journalistes est protégé dans l'exercice de leur mission d'information du public" (il peut y être fait exception si un impératif prépondérant d'intérêt public le justifie et si les mesures envisagées sont strictement nécessaires et proportionnées au but légitime poursuivi).

Thème 3 – Le pluralisme dans les médias

La diversité et le pluralisme de la presse française sont de véritables atouts pour l'information du public, la réalité étant très loin de la caricature parfois véhiculée. Avec plus de 6 000 publications de presse, un actionariat et des modes de gouvernance variés (industriels, fondations, associations, familles, petits entrepreneurs...), la France jouit d'un paysage médiatique moins concentré que ses voisins, reflétant une richesse de perspectives et un haut degré de pluralisme. Sur le plan de la concentration, le [rapport IGAC-IGF de mars 2022](#)¹ souligne notamment qu'« aucun groupe ne représentait plus de 10 % de la diffusion en 2019 » et que « le segment de la presse quotidienne imprimée d'information politique et générale apparaît faiblement concentré ».

La première menace pour l'indépendance et le pluralisme de la presse est aujourd'hui économique, avec la fragilisation accélérée des entreprises de presse : aux effets d'une transition longue entre papier et numérique se sont ajoutés depuis 2 ans une inflation massive des coûts des matières premières. Cette situation a plongé les comptes de nombreux éditeurs dans le rouge et, déjà, poussé certains au dépôt de bilan.

L'engagement des actionnaires est désormais vital pour la survie de la presse d'information, qui, rappelons-le, emploie plus de 17 000 journalistes, soit un sur deux, et joue un rôle crucial dans la production d'une information fiable.

Le soutien de l'État, naturellement bienvenu, est en décroissance tendancielle car lié aux tirages papier. Il est impératif de sanctuariser le niveau de ce soutien pour préserver le pluralisme. Les aides doivent être modernisées pour financer la qualité de l'information et maintenir le lien social, avec un accent mis sur l'emploi de journalistes professionnels.

¹ « La concentration dans le secteur des médias à l'ère numérique : de la réglementation à la régulation », IGF-IGAC, mars 2022.

Retrouver la confiance en l'information

Thème 1 – Les contenus à l'ère du numérique

La technologie a bouleversé la diffusion de l'information, menant à une concentration massive des plateformes numériques, avec de graves conséquences pour la presse en termes d'accès des lecteurs à l'information d'une part, et d'accès des médias au marché publicitaire d'autre part.

Les éditeurs de presse, du fait même de leur diversité et de l'absence de concentration, se trouvent dans une position extrêmement déséquilibrée face aux grandes plateformes en ligne. La puissance de ces dernières s'exerce notamment :

- au niveau des magasins d'applications, en situation de duopole mondial qui leur permet de se placer entre les lecteurs et les éditeurs et d'imposer à ces derniers leurs conditions techniques et commerciales,
- sur les réseaux sociaux, qui, en s'appuyant sur leurs conditions générales d'utilisation, peuvent arbitrairement supprimer ou restreindre du contenu éditorial légal. En France, la loi stipule que seul un juge est habilité à statuer sur les questions de liberté de la presse. Il est essentiel d'empêcher les plateformes de censurer ou de limiter la diffusion en ligne de contenus de presse légaux, et de favoriser la visibilité de publications d'information fiables.
- et naturellement, dans l'univers de la publicité programmatique, dont quelques acteurs dominants mondialement tirent l'essentiel des bénéfices.

Le droit voisin des éditeurs de presse, introduit par la directive européenne de 2019, avait pour objectif de rééquilibrer les relations avec les plateformes numériques. Il n'a atteint cet objectif qu'en partie : si les rémunérations versées ont contribué à la rémunération des journalistes et à la protection des investissements réalisés pour la production de publications de presse, elles sont très loin de compenser la captation de revenus publicitaires par les plateformes.

L'Intelligence Artificielle Générative (IAG) représente une nouvelle étape dans la rupture technologique du numérique. Utilisée correctement, elle pourrait être avancée significative pour le journalisme. Néanmoins, l'efficacité et la fiabilité de l'IAG dépendent fortement de la qualité des données sur lesquelles elle est entraînée, qui sont souvent protégées par des droits de propriété intellectuelle. Les éditeurs de presse ont donc mis en place des mécanismes pour contrôler l'utilisation de leurs publications par les IAG et revendiquent une répartition équitable de la valeur générée par ces nouveaux services, qui n'est pas assurée aujourd'hui.

Thème 2 - Les manipulations de l'information

Dans un monde où l'information circule librement et rapidement, la véracité et la traçabilité des nouvelles sont devenues des enjeux majeurs pour la démocratie et la société civile. Les manipulations de l'information, qu'elles soient intentionnelles ou non, peuvent avoir des conséquences graves sur l'opinion publique et la prise de décision. C'est dans ce contexte que les titres de presse d'information jouent un rôle crucial, non seulement en tant que diffuseurs d'informations, mais aussi en tant que garants de la fiabilité et de l'intégrité journalistique.

Les initiatives telles que la Charte de l'Alliance pour la traçabilité et sur la curation de l'information, qui engage les médias signataires, ou le Fil désinfox, qui les articles et publication sur les fausses nouvelles, sont des exemples concrets de l'engagement du secteur de la presse en faveur de la promotion de pratiques journalistiques responsables.

Il est impératif que ces efforts soient reconnus, soutenus et intégrés dans les politiques publiques pour renforcer la confiance dans les médias. Nous appelons donc à une collaboration étroite entre les acteurs du secteur, les décideurs politiques et le public pour valoriser et pérenniser ces pratiques essentielles à l'intégrité de notre espace informationnel.

Thème 3 – Éducation aux médias et pouvoir d'agir

L'éducation aux médias et à l'information (EMI) est un domaine qui touche à la fois à l'enseignement, à la culture, à l'égalité, et à la citoyenneté. Les entreprises de presse et les journalistes sont en première ligne et leur action se concentre sur trois axes : l'engagement auprès des jeunes, l'offre pour les adultes et l'amélioration des compétences des acteurs de presse en EMI. L'Association pour l'éducation aux médias (APEM) coordonne l'action des éditeurs de presse d'information dans ce domaine.

Un manque de politique globale et de coordination interministérielle freine aujourd'hui l'investissement structuré dans l'EMI, et la dépendance aux appels à projet annuels empêche une action durable.

Le Pass Culture, bien qu'un progrès, offre une solution partielle, puisqu'il ne prend pas en compte les espaces culturels hors école. Les éditeurs proposent des abonnements numériques via le Pass Culture, mais l'exclusion de la presse de la part de financement individuelle du dispositif limite sa viabilité pour les éditeurs et nuit au développement de la pensée critique chez les jeunes. Or, moins de 20% des jeunes se sentent capables de détecter les fausses informations. L'accès à des sources fiables est crucial pour leur permettre de se forger une opinion éclairée et de se protéger de la désinformation.

L'inclusion de la presse papier dans le Pass Culture encouragerait la lecture et la pensée analytique et valoriserait le travail journalistique. Elle soutiendrait également le secteur de la presse face à des défis économiques majeurs, en incitant les jeunes à la lecture et à l'abonnement, et pourrait éveiller des vocations dans les métiers de la presse. L'équilibre dans le traitement des offres culturelles du Pass Culture est essentiel pour une société pluraliste et démocratique.