

## Faut-il refonder l'entreprise de presse ?

### CHRONIQUE

#### Armand Hatchuel

professeur à Mines Paris, Université PSL

Avec la loi Pacte de 2019, on peut envisager que toute entreprise de presse soit nécessairement une « société à mission », dont les missions comportent impérativement, par exemple, le respect des décisions éditoriales qui doivent recevoir l'agrément de la société des journalistes explique, dans sa chronique, le professeur en sciences de gestion Armand Hatchuel.

Publié le 29 août 2023 à 06h30, modifié le 04 septembre 2023 à 10h36 | Lecture 2 min.

Article réservé aux abonnés

**Entreprises.** La longue grève des journalistes du *Journal du dimanche* n'a pas fait plier la direction de l'entreprise. Pourtant, de nombreux observateurs et acteurs publics avaient soutenu leur lutte contre la nomination d'un directeur de la rédaction dont ils rejettent les valeurs. Cette décision heurtait aussi la conception du journaliste comme un professionnel attaché à la liberté d'investigation et au traitement rigoureux de l'information, qualités dont l'absence dans les réseaux sociaux est si dénoncée.

Reste que du point de vue du droit – et au-delà des couleurs politiques des protagonistes –, rien n'empêche une telle décision ! D'où le retour d'un projet ancien : celui d'une entreprise de presse plus respectueuse de ses journalistes. Sauf qu'aujourd'hui la réforme du droit de l'entreprise lui offre de nouvelles pistes.

Le droit de la presse a été avant tout fondé sur la liberté. Liberté de l'entrepreneur qui peut créer une société de presse à sa guise. Liberté pour chacun d'exercer une activité de journaliste comme pigiste ou salarié de ces sociétés. Les législations qui ont suivi n'ont pas dérogé à ce principe. Elles ont voulu protéger le public en garantissant la transparence des actionnaires et des responsables de la publication ; en limitant l'emprise d'un seul financier ou celle des étrangers.

**Lire aussi :** [« La métamorphose du "JDD" provoque un sentiment de malaise »](#)



Le métier de journaliste n'exige ni diplôme ni carte de presse. Et malgré son utilité (accréditations, protections...), celle-ci n'est pas détenue par l'écrasante majorité des journalistes. Certes, une instance nationale valide le statut d'entreprise de presse ou celui de journaliste professionnel et des chartes déontologiques internationales encadrent les droits et les devoirs de la presse. Mais le code du travail ne modifie que marginalement le statut salarial du journaliste et ne lui donne aucun droit de regard sur la direction de l'entreprise de presse (*Journalistes, des salariés comme les autres ? Représenter, participer, mobiliser*, de Camille Dupuy, Presses universitaires de Rennes, 2016).

### Sociétés de journalistes ou montages juridiques

Cette situation a suscité la multiplication des sociétés de journalistes qui portent la voix de la rédaction, mais sans légitimité institutionnelle. Ou le recours à des montages juridiques, à l'instar des quotidiens *Libération* et *Le Monde*, où les journalistes détiennent une part de la société détentrice du média. Le droit a aussi instauré une « société solidaire de presse d'information », qui ne peut être détenue que par ses collaborateurs. Mais il s'agit de solutions ad hoc qui soulignent par contraste qu'une entreprise de presse reste une entreprise...

**Lire aussi :** [«Se doter d'une "raison d'être" précise et impliquante peut donner à l'entreprise une chance de mobiliser les énergies»](#)



Or, depuis la loi Pacte (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) de 2019, une réforme importante de l'entreprise a été inscrite dans le droit. Elle permet d'inscrire dans les statuts des sociétés des missions particulières vis-à-vis des parties prenantes sociales et environnementales. Missions opposables et soumises à un double contrôle interne et externe (par un auditeur indépendant).

**Lire aussi la chronique :** [Le sens du travail passe par des entreprises et administrations « à mission »](#)



On peut ainsi envisager que toute entreprise de presse soit nécessairement une « société à mission », dont les missions comportent impérativement, par exemple, le respect de la charte des journalistes professionnels et les décisions éditoriales qui doivent recevoir l'agrément de la société des journalistes. S'ouvre ainsi un champ des possibles qui mérite un large débat démocratique. Tout en respectant la liberté de la presse, on y gagnerait une meilleure adéquation entre l'entreprise de presse et les valeurs du journalisme.

**Armand Hatchuel** (professeur à Mines Paris, Université PSL)