

*La presse
hebdomadaire
locale en France*

2016/2017

Sommaire

Introduction, page 3

I. Les titres et les syndicats patronaux, page 5

- 1) La Fédération de la Presse Périodique Régionale (FPPR)
- 2) La presse agricole et rurale
- 3) Titres non adhérents à ces groupements

Conclusion : Les titres et les syndicats patronaux, page 10

II. Place et statut de cette presse dans le paysage de la presse écrite française, page 13

- 1) Une presse très lue : le taux de pénétration de la presse hebdomadaire locale
- 2) Pourquoi la population des zones rurales porte-t-elle un si grand intérêt à la presse hebdomadaire ?
- 3) Comparaison de la presse régionale (quotidienne et hebdomadaire) avec la presse quotidienne nationale
- 4) Des ventes en baisse. Evolution des ventes et comparaison avec la presse quotidienne régionale
- 5) Négociation collective : la FPPR, une branche professionnelle vouée à disparaître ?
- 6) Le Web et Internet
- 7) Les aides de l'Etat à la presse, dont la PHR

III. PHR : propriété, chiffres d'affaires, marges, rachats, etc., page 29

- 1) Les propriétaires des titres
 - a) La presse hebdomadaire généraliste locale
 - b) La presse agricole et rurale
- 2) Les chiffres d'affaires et les résultats économiques
 - a) Les résultats économiques
 - b) La rentabilité
 - c) Le taux de profit

IV. Les employés, page 60

- 1) Les employés de la FFPR-SPHR
- 2) Les salaires et « les charges »
- 3) Le taux de surtravail
- 4) Journalistes

Conclusion, page 72

Introduction

Près de 9 000 publications bénéficient d'un certificat d'inscription en cours de validité¹ auprès de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). 5 % ressortissent de la presse d'information générale, 20 % des magazines, 15 % de la presse technique et professionnelle, 15 % de la presse étrangère et 45 % de la presse associative et syndicale.

Il sera question ici de la presse locale non quotidienne payante. Ce sont les journaux dont le champ de diffusion se limite à une partie, souvent quelques cantons ou un département, du territoire français, et qui paraissent une ou plus rarement deux fois par semaine. Ils font soit partie de la presse d'information générale, soit de la presse technique et professionnelle ou syndicale (pour la presse agricole départementale, par exemple).

Selon un article de Wikipedia, « au cours du XIXe siècle, la presse hebdomadaire régionale a connu jusqu'à 1 300 titres. 12 % des hebdomadaires existant encore aujourd'hui ont été créés avant 1848. »² Aujourd'hui, ils sont bien moins nombreux, nous allons le voir, puisqu'ils forment un peu plus de la moitié des 450 titres de la presse d'information générale, et une toute petite partie de la presse technique et professionnelle et de la presse syndicale. Il n'empêche qu'ils jouent un certain rôle, si ce n'est un rôle certain, dans la vie sociale.

Évidemment, quand on consulte la carte du parti de la presse et de l'argent³ concoctée par des journalistes du *Monde Diplomatique*, on ne retrouve presque aucune trace de la presse hebdomadaire régionale. Il y a bien, dans le coin en bas à droite, la mention de Publihebdos, la filiale des hebdomadaires du Groupe Ouest France, et du *Poher*, appartenant au Groupe Le Télégramme. C'est tout. C'est que, comme l'a expliqué un des auteurs de cette carte, il n'a été recensé que les médias « qui font l'opinion »⁴.

¹http://www.cppap.fr/rubrique.php?id_rubrique=5 consultée le 2 janvier 2017.

²https://fr.wikipedia.org/wiki/Presse_%C3%A9crite_r%C3%A9gionale_en_France consultée le 6 novembre 2016.

³<http://www.monde-diplomatique.fr/cartes/ppa> Qui possède quoi ? Consultée le 2 janvier 2017.

⁴<https://la-bas.org/les-emissions-258/les-emissions/2016-17/medias-francais-qui-possede-quoi> écoutée le

Sans doute la presse hebdomadaire régionale ne fait pas la Une des médias plus renommés. Pour autant, dire qu'elle n'a aucune influence sur la population serait à peine moins exagéré que de dire qu'elle est le principal vecteur de formatage idéologique, avant la famille, les enseignants via l'école, l'entreprise ou la télévision. Certaines statistiques présentes dans la suite de cette étude viendront préciser la place à laquelle pourrait prétendre la PHR dans le paysage culturel et médiatique de la France.

I. Les titres et les syndicats patronaux

Les titres de la presse hebdomadaire locale sont principalement regroupés au sein de la Fédération de la presse périodique régionale (FPPR) et du Syndicat de la presse agricole et rurale (SNPAR). Ce dernier syndicat est membre de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS).

La FNPS regroupe sept syndicats et 481 entreprises de presse éditant au total 1 749 publications (dont 456 en ligne), « ce qui représente environ 20 % de l'activité de l'ensemble de la presse française⁵ », selon un texte présent sur le site Web de la FNPS. Les autres syndicats de la FNPS sont le SPPRO (presse professionnelle), le SPCS (presse culturelle et scientifique), le SPEJP (presse économique, juridique et politique), le SPS (presse sociale), le SPEPS (presse des professions de santé) et le SPMS (presse magazine spécialisée diverse). Ils éditent des journaux qu'on ne peut classer comme faisant partie de la presse locale et qui pour la plupart n'ont pas de fréquence de parution hebdomadaire. Il n'en sera donc pas question ici.

Ajoutons que certains hebdomadaires ou périodiques locaux ne sont adhérents à aucune de ces structures.

1) La Fédération de la presse périodique régionale (FPPR)

La FPPR est issue de l'Union nationale de la presse périodique d'information (UNPPI), fondée en 1970. Elle a changé de nom et modifié ses statuts lors de son assemblée générale du 11 décembre 1992. La FPPR est composée de trois syndicats⁶ et regroupe en tout

⁵<http://www.fnps.fr/index.php?module=article&action=index&IDRubrique=1&IDArticle=1> consultée le 1^{er} novembre 2016

⁶<http://www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=229> consultée le 1^{er} novembre 2016

304 adhérents.

Le SNPJ. Créé en 1926, le Syndicat national de la presse judiciaire (SNPJ) est présidé par Bruno Vergé (responsable des *Petites Affiches*). Il regroupe 43 adhérents, des « personnes physiques ou morales propriétaires de journaux quotidiens ou périodiques habilités à recevoir les annonces judiciaires et légales (AJL) en France ou dans les départements d'outre-mer »⁷. Dans ces journaux, on retrouve les AJL, l'actualité juridique et fiscale et aussi des articles de doctrine. En province, certains titres adhérents ont pour vocation de décrire et d'analyser la vie économique de la région ou du département dans lequel ils sont édités. Ils sont surtout lus sur abonnement. Parmi les titres : *Les Affiches d'Alsace et de Lorraine*, *L'Essor Bigourdan*, *L'Hérault Juridique et Economique*, *Les Petites Affiches* (Paris), *La Vie Economique* (Bordeaux).

On dit parfois que certains des titres adhérant au SNPJ, dont la diffusion serait confidentielle, sont surtout pratiques pour les chefs d'entreprises qui veulent répondre aux obligations légales en termes de publicité et d'annonce légale sans que cela ne soit trop voyant. Cette remarque se heurte toutefois au fait que ces titres sont consultés par un lectorat composé en grande partie d'acteurs du monde économique, ce qui viendrait alors mettre un frein à cette velléité de discrétion. Il faudrait savoir si beaucoup de gens lisent les annonces légales et judiciaires dans les journaux grand public. D'après certaines études, parmi les rubriques réputées être très lues, il y a les faits divers, les avis de décès, les petites annonces, mais pas les annonces judiciaires et légales.

Le SNPR. Le Syndicat national des publications régionales (SNPR), présidé par François d'Heudières (responsable de *Rungis Actualités*) réunit 28 adhérents. Les entreprises membres éditent des publications inscrites à la CPPAP, paraissant en France et Outre-Mer au moins

⁷<http://www.snpj.fr/qui.htm> et <http://sphr.fr/Default.aspx?tabid=230> consultées le 1^{er} novembre 2016.

10 fois par an et ayant une diffusion régionale ou locale⁸. Exemple de titres : *le Journal des Propriétaires de l'île de Ré, l'Auvergnat de Paris, Journal du Bâtiment* ou encore *Objectif Aquitaine*.

Le SPHR. Le gros des troupes de la FPPR est constitué par le Syndicat de la presse hebdomadaire régionale (SPHR). Présidé par le Bordelais Vincent David (directeur du groupe PMSO liée au Courrier Français), il compte environ 235 adhérents. Ce sont des hebdomadaires régionaux ou départementaux. Seuls l'Aube, l'Aude, la Creuse... et les départements d'outre-mer ne comptent aucun adhérent au SPHR, ce qui ne veut pas dire que n'y sont pas édités des hebdomadaires (ainsi à Mayotte avec *Mayotte Hebdo*).

Sur le site Web du SPHR, on peut découvrir l'historique de ce syndicat. Son plus lointain ancêtre a été créé après la Seconde Guerre mondiale : le Syndicat national de la presse périodique de province. En 1972, le ministère des Finances envisageant de priver les publications périodiques locales de certains avantages fiscaux, les titres faisant de l'information auraient, selon le SPHR, décidé de se mobiliser. Ils créent un nouveau syndicat, en 1973 : le Syndicat national de la presse hebdomadaire régionale d'information. Celui-ci prend son nom actuel en 1991.

Il existe une association régionale en Bretagne : l'Aphib, l'association des hebdomadaires bretons. Elle réunit 16 titres dans 4 départements bretons, 23 dans les 5 départements de la Bretagne historique et 28 dans 8 départements de Bretagne et Pays-de-la-Loire. Elle revendique 1 300 000 lecteurs⁹.

Parmi les titres de la presse hebdomadaire locale, certains sont adhérents de **L'Association de la presse catholique régionale**. Fondée en 1946, l'APCR rassemble 20 hebdomadaires régionaux produits par 8 éditeurs différents. Ses adhérents (*le Courrier français, la Vie*

⁸<http://www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=231> consultée le 1^{er} novembre 2016

⁹<http://www.aphib.fr/les-adh%C3%A9rents/> consultée le 10 novembre 2016.

Corrézienne, etc.) partagent chaque semaine une page d'informations nationales et des pages de télévision¹⁰. Ils sont pour la plupart membres du SPHR. Le président du SPHR est, on l'a vu, directement issu de cette mouvance. Un signe de l'influence de l'Eglise dans cette forme de presse ?

La PHR est également parfois qualifiée de presse de droite. Le principal titre de la PHR, *La Manche Libre*, est de notoriété publique un journal détenu par une famille de droite. Il a ainsi tout simplement appelé à voter Sarkozy aux élections présidentielles de 2007 et 2012.

Dernière remarque, sans lien avec la précédente : un journal généraliste est un ancien titre de presse agricole et rurale. Il s'agit de *Haute-Provence Info*, qui était jusque dans les années 1990 *L'Action paysanne*. Peut-être y en a-t-il d'autres dans ce cas.

2) La presse agricole et rurale

Présidé par André Dremaux (*Le Syndicat Agricole*, Hauts-de-France), le Syndicat de la presse agricole et rurale regroupe près de 150 titres répartis dans trois formes de presse : la Presse agricole et rurale départementale et régionale, la Presse agricole nationale et la Presse cynégétique et rurale. Son origine remonte au 14 mai 1920 avec la naissance du Syndicat de la presse technique et professionnelle de l'industrie du commerce et de l'agriculture de France. Il devient, en 1939, le Syndicat de la presse technique périodique des sciences, du commerce et de l'agriculture, puis, en mars 1945, le Syndicat national de la presse agricole et du monde rural.

Le groupe Réussir SA est constitué par 43 éditeurs associés. Y sont liés 40 titres de presse agricole départementale, membres du SNPAR, qui couvrent 59 départements, pour une

¹⁰<http://www.medias-catholiques.fr/decouvrez-les-medias-catholiques/decouvrez-la-presse-regionale/lassociation-de-la-presse-catholique-regionale-apcr> ou <http://www.medias-catholiques.fr/decouvrez-les-medias-catholiques/decouvrez-la-presse-regionale/les-titres-adherents>, consultées les 1er et 3 novembre 2016.

diffusion globale de 213 000 exemplaires chaque semaine, selon le groupe¹¹. Il propose aussi 9 revues nationales spécifiques concernant une production donnée (Réussir Bovin viande, Porc, Bovin lait, Pâtre, etc.).

Ces journaux sont souvent la propriété de syndicats agricoles, notamment des fédérations départementales de la FNSEA. Certains reflètent les positions de ces syndicats, et sont peu ouverts aux informations émanant d'organisations concurrentes, d'autres sont plus ouverts.

3) Titres non adhérents à ces groupements

Dans *PHRases* n° 21 de juin 2016, il est recensé 272 titres de PHR¹². Le SPHR ne comptant qu'environ 235 adhérents, cela montre qu'une quarantaine de journaux au moins n'en sont pas membres.

Comme il a déjà été dit plus haut, les quelques hebdomadaires publiés en Outre-Mer ne sont pas adhérents. Les hebdomadaires et périodiques liés à des partis politiques (le parti communiste dispose par exemple d'une presse hebdomadaire locale¹³), ou à des syndicats ne le sont pas non plus, pour la plupart, même s'il y a des exceptions, comme *Liberté hebdo*, dans le Nord, adhérent du SPHR. Mais, hormis celui-ci, ces journaux politiques ne sont pas comptabilisés dans les 272 titres de PHR recensés dans la revue évoquée plus haut.

Il existe aussi des titres généralistes qui ne sont pas adhérents, par exemple *L'Echo du Ribéracois*, en Dordogne, le *Réveil de Tarn-et-Garonne* ou *La Semaine du Pays Basque*, dans les Pyrénées-Atlantiques.

¹¹<http://www.reussir.fr/public/index.php?a=nos-titres> consultée le 3 novembre 2016.

¹²A signaler que, dans *PHRases* du 31 mai 2012, il est recensé 283 titres de PHR. Cela semble indiquer qu'il y a une baisse du nombre de titres de presse.

¹³<http://www.humanite.fr/node/350133> consultée le 3 novembre 2016, <http://nouvelles82.blogspot.fr/> consultée le 13 décembre 2016.

Conclusion : les titres et les syndicats patronaux

Pourquoi ces éditeurs se regroupent-ils en syndicats ? Le SPHR explique que cela vise à « promouvoir les intérêts de la profession auprès des pouvoirs publics, de l'interprofession, et des acteurs du marché publicitaire ».

Il semble qu'une des premières raisons soit économique : en adhérant à ces groupements, comme le SPHR, les patrons de presse bénéficient de publicités négociées par le syndicat auprès de gros annonceurs (marques de voitures, grandes surfaces, etc.). Cela constitue un apport incontournable pour la trésorerie de la plupart de ces titres. L'indépendance vis-à-vis des puissances de l'argent n'est probablement pas la première priorité des propriétaires de ces journaux.

Au niveau de la presse agricole, il existe plusieurs régies publicitaires, notamment Réussir¹⁴ et ATC¹⁵.

Le regroupement dans un syndicat permet aussi à ses adhérents de réfléchir ensemble à l'avenir de cette presse, qui connaît certaines problématiques communes à tous les titres. Des congrès ont lieu régulièrement (tous les ans pour le SPHR). Ils y évoquent évidemment, que ce soit en séance ou lors des à côtés, les questions salariales, les problèmes liés à la main d'œuvre. Le SPHR édite également un bulletin avec des étudiants en journalisme à l'occasion (*PHRases*, déjà évoqué).

Parmi les menaces pesant sur cette presse, citons la détérioration de la qualité du service postal. Des journaux arrivent fréquemment en retard chez les abonnés par rapport au jour de livraison prévu. Cela provoque des désabonnements qui ne se retrouvent pas forcément dans les ventes au numéro. Cette question est préoccupante pour un certain nombre de journaux qui ont beaucoup d'abonnés (des pertes de 5 % d'abonnés sur un an peuvent exister).

¹⁴<http://lait.reussir.fr/public/index.php?a=Le-groupe-reussir> consultée le 10 novembre 2016

¹⁵http://www.lesechos.fr/30/12/2009/LesEchos/20583-091-ECH_atc-ancre-ses-publications-dans-les-terroirs.htm est-ce le même ?

Une autre menace souvent évoquée est la perte de chiffre d'affaires publicitaire qui pourrait être provoquée par la disparition des annonces légales et judiciaires (AJL), suite à une éventuelle réforme en ce sens. Diverses entités politiques (Etat, Europe) plancheraient sur une réforme des AJL qui aurait pour effet de transférer ce marché sur le Web. Cela fait des années que des rumeurs sur une possible réforme circulent. C'est une crainte fréquemment évoquée par les patrons de presse.

Il existe aussi des intermédiaires entre les journaux et les diffuseurs d'AJL. Ils prennent une commission sur le prix de l'AJL, diminuant d'autant la part qui revient au journal.

Autre risque pouvant amener à une diminution des ventes : un contenu de mauvaise qualité, ou ne convenant plus au lectorat (vaste sujet). La qualité du contenu est importante, selon certains patrons de presse hebdo parmi les plus influents. Ainsi, voici ce qu'a déclaré le PDG de Sogemedia, Jean-Pierre Vittu de Kerraoul, aux Assises du journalisme à Tours du 15 au 17 mars 2017¹⁶ : « Quelle connerie de dire que le papier est condamné ! Nous ne sommes pas face à une problématique de support, mais de contenu. Nous devons donc être utiles et donner du plaisir au lecteur, aujourd'hui, demain et dans 10 ans ! L'enjeu réside dans cette capacité de renouveau des publications pour fidéliser le lecteur et attirer le non-lecteur. Car c'est lui la cible. Par conséquent, il convient de maintenir un niveau de contenu de qualité ». Tout cela ne va pas sans professionnels compétents et donc bénéficiant de conditions de travail et de rémunérations à la hauteur...

Autre facteur de diminution des ventes : la concurrence des nouveaux médias. La presse a bien sûr continué à exister après l'apparition de la radio, de la télévision. Mais elle a dû partager son rôle d'information et de divertissement. Le Web et les autres formats numériques sont un nouveau concurrent qui grignotent évidemment une partie du marché potentiel. L'apparition du Web 2.0 vient aussi bouleverser le paysage de l'information et les rapports

¹⁶<http://club-presse-nantes.com/2017/03/linformation-10-ans-de-technologie-doute-de-qualite-surement/> consultée le 24 mars 2017.

entre les sources, les journalistes et le public¹⁷.

¹⁷Lire *Journalisme 2.0 - nouvelles formes journalistiques, nouvelles compétences*, La Documentation française, 2012, de et sous la direction de Rémy Le Champion.

II. Place et statut de cette presse dans le paysage de la presse écrite française

1) Une presse très lue : le taux de pénétration de la presse hebdomadaire locale

Voici ce qu'on peut lire sur le site du SPHR : « Chaque semaine en France, plus de 7,3 millions de personnes lisent au moins un titre de presse hebdomadaire régionale, soit plus de 15 % de la population âgée de 15 ans et plus. En 2015, sur 12 mois, 21,7 millions de personnes ont lu au moins un exemplaire de PHR. Ils sont [*presque, ndlr*] autant de femmes (50,1 %) que d'hommes (49,9 %). Près de la moitié du lectorat a moins de 50 ans (44 %). L'âge moyen d'un lecteur d'hebdomadaire régional est de 52 ans. Ils sont d'ailleurs actifs à 55 %. 36 % d'entre eux vivent dans des villages de moins de 2 000 habitants, un tiers dans des villes de 2 000 à 50 000 habitants et un dernier tiers dans des villes de plus de 50 000 habitants. Avec 7 535 000 lecteurs réguliers (au moins trois hebdomadaires par mois), la PHR est un média qui rassemble. Son information d'hyper proximité, souvent exclusive, satisfait ses lecteurs. 54 % d'entre eux sont des lecteurs exclusifs qui ne lisent pas de quotidien régional. 82 % d'entre eux ne lisent pas de quotidien national. Un hebdomadaire régional est repris en moyenne 2,9 fois, un chiffre supérieur aux quotidiens, qu'ils soient régionaux (2,0 fois) ou nationaux (2,2 fois).¹⁸ »

Dans son Annuaire 2016, le SPHR annonce un tirage hebdomadaire de 1,5 million d'exemplaires pour 255 adhérents répartis dans 91 départements. Mais quand on compte le nombre de titres recensés dans les pages, on n'en trouve que 234, y compris *La Libération du Comminges* (Haute-Garonne), qui a fermé fin 2016. Dans certains départements ruraux, on dit que l'hebdomadaire local est dans tous les foyers. Ce n'est certainement plus tout à fait vrai, avec la concurrence d'autres médias, notamment numériques. Mais l'implantation demeure. Un indice

¹⁸<http://www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=358> consultée le 5 novembre 2016

peut être le choix fait par les annonceurs locaux. Ils ne se trompent pas quand ils choisissent tel ou tel média. Ils prennent de la pub dans celui qui est lu, celui dont leurs clients vont leur parler. « Tiens, j'ai vu votre pub dans XXX ! ». Pour des entreprises de taille modeste (petits commerces, producteurs locaux, etc.), le tarif des publicités dans un quotidien régional peut aussi être un frein amenant à choisir de passer plutôt un encart dans un hebdomadaire.

La presse agricole et rurale (PAR) vante également son taux de pénétration. « Elle jouit d'une pénétration particulièrement élevée (plus de 90 %). Ses lecteurs potentiels sont en diminution », peut-on lire sur le site du SNPAR. Dans ce contexte de diminution du lectorat potentiel, certains titres ne traitent plus uniquement l'actualité agricole-agricole mais évoquent aussi les sujets économiques ou sociaux pouvant intéresser un plus large public. Signalons aussi qu'une partie de cette PAR n'est vendue que sur abonnement, quand d'autres de ces titres font le choix coûteux d'apparaître également dans les kiosques.

Dans son Annuaire 2016, le SPHR annonce que l'âge moyen du lecteur de l'hebdo local est de 52 ans. Il compte 43,7 % de lecteurs retraités. La PHR, un média de vieux ? En général, concernant la concurrence du Web et du numérique, certains éditeurs soulignent que le déclin de la PHR était déjà évoqué ou annoncé dans les années 1980. Il se disait déjà, à l'époque, que les jeunes ne lisaient plus la presse, que les ventes allaient baisser, etc. Une autre hypothèse plus optimiste, si l'on peut dire, est que la population va compter de plus en plus de personnes âgées (à cause de l'augmentation de l'espérance de vie connue depuis des décennies), ce qui va permettre de maintenir le lectorat. Le média Papier est également considéré comme plus pratique que des formats numériques par une grosse partie du lectorat, et pas seulement par des personnes d'un certain âge. Ceci dit, le problème de ne pas perdre trop le contact avec les jeunes générations, ou avec les geeks accrocs aux écrans, se posent. Ce problème est probablement en grande partie celui du contenu mais est lié aussi à d'autres enjeux (évolution idéologique, concurrence des autres supports).

2) Pourquoi la population des zones rurales porte-t-elle un si grand intérêt à la presse hebdomadaire ?

En 2006, dans son manuel *Localement Vôtre*¹⁹, dédié au travail de journaliste localier, Patrick Bégulier évoquait rapidement la presse hebdomadaire régionale : « Avec ses 250 titres, la PHR semble, pour l'heure, naviguer sur des eaux plus calmes. D'abord elle joue à fond la carte géographique et humaine. Elle irrigue un « territoire affectif » de plusieurs cantons, un « pays », en ignorant les divisions administratives que sont le département ou la région. Même lorsqu'ils multiplient les éditions, les quotidiens parviennent difficilement à faire de la microlocale, à pousser l'effort jusque dans les méandres de la vie sociale, associative, culturelle, sportive, de nos communes. Un tel enracinement permet de résister aux vents fous de la modernité. Ca remue quand même dans les branches et des remises en cause s'avèrent nécessaires. »

Dans leur article « Presse locale et organisations territoriales : la Presse hebdomadaire régionale », paru dans les *Annales de Géographie* en 2001, Michel Bussi, Hélène Debeaurain et Sylviano Freire-Diaz écrivent : « La PHR se différencie encore fortement des éditions locales d'un grand quotidien régional à la fois par son expérience du terrain et par une identification forte d'un lectorat à un titre local et non à quelques pages ciblées dans un quotidien écrit ailleurs. Le rythme hebdomadaire est lui-même pour cette forme de presse plus attractif que la presse quotidienne. Il permet une économie financière tout en donnant au journal une durée de vie et donc de lecture plus longue et plus souple. »²⁰

Plus loin, ces mêmes auteurs estiment que, dans sa lecture du journal, « le lecteur s'identifie peu au bloc régional, qui semble néanmoins indispensable par la crédibilité qu'il apporte au journal. L'attention du lecteur se porte avant tout sur les informations micro-locales et pratiques (petites annonces, sports, loisirs, nécrologie...).

¹⁹Bégulier Patrick, *Localement Vôtre*, CFPJ éditions, 2006, p.25.

²⁰Presse locale et organisations territoriales : la Presse Hebdomadaire Régionale, Michel Bussi, Hélène Debeaurain, Sylviano Freire-Diaz, *Annales de Géographie*. 2001, t. 110, n°619. pp. 284-302.

Cette fonction informative micro-locale est la plus évidente et la plus critiquée (description strictement factuelle d'événements locaux a priori sans grand intérêt, tels les galettes des rois, les voyages des anciens, le tournoi de dominos, l'arbre de Noël, les faits-divers). « Elle suit deux logiques spatiales et temporelles. Le lecteur adopte spontanément une lecture concentrique. Selon une logique géographique, il se place au centre du journal et hiérarchise spatialement ses centres intérêts : l'éloignement de l'information vis-à-vis de sa commune de résidence implique une lecture moins soutenue ou plus thématique selon des centres d'intérêts particuliers et non territoriaux. La lecture régulière de l'hebdomadaire régional s'inscrit également dans une logique cumulative d'informations et de capitalisation d'éléments de connaissance. Si un lecteur irrégulier pourra trouver l'information décontextualisée et donc sans intérêt, sans sens, un lecteur assidu n'aura pas le sentiment de perdre son temps. Il sédimente une information qui lui permet ensuite de la vérifier et de la confronter à sa connaissance accumulée du microcosme local.²¹ »

Egalement, plus loin : « L'hebdomadaire, en citant des lieux, des noms, des associations, en photographiant des visages ou des paysages, leur donne une existence, voire même une légitimité. L'attention portée par le lecteur à des informations qui pourraient être jugées comme anecdotiques relève d'une vérification d'une existence sociale particulièrement sensible face la multiplication de l'offre de l'information, toutes échelles confondues... »²²

Cette présence de la presse hebdomadaire dans les foyers français, notamment ruraux, est remarquable à plusieurs titres. Tout d'abord, elle est généralement la forme de presse populaire par excellence, celle qui tombe entre les mains des habitants même les moins poreux à la question écrite et à l'information (par opposition au divertissement) par l'écrit. Nous parlons ici des régions où le journal local « de masse » est un hebdomadaire et non un quotidien. Il y a évidemment de nombreuses régions où le média écrit populaire « de

²¹ Presse locale et organisations territoriales : la Presse Hebdomadaire Régionale, Michel Bussi, Hélène Debeaurain, Sylviano Freire-Diaz, Annales de Géographie. 2001, t. 110, n°619. pp. 284-302.

²² Presse locale et organisations territoriales : la Presse Hebdomadaire Régionale, Michel Bussi, Hélène Debeaurain, Sylviano Freire-Diaz, Annales de Géographie. 2001, t. 110, n°619. pp. 284-302.

référence » est un quotidien, et le niveau des ventes de ces titres de PQR/D le prouve. Mais dans les régions où ce n'est pas le cas, et elles sont nombreuses, les populations sont très éloignées de la presse quotidienne, y compris régionale. A cela des raisons de coût (1 euro minimum par jour est une somme non négligeable pour un budget moyen, sans parler des budgets modestes), nous le verrons plus loin, mais aussi des raisons de temps et d'intérêt. Manque de temps dans une journée où il faut travailler, s'occuper des tâches ménagères, des enfants, des autres loisirs, du repos, etc. Manque d'intérêt également pour des pans entiers de la population qui s'intéressent aux questions d'actualité nationale et internationale, voire régionale, seulement via les médias TV, radio ou Web (pour les jeunes générations notamment). Pour ceux-là, toutes les pages régionales, nationales des quotidiens sont perdues, et il ne reste au final que quelques pages qui sont attractives.

Évidemment, si on leur donne gratuitement un journal quotidien régional, ces personnes le reconnaîtront et seront fières de le consulter. Elles pourront à l'occasion l'acheter quelques fois par an, pour des raisons précises (résultats du bac, décès d'un proche, naissance d'un enfant, photo du fils ou de la fille en pages Sports, etc.). Mais elles n'en deviendront pas des lecteurs assidus. Ces catégories de population sont par contre intéressées à avoir entre les mains chaque semaine le « vieux » journal local, lu par leurs parents et leurs grands-parents, avec ses rubriques incontournables : les décès, les sports, les petites annonces (certes concurrencées par le Web, en partie), les photos d'articles où l'on repère les têtes connues... Ce journal peut diffuser un sentiment d'appartenance local. Par sa bonne tenue, il permet à certains publics peu enclins à la lecture de faire partie du monde lisant, « des lettrés », sans se faire bien sûr trop d'illusions (cette hypothèse peut apparaître cynique). Le rôle de média populaire de cette PHR n'est donc pas à perdre de vue.

Ceci étant dit, il y a donc plus que jamais urgence à améliorer les conditions de travail et le niveau de rémunération de ceux qui réalisent le contenu de ces journaux de PHR : et en premier lieu les journalistes. Ces journalistes de presse locale hebdomadaire ont en un sens

une responsabilité citoyenne encore plus grande que ceux de la presse quotidienne régionale, sans parler de la nationale. On peut sur ce plan les comparer aux journalistes des grands médias populaires (télévision nationale ou régionale, certaines radios). Ces journalistes de PHR/D peuvent toucher « le pays profond » plus que les journalistes de PQR, sans parler de ceux de PQN.

Or, quand on voit le niveau de rémunération de ces journalistes, et des autres catégories de salariés de ces entreprises, on ne peut qu'être étonné et considérer que les employeurs de la PHR ne sont pas à la hauteur des enjeux démocratiques. Encore faut-il évidemment considérer que la presse locale a des devoirs démocratiques ! Mais elle doit bien en avoir puisqu'elle bénéficie de diverses aides de l'Etat (TVA réduite, affranchissement, aide au pluralisme, etc.) à ce titre. Nous verrons cela plus loin.

3) Comparaison de la presse régionale (quotidienne et hebdomadaire) avec la presse quotidienne nationale

Comparant la presse régionale (quotidienne et hebdomadaire) et la presse quotidienne nationale Michel Bussi, Hélène Debeaurain et Sylviano Freire-Diaz écrivent : « Si avant la Seconde Guerre mondiale, la part de diffusion régionale des quotidiens nationaux était nettement supérieure à celle des quotidiens et des hebdomadaires régionaux, la Presse quotidienne nationale n'est désormais la première forme de presse diffusée qu'en Ile-de-France et tend donc progressivement à ne devenir qu'une presse francilienne, donc régionale. Ainsi, avec 68 000 journaux diffusés, le premier hebdomadaire régional, *la Manche Libre*, possède davantage de lecteurs en France que *l'Humanité* (environ 55 000 journaux diffusés). Au-delà de la perte générale d'influence d'une presse revendiquant une proximité partisane forte (*Libération*, *Le Figaro*, *L'Humanité*), on peut alors se demander si cette évolution géographique originale s'explique par le fait que l'information nationale soit désormais traitée

en profondeur par d'autres formes de médias (télévision, radio), à l'inverse de l'information régionale et locale, ou si elle est réellement la marque d'une revendication croissante de régionalisme voire de localisme. En tous les cas, le passage récent d'une presse et donc d'un lectorat divisés en opinions nationales à une presse divisée en consensus territoriaux (presse régionale et locale « apolitique ») nous semble illustrer une évolution majeure de la société : le passage d'une société de classes peu territorialisée à une société basée sur des représentations spatiales multiéchelles aussi bien locales que mondiales.²³ » Selon nous, cette dernière phrase en dit plus sur l'opinion de ses auteurs que sur la réalité.

Ajoutons que, selon le SPHR²⁴, le lectorat des hebdomadaires locaux « privilégie son hebdomadaire aux autres sources d'informations écrites. 53,5 % ne lisent pas de quotidien régional et l'immense majorité ne lit pas de quotidien national (82,1 %) ». Cela souligne la responsabilité des ces journaux à fournir une information objective et propre à éclairer les lecteurs sur leurs choix en matière civique. Ceci dit, la crise de la presse, sur le plan de ses ventes, atteint également la presse hebdomadaire locale, comme on va le voir avec le chapitre suivant.

Un autre facteur, déjà souligné, qui pourrait expliquer la vitalité de la presse hebdomadaire : son prix. « Vous sortez 1 euro ou 1,40 euro le vendredi ou le samedi, et vous avez l'essentiel de la semaine, avec souvent plus de détails ! Vous tenez un journal épais dans vos mains, avec de quoi lire le week-end ! Pour la bourse, c'est intéressant ; pour la tête, c'est reposant. Si vous souhaitez en savoir plus sur ce qui se passe dans le vaste monde, il vous reste un peu de monnaie pour acheter un news ou un quotidien national. Voilà pour l'équation ! », décrit Patrick Béguier²⁵.

4) Des ventes en baisse. Evolution des ventes et comparaison avec la presse quotidienne

²³ Presse locale et organisations territoriales : la Presse Hebdomadaire Régionale, Michel Bussi, Helene Debeaurain, Sylviano Freire-Diaz, Annales de Géographie. 2001, t. 110, n°619. pp. 284-302.

²⁴ Annuaire 2016 du SPHR.

²⁵ Béguier Patrick, *Localement Vôtre*, CFPJ éditions, 2006, p. 26.

régionale

Contrôle des ventes ou non ?

L'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM, ex OJD, Organisme de justification de la diffusion) a pour mission de contrôler les tirages et les ventes des médias. Concernant la PHR, on peut constater que 182 supports (dont 173 titres) sont contrôlés²⁶, soit 63 % des titres de la SPHR. Il y a à ce niveau un décalage avec l'affirmation présente sur le site du SPHR annonçant que « 83 % des journaux de PHR sont contrôlés par l'OJD »²⁷. Peut-être cela signifie-t-il que certains sont contrôlés mais préfèrent garder les chiffres secrets ?

L'évolution des ventes.

Pour commencer, un petit point sur le contexte général de la presse papier payante grand public en France²⁸. Nous laissons de côté ici la presse professionnelle, qui comprend cependant, rappelons-le, la presse agricole et rurale locale. Mais cela ne change pas grand-chose car la presse professionnelle pèse seulement 0,90 % du total des journaux diffusés en 2015. Le site Web d'information *FranceSoir* indique, en septembre 2016, que selon une étude de l'ACPM, « 95 % de la population française déclare lire chaque mois au moins un titre de presse papier, et 61 % en lit un chaque jour, dont 39 % au moins un quotidien et 45 % au moins un magazine. 71 % des français lisent aussi au moins une marque de presse en version numérique, dont 46 % sur mobile.²⁹ »

En 2015, la presse payante grand public a diffusé environ 3,48 milliards de journaux, dont la

²⁶<http://www.acpm.fr/Chiffres/Diffusion/La-Press-Payante/Presse-Hebdomadaire-Regionale> consultée le 5 novembre 2016.

²⁷www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=361 consultée le 5 novembre 2016.

²⁸<http://www.monde-diplomatique.fr/cartes/ppa> Qui possède quoi ? Consultée le 14 novembre 2016.

²⁹<http://www.francesoir.fr/culture-medias/les-ventes-de-la-presse-papier-encore-en-baisse> consultée le 6 novembre 2016.

grande majorité ont été payés³⁰. Dans ce nombre, la PHR n'est qu'une petite partie, même si ici sa part est probablement minorée car tous les journaux hebdomadaires ne sont pas à l'OJD (mais c'est peut-être aussi le cas des autres types de presse, magazine, quotidienne, etc, auquel cas cette remarque n'est pas fondamentale). La PHR représente ainsi 1,89 % des journaux vendus en France en 2015 (ce qui fait quelque 65,78 millions de journaux de presse hebdomadaire locale vendus). Les magazines en représentent 41,46 %, la presse quotidienne départementale et régionale 39,67 % et la presse quotidienne nationale 11,88 %.

Évidemment, les journaux de la PQR et de la PQN sortent 5, 6 ou 7 fois par semaine, contre une seule fois (voire deux dans de très rares cas) pour la PHR/D. Il y a dès le départ une modération à apporter sur l'influence de ces presses sur le lectorat. Si l'on divise le nombre de ventes par les jours de parution, on obtient une diffusion de 1,27 million chaque semaine pour la PHR/D. Si l'on fait de même pour la PQR, on obtient 4,42 millions de journaux diffusés chaque jour de parution. Ces chiffres indiquent bien la place que la PHR occupe dans le contexte économique national des journaux papier.

Sur son site, le syndicat de la PHR précise ceci : « La diffusion moyenne d'un journal [adhérent du SPHR] est de 6 833 exemplaires pour un tirage moyen de 8 149 exemplaires »³¹.

Si l'on étudie les chiffres de diffusion 2015/2016 de la PHR contrôlée, seuls 23 des 182 supports ont vu leurs ventes augmenter sur la période (entre 0,05 % et 37,08 %) par rapport à 2014/2015. Douze autres titres n'ont pas communiqué leurs résultats (il est indiqué « NC » dans la colonne diffusion). Ainsi 147 titres sur 182, soit 80,77 %, ont vu leurs ventes régresser (de -0,29 % à -21,05 %). Au niveau de la variation de la diffusion, le titre qui se situe au milieu du classement (91^e sur 182) des baisses est *La Manche Libre*, avec - 3,53 % en 2015/2016 par rapport à 2014/2015.

Ces données confirment le constat d'une baisse des ventes de la PHR/D, et ce depuis des

³⁰<http://www.acpm.fr/L-observatoire/Presse-Payante-Grand-Public#repartitions> consultée le 5 novembre 2016.

³¹www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=361 consultée le 5 novembre 2016.

années.

Le titre de PHR le plus vendu demeure justement cet hebdomadaire normand, *La Manche libre*, avec 63 474 exemplaires par semaine en 2015/2016, loin devant *Le Courrier Cauchois*, toujours en Normandie, avec 32 617 exemplaires par semaine (- 3,88 % en 2015/2016). Le 20^e hebdomadaire le plus diffusé, *L'Ami du peuple hebdo*, en Alsace et en Moselle, diffuse 12 439 exemplaires par semaine (- 5,29 %) en 2015/2016. Le centième le plus diffusé est *La Thiérache*, Aisne, avec 4 961 exemplaires par semaine (- 2,20 %) en 2015/2016.

Parmi les plus petites diffusions, *La Vie Nouvelle*, en Haute-Savoie, a diffusé 1 106 exemplaires en 2015/2016 (- 7,37 %) et *L'Essor Savoyard*, en Savoie, 1 212 (- 1,85 %).

Si l'on recherche le titre qui est à la médiane en terme de diffusion, on tombe sur *L'Echo d'Ancenis et du Vignoble*, Loire-Atlantique, qui a diffusé 5 422 exemplaires en moyenne chaque semaine en 2015/2016 (en baisse de 3,76 %).

Les diffusions de certains titres de la presse agricole départementale sont également contrôlées par l'ACPM³². Comme pour la PHR, leur situation est variable. Mais comme le précise le SNPAR, le public visé, et donc le lectorat, est en diminution globale, étant donnée la baisse régulière depuis des décennies des effectifs d'agriculteurs en France. Ceci dit, le lectorat potentiel, s'il englobait les salariés agricoles et les ruraux en général, serait grand. Mais ce serait au prix d'une sérieuse évolution idéologique dont sont loin certains éditeurs, notamment liés à la FNSEA.

La grande sœur de la PHR, la PQR/D.

Selon le syndicat de la presse quotidienne en région (SPQR), ce type de presse a vendu 4,8 millions d'exemplaires chaque jour et a réuni 18 millions de lecteurs quotidiens, 64 titres

³²<http://www.acpm.fr/Chiffres/Diffusion/La-Press-Payante/Presse-Professionnelle> consultée le 5 novembre 2016.

et 430 éditions, ce qui en fait « le premier vecteur d'information et le premier lien social en France »³³. Cette dernière phrase peut être relativisée puisque, comme on l'a vu, selon une statistique du SPHR, plus de 50 % des lecteurs de la SPHR ne lisent jamais la PQR, et plus de 80 % de ces mêmes lecteurs ne lisent jamais la PQ nationale.

L'ACPM recense 67 supports dans cette catégorie, dont 54 titres en tant que tel³⁴. Le nombre de quotidiens régionaux était de 150 à la Libération en 1945³⁵. L'évolution est donc à la baisse. Au niveau du tirage, le plus gros est celui du quotidien *Ouest France*, qui affiche une diffusion de 687 527 journaux par jour en 2015/2016, en baisse de 2,30 % par rapport à 2014/2015. Ce journal est suivi par *Sud Ouest* avec 243 251 journaux vendus (- 3,70 %) en 2016 et par *La Voix du Nord*, avec 217 106 journaux vendus (- 4,58 %), en 2015/2016. Dans le classement de la PQR, le plus gros hebdomadaire, *La Manche Libre*, se situerait en 20^e position, avec ses 63 474 exemplaires – mais seulement une fois par semaine, contre six pour les titres de PQR/D.

Il faut relativiser l'impression d'une domination écrasante de la PQ/D sur la PHR/D. Ainsi, un titre de presse hebdomadaire n'est souvent diffusé que sur un département ou une portion de département, contrairement à un titre de PQR/D.

Ensuite, les habitudes de lecture diffèrent d'un secteur à l'autre, comme on l'a déjà rapidement évoqué plus haut. En Roussillon, la population lira plus volontiers un quotidien, *L'Indépendant*, alors qu'en Sarladais, les habitants seront abonnés ou achèteront plutôt un hebdomadaire, *L'Essor Sarladais*, et dédaigneront le très girondin et bordelais *Sud Ouest*, sans parler de son modeste concurrent communisant *L'Echo de la Dordogne*. Il y aura aussi des publics différents pour chaque presse dans chaque territoire. C'est l'histoire de chaque région

³³<http://www.upreg.fr/chiffrescles/> consultée le 6 novembre 2016.

³⁴<http://www.acpm.fr/Chiffres/Diffusion/La-Press-Payante/Presse-Quotidienne-Regionale> consultée le 6 novembre 2016.

³⁵<http://www.la-croix.com/Culture/Medias/La-presse-quotidienne-regionale-un-secteur-en-crise-2015-03-30-1297025> consultée le 6 novembre 2016.

qui en a décidé ainsi. Pour pouvoir comparer plus finement, il faudrait que l'ACPM publie les diffusions des éditions de chaque journal de PQR.

Pour revenir à la PQR, l'évolution des ventes est également à la baisse, et ce depuis des années. C'est encore plus marqué que pour la PHR, puisque aucun titre n'a vu ses ventes progresser en 2015/2016. Sur 54 titres, le milieu du classement des moins fortes baisses est occupé par *L'Alsace* (27^e) et par *Le Petit Bleu du Lot-et-Garonne* (28^e) avec chacun - 3,51 % en 2015/2016 par rapport à 2014/2015.

5) Négociation collective : la FPPR, une branche professionnelle vouée à disparaître ?

Le SPQR (appelé désormais La Presse en régions) souligne également qu'avec l'avènement du Web, ses adhérents « n'ont jamais eu autant de lecteurs et jamais eu aussi peu de ventes ».

Selon le rapport 2015 du SPQR, ce syndicat aurait pour objectif de se réunir avec le SPHR. Dans un communiqué de janvier 2017, la CFDT-Journalistes évoque cette possible réunion : « Faut-il encore soutenir la branche PHR ou la laisser se faire absorber par une nouvelle structure « Presse en régions », qui pourrait regrouper les quotidiens régionaux, départementaux et les hebdomadaires ? »³⁶.

Cette réflexion se développe alors que l'avenir de la branche professionnelle FPPR elle-même est remis en cause. Dans un article paru début 2016³⁷, on peut lire que « le rapport Quinqueton dévoile la feuille de route imaginée pour restructurer en profondeur les branches professionnelles. L'objectif affiché est de taille : il s'agit de passer de 700 branches aujourd'hui, à une centaine dans dix ans. Toutes les branches sont concernées, des plus petites, trop isolées, aux plus grandes, trop fragmentées. »

³⁶<http://www.journalistes-cfdt.fr/fppr-%E2%80%93-phr-nouvelle-grille-des-journalistes-le-compte-ny-est-pas> consultée le 14 février 2017.

³⁷http://www.editions-tissot.fr/actualite/droit-du-travail-article.aspx?secteur=PME&id_art=7249&titre=Conventions+collectives+%3A+le+chantier+de+restructurati+on+des+branches+professionnelles+est+lanc%C3%A9 consultée le 19 février 2017.

Pour ce faire, le conseiller d'Etat « Patrick Quinqueton reprend une préconisation du rapport Combrexelle du 9 septembre 2015 : rattacher, dans un délai de 3 ans, toutes les branches qui représentent moins de 5 000 salariés à une convention collective d'accueil. Une opération qui conduirait quelque 400 branches (hors agriculture) à se regrouper avec d'autres, soit la moitié des branches existantes. » La FFPR est concerné, regroupant moins de 5 000 employés (journalistes, ouvriers, employés, cadres).

« Le but étant de définir des branches d'une taille qui, sauf exception, ne descendrait pas en dessous de 50 000 salariés. Enfin, dans un second temps, les branches fusionnées disposeraient d'un délai de 15 mois pour négocier un nouvel accord (« accord de convergence »). »

Si fusion il y avait, il faudrait que les salariés y gagnent. Si la grille de salaire de la FFPR pouvait être alignée sur celle de la PQR, bien meilleure comme on le verra plus tard, ce serait une bonne chose. Mais il faudrait aussi maintenir l'accord sur les droits d'auteur, valable pour le moment pour les journalistes des entreprises adhérentes à la FFPR, mais pas pour ceux de la PQR.

6) Le Web et Internet

Pour ce qui est de la présence des titres de la PHR et de la PAD sur le Web, la situation est hétérogène. Tout dépend souvent de la taille de l'entreprise qui possède le titre. En gros : à petite entreprise, présence sur le Web plutôt légère, à plus grosse entreprise, présence plus dense.

Certains titres ont des sites modernes, pratiquent les réseaux sociaux et font de l'info en continue sur leurs sites. Cela occasionne un surcroît de travail pour les collaborateurs. Ainsi la CFDT-Journalistes explique, dans le communiqué évoqué ci-dessus, concernant les

négociations avec la FPPR : « Pourtant, dans les rédactions de nos hebdomadaires, le Web est devenu une tâche chronophage, qui s'ajoute à une charge de travail déjà conséquente pour les journalistes. Tâche dont la difficulté est totalement niée par les éditeurs alors que la gestion du « flux » des informations en continu transforme radicalement la nature du journaliste de PHR, auquel on demande la même réactivité que ses confrères du quotidien dans cette « course aux clics » qui les rend fous. Pour les patrons, sachez-le, ce travail ne vaut rien ! »

D'autres journaux, souvent édités par les plus petites structures, n'ont qu'un site Web vitrine et réservent tous les contenus produits par les employés à la version papier, ou presque. Certains proposent une version PDF payante du journal.

Enfin, certains journaux de la PHR n'ont pas de sites Web, ni de pages Facebook.

Il est probable que la rentabilité de ces sites est absente. L'activité coûte plus qu'elle ne rapporte car il faut payer le fonctionnement du site. Il semblerait que la publicité ne rapporte rien ou pas grand-chose, tout comme les annonces. Le nombre d'abonnés à la version numérique des journaux est parfois en forte progression, mais étant donné qu'il partait de zéro, cela reste toujours peu.

Mais pour pouvoir se prononcer avec plus de certitudes, il faudrait réaliser une étude plus précise sur ce sujet.

7) Les aides de l'Etat à la presse, dont la PHR

L'Etat a publié la liste des titres de presse aidés en 2015 (aides directes et indirectes provenant du budget de l'Etat³⁸). Ils se sont partagé 77,14 millions d'euros. On y trouve la plupart des journaux hebdomadaires locaux.

« Les chiffres annuels d'aides à la presse doivent être lus avec quelques précautions, précise

³⁸<https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/aides-a-la-presse-classement-des-titres-de-presse-aides/> consultée le 19 février 2017.

l'auteur du document. En particulier, la compensation du tarif postal, première aide publique de soutien au secteur de la presse, est versée à La Poste pour compenser les coûts de la mission de service public de transport postal de la presse (validée par les autorités européennes), coûts évalués par l'opérateur. »

A noter que le titre le plus aidé en France est *Le Figaro*, pourtant propriété d'un milliardaire, l'industriel de l'armement Dassault, dont la richesse repose déjà sur de l'argent public. Il a perçu 15,25 millions d'euros en 2015. Le premier quotidien régional est 5e, il s'agit de *Ouest France* avec 8,2 millions d'euros. A noter qu'il diffuse 245,7 millions d'exemplaires par an, soit 2,5 fois plus que *Le Figaro* ou près de 10 fois plus que *La Croix*, qui touche pourtant 8,3 millions d'euros. 59e, *La France Agricole* perçoit 224 030 euros.

Concernant les hebdomadaires locaux, voici les premières entreprises aidées en 2015 : 106e, *Le Courrier Cauchois* et *La Manche Libre* (36 738 euros) ; 109e, *Le Pays Roannais* (32 235 euros) ; 113e, *L'Indépendant du Pas-de-Calais* (29 498 euros)... A noter que l'aide équivaut le plus souvent à un ou deux centimes, voire un peu plus, par exemplaire de presse hebdomadaire locale. C'est beaucoup moins que ce que perçoivent par exemplaire d'autres journaux : *Libération* (23 cts/exemplaire), *L'Humanité* (0,36 cts/ex.), *Causette* (mensuel féministe, 0,24 cts/ex.), *Alternatives économiques* (0,17 cts/ex.).

L'enjeu des aides de l'Etat à la presse est d'importance. Imaginer un nouveau système d'aides (aide en fonction du nombre de journalistes ?) et le mettre en place pourrait permettre un renouveau du journalisme et donc de la force de la démocratie. La presse hebdomadaire locale, presse de proximité, est la plus lue dans certains secteurs très populaires. L'enjeu est aussi peut-être que les habitants se réapproprient leurs journaux, voire en créent, afin de se donner les moyens d'être informés correctement et donc de pouvoir faire des choix politiques en parfaite connaissance de cause.

Sans comparer *le Canard enchaîné* à un journal de PHR, qu'aurait été la campagne présidentielle si l'affaire Fillon n'avait pas été révélée ? Et encore n'est-ce à coup sûr qu'une

toute petite partie de l'iceberg...

III. Presse hebdomadaire locale : propriété, chiffres d'affaires, marges

1) Les propriétaires des titres

a) La presse hebdomadaire généraliste locale

A qui appartient la presse hebdomadaire locale ? Des informations présentes sur le site du SPHR et du SNPAR permettent d'en savoir plus. Dans les pages qui suivent, il est possible, voire probable, qu'il y ait des oublis de titres.

Pour avoir une estimation de l'influence de chaque titre dans la PHR, il faut toutefois relativiser ce classement, lequel se base sur le nombre de titres possédés mais par sur le tirage de chaque titre. Ainsi, le groupe *La Manche Libre*, avec un seul titre de PHR – mais d'autres médias – pèse beaucoup plus en diffusion et en chiffre d'affaires que des « groupes » de deux ou trois titres. Prudence également, car certains titres possèdent plusieurs éditions. Inutile de dire que la puissance du groupe Sud Ouest, qui ne possède que cinq titres de presse hebdomadaire, et du groupe lié au *Courrier Français*, qui en possède 14, ne sont pas les mêmes.

On retrouve dans ce classement des entreprises qui sont également impliquées dans d'autres médias, notamment dans la presse quotidienne régionale. Mais une particularité de la PHR est qu'elle est encore constituée, pour une grosse minorité, de titres propriétés de petites entreprises. Même si elles sont de moins en moins nombreuses. Les rachats se succèdent depuis des années et devraient continuer. Ainsi, on parlait il y a quelques mois de la vente du *Courrier cauchois*, de Seine-Maritime, deuxième plus important tirage de la PHR³⁹. Ces évolutions dans la propriété des journaux provoquent un renforcement des groupes les plus importants et

³⁹<https://congressphr.wordpress.com/2016/05/27/le-courrier-cauchois-mis-en-vente-et-courtise/> consultée le 13 novembre 2016.

une disparition ou un changement de vocation des petites entreprises. Il peut aussi y avoir disparition de titres, comme cela a été le cas il y a quelques mois avec le *Renouveau*, en Haute-Loire⁴⁰, ou *La Libération du Comminges* (Joël Vanin, Imprimerie Vanin) fin 2016⁴¹. Raisons invoquées pour cesser de paraître, pour ce dernier titre : « Erosion du lectorat, hausse des frais (notamment l'affranchissement postal), perte de l'habilitation à publier des annonces légales basée sur des chiffres de population totalement obsolètes, situation économique du Comminges plus que difficile... ».

Le principal propriétaire de la presse hebdomadaire régionale est la société possédant le quotidien *Ouest France*, notamment via sa filiale Publihebdos SAS. Son actionnaire principal est le groupe Sipa Ouest-France, lui-même contrôlé par l'Association pour le soutien des principes de la Démocratie humaniste⁴², présidée par Jacques Duquesne, né en 1930⁴³. Le patron de ce groupe est François Régis Hutin⁴⁴, dont le père a créé *Ouest France*. Il aurait pris sa retraite à l'automne 2016⁴⁵. Sur son site, Publihebdos annonce détenir 79 titres⁴⁶ et une

⁴⁰<http://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne/haute-loire/haute-loire-mon-43-et-renouveau-c-est-fini-812951.html> consultée le 13 novembre 2016.

⁴¹<http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr/medias-midi-pyrenees/2017/01/02/lhebdo-la-liberation-du-comminges-cesse-de-paraître-apres-3-761-numeros.html> et http://www.liberation.fr/direct/element/la-presse-locale-du-sud-ouest-perd-un-nouveau-journal_54956/ consultées le 3 janvier 2017.

⁴²https://fr.wikipedia.org/wiki/Association_pour_le_soutien_des_principes_de_la_d%C3%A9mocratie_humaniste consultée le 10 novembre 2016.

⁴³<http://www.publihebdos.com/groupe/bienvenue> consultée le 10 novembre 2016.

⁴⁴https://fr.wikipedia.org/wiki/Fran%C3%A7ois_R%C3%A9gis_Hutin#cite_note-2 consultée le 10 novembre 2016.

⁴⁵http://lexpansion.lexpress.fr/actualites/1/actualite-economique/francois-regis-hutin-dernier-des-grands-patrons-de-la-presse-regionale_1846189.html consultée le 14 novembre 2016.

⁴⁶Nous avons recensé les titres suivants : **Aquitaine** (départements de la Gironde et du Lot-et-Garonne) : *Le Républicain Sud-Gironde* et *Le Républicain Lot-et-Garonne*. **Bretagne** (départements d'Ille et Vilaine, des Côtes d'Armor et du Morbihan) : *Le Petit Bleu*, *L'Écho de l'Armor et de l'Argoat*, *Le Trégor*, *Le Penthièvre*, *La Presse d'Armor*, *Le Courrier Indépendant*, *La Chronique Républicaine*, *Le Pays Malouin*, *Pontivy Journal*, *La Gazette du Centre Morbihan*, *Le Ploërmelais*, *Le journal de Vitré*. **Centre** (départements de l'Eure-et-Loir) : *L'Action Républicaine Nogent*. **Champagne-Ardenne** : *La Marne*. **Franche-Comté** : *La Voix du Jura* (39). **Île-de-France** (départements du Val d'Oise, Seine-et-Marne, Yvelines) : *La Gazette du Val d'Oise*, *La Marne*, *La République de Seine et Marne*, *Le Pays Briard*, *Le Courrier de Mantes*, *Le Courrier des Yvelines*, *L'Echo Régional*, *Toutes Les Nouvelles de Versailles*. **Midi-Pyrénées** : *La Voix du Midi* (31), *La Voix du Gers* (32), *La Vie Quercynoise* (46), *L'Echo du Tarn* (81). **Nord-Pas-de-Calais** : *La Croix du Nord* (59). **Basse-Normandie** (départements de l'Orne, Calvados, Manche) : *Liberté Bonhomme Libre*, *L'Éveil de Lisieux*, *La Gazette de la Manche*, *L'Orne Hebdo*, *Le Journal de l'Orne*, *Le Réveil Normand*, *Le Perche*, *La Renaissance*, *Le Bessin*, *La Voix*, *Le Bocage*, *Le Pays d'Auge*, *Les Nouvelles de Falaise*, *L'Orne Combattante*, *Le Publicateur libre*. **Haute-Normandie** (départements de Seine-Maritime, Eure) : *Eure Infos*, *La Dépêche*, *La Dépêche du Pays de Bray*, *Le Bulletin de l'Arrondissement de Rouen*, *Le Courrier de l'Eure*, *Le Démocrate Vernonnais*, *Le Journal d'Elbeuf*, *Le Réveil de Neufchâtel*, *L'Eclairer Brayon*, *Les Informations Dieppoises*, *L'Eveil de Pont-Audemer*, *L'Eveil Normand*, *L'Impartial*. **Pays de la Loire** (départements de Loire Atlantique, Vendée, Sarthe) : *L'Hebdo de Sèvre & Maine*, *Les Alpes*

diffusion hebdomadaire totale de 497 768 journaux en 2016. Selon un syndicaliste de ce groupe, il emploierait 650 salariés. En tout, cette entreprise représente 25 à 30 % du secteur. Toujours selon ce syndicaliste, les effectifs de journalistes et à la PAO (publication assistée par ordinateur) sont en baisse depuis une dizaine d'années et Publihebdo emploierait environ 15 % de salariés en contrat à durée déterminée.

Deuxième groupe de presse hebdomadaire régionale, par le nombre de titres détenus, celui formé par la famille Vittu de Kerraoul notamment via le groupe Sogemedia (68 116 exemplaires par semaine en 2016). Nous avons recensé dix-neuf journaux⁴⁷ dont Jean-Pierre ou Loïc Vittu de Kerraoul sont directeurs de publication. A signaler que dans cette liste, au moins un, à notre connaissance, *La Voix de la Haute-Marne*, est possédée à 50/50 avec *La Manche libre*⁴⁸.

Troisième groupe de la PHR/D, Centre France Magazine, basé à Clermont-Ferrand, une filiale du groupe détenu par la fondation Varenne et qui édite le quotidien *La Montagne* et d'autres quotidiens⁴⁹. Il a dans son escarcelle quatorze titres⁵⁰. Centre France Magazine est évidemment plus puissant que le précédent, puisqu'il détient des quotidiens.

Centre France Magazine est au même niveau que le groupe La Voix (groupe Rossel), 14 hebdo lui aussi et plus de 80 000 journaux diffusés chaque semaine en 2016. Ses hebdo

Mancelles, L'Echo Sarthois, Le Petit Courrier du Val de Loir, Les Nouvelles, L'Echo Fléchois, Le Journal du Pays Yonnais, Le Journal des Sables, Le Courrier du pays de Retz, L'écho de la presqu'île, L'éclairer de Châteaubriant, Le Courrier Vendéen. Picardie (Département de la Somme) : L'Informateur, Le Journal d'Abbeville, L'Eclairer.

⁴⁷Douze ont pour directeur de la publication Jean-Pierre Vittu de Kerraoul : *La Semaine des Ardennes* (08), *Le Démocrate Indépendant de Bergerac* (24), *La Voix de la Haute-Marne* (52), *Le Courrier de Fourmies* (59), *L'Observateur du Douaisis* (59), *Le Bonhomme picard* (60), *L'Echo du Thelle* (60), *L'Observateur de Beauvais* (60), *La Semaine des Pyrénées* (65), *La Renaissance* (71), *Le Journal de Ham* (80), *Echo d'Île-de-France* (93). Sept ont pour directeur de la publication Loïc Vittu de Kerraoul : *Le Courrier – La Gazette* (02), *La Thiérache* (02), *L'Observateur de l'Avesnois* (59), *L'Observateur du Cambresis* (59), *L'Observateur du Valenciennois* (59), *La Sambre – la Frontière*, *L'Observateur de l'Arrageois* (62).

⁴⁸<http://www.la-croix.com/Religion/France/Des-hebdomadaires-catholiques-changent-dactionnaires-2016-09-06-1200787045> consultée le 14 novembre 2016.

⁴⁹<http://www.lamontagne.fr/pratique/le-groupe.html> consultée le 8 novembre 2016 et <http://www.verif.com/societe/LA-MONTAGNE-856200159/> consultée le 11 novembre 2016.

⁵⁰ *Le Réveil du Vivarais* (07), *La Voix du Sancerrois* (18), *Le Pays Roannais* (42), *L'Eveil hebdo* (43), *La Gazette de la Haute-Loire* (43), *La Ruche* (43), *Le Journal de Gien* (45), *Le Courrier du Loiret* (45), *L'Eclairer du Gâtinais et du Centre* (45), *L'Echo Charitois* (58), *Le Régional de Cosne* (58), *La Gazette de Thiers/Ambert* (63), *Les Petites Affiches d'Auvergne et du Centre réunis* (63, SNPJ), *Le Pays d'Entre Loire et Rhône* (69).

régionaux sont divisés en deux pôles. Le quotidien calaisien *Nord Littoral*, lui-même détenu par *La Voix du Nord*, gère neuf hebdomadaires⁵¹. Le groupe Le Messenger, avec Alain Bodart⁵² à sa tête, en contrôle cinq⁵³. Egalement en quatrième position vient un groupe beaucoup moins puissant économiquement, mais qui s'appuie sur le réseau catholique. Presse et médias du Sud-Ouest⁵⁴, soit la Société Nouvelle Courrier Français, avec à sa tête Vincent David (également président du SPHR), qui a succédé à Bernard Cattaneo⁵⁵, pilote quatorze journaux hebdomadaires locaux⁵⁶.

En sixième position, la famille Riccobono, dont une grande partie de l'activité est dans l'imprimerie⁵⁷ avec l'impression de journaux nationaux ou étrangers. Elle détient neuf titres⁵⁸, dans le Sud et le Sud-Est : cinq pour Riccobono Jacques et quatre pour Riccobono Guillaume.

Le groupe Sud Ouest⁵⁹, septième plus important détenteur de titres, possède cinq journaux hebdomadaires locaux⁶⁰. Il est à égalité avec le groupe Ebra, propriétaire de nombreux titres de presse régionale dans l'est de la France. Ebra est détenu par le Crédit mutuel et possède cinq titres⁶¹. A égalité aussi, la société Public Media⁶², dont le directeur est Roger Anglument,

⁵¹*L'Indicateur des Flandres* (59), *Le Journal des Flandres* (59), *Le Phare dunkerquois* (59), *L'Avenir de l'Artois* (62), *L'Echo de la Lys* (62), *L'Echo du Touquet* (62), *Le Journal de Montreuil*, *Le Réveil de Berck* (62), *La Semaine dans la Boulonnais* (62).

⁵²<http://www.nordlittoral.fr/calais/un-journalde-proximite-pour-alain-bodart-ia0b0n175496> consultée le 17 novembre 2016.

⁵³*La Tribune républicaine* (01), *Le Pays Gessien* (01), *La Savoie* (73), *L'Essor Savoyard* (74), *Le Messenger* (74).

⁵⁴<http://www.club-presse-bordeaux.fr/presse-medias-sud-ouest-de-resistance/> et <http://www.lanouvelrepublique.fr/Indre-et-Loire/Actualite/Economie-social/n/Contenus/Articles/2016/02/02/La-Renaissance-Lochoise-reprise-par-le-groupe-de-presse-catholique-PMSO-2611657> consultées le 19 janvier 2017.

⁵⁵https://fr.wikipedia.org/wiki/Bernard_Cattan%C3%A9o consultée le 19 février 2017.

⁵⁶*La Vie Corrèzienne* (19), *Le Courrier Français* (16, 17, 24, 33, 40, 47, 82, 86), *La Renaissance Lochoise* (37), *La Renaissance du Loir-et-Cher* (41), *L'Echo de l'Ouest/Courrier français* (44), *Le Semeur hebdo* (63) et *le Journal du Médoc* (33).

⁵⁷<http://www.lerepublicainduzes.fr/fr/journal-hebdomadaire/le-groupe-riccobono> consultée le 13 novembre 2016 et <http://www.riccobono-imprimeurs.com/references.html#RPGG> consultée le 21 mars 2017.

⁵⁸Jacques Riccobono : *L'Avenir Côte d'Azur* (06), *Le Régional* (13), *Le Républicain d'Uzès et du Gard* (30), *Le Var Information* (83, SNPJ), *Vaucluse Hebdo* (84). Guillaume Riccobono : *Essor Isère* (38), *L'Essor-Affiches Loire* (42), *L'Essor Rhône* (69), *Le Patriote beaujolais* (69).

⁵⁹<http://www.groupe-sudouest.com/journaux> consultée le 6 novembre 2016.

⁶⁰*Le Résistant* (33), *La Dépêche du Bassin* (33), *Haute Saintonge* (17), *Haute Gironde* (33), *L'Hebdo de Charente Maritime* (33).

⁶¹*La Presse de Gray*, *La Presse de Vesoul*, *La Tribune de Montélimar*, *Les Petites Affiches du Haut Rhin* (68, SNPJ), *La Maurienne*.

⁶²<http://www.public-media.fr/> consultée le 18 novembre 2016.

et une de ses filiales, qui ont cinq titres hebdomadaires⁶³. Le groupe érigé autour de *La vie économique du Sud Ouest*, société Compo Echos (Jean-François Legrand) en a un de moins⁶⁴.

Huit groupes ou personnes possèdent trois titres : le Groupe La Dépêche du Midi et les journaux du midi⁶⁵, Loïk de Guebriant⁶⁶, Les Affiches parisiennes⁶⁷, le groupe Saga⁶⁸, La Loi (Paris)⁶⁹, la SA HCR (Hebdomadaires catholiques régionaux)⁷⁰, détenue à parité par La Manche libre et Sogemedia (groupe de Kerraoul)⁷¹ et, enfin, Alain Thirion⁷², dont un des titres a défrayé la chronique pour une affaire d'effacement de personnage (le maire d'Epinal) sur une photo⁷³ en 2013.

Dix sociétés ou personnes possèdent deux titres : François Choraine⁷⁴, L'Ami du Peuple SAS⁷⁵, la SEP Redon-Ploërmel⁷⁶, Les éditions du Phare⁷⁷, Anne Deval-Ostorero⁷⁸, Brice O'Hayon⁷⁹, Jean-Pierre Jager⁸⁰, les Affiches de Grenoble et du Dauphiné⁸¹, Imprimerie Brisson SARL (gérant Olivier Lepoutre)⁸², Groupe Sopreda 2⁸³.

⁶³ *L'Avenir et Le Confolentais* (16), *La Concorde* (79), *Le Journal de Civray et du Sud Vienne* (86), *Le Nouvelliste* (87).

⁶⁴ *La vie économique du Sud-Ouest* (24, 33, 40, 47), *Les Annonces Landaises* (40), *l'Informateur judiciaire*, *Les échos judiciaires girondins*, *7 jours - Les petites affiches de Bretagne*.

⁶⁵ *La Gazette du Comminges* (31), *Le Villefrancois* (12, SNPJ), *Le Journal de Millau* (12).

⁶⁶ *L'Echo d'Ancenis et du Vignoble* (44), *Le Courrier de la Mayenne* (53), *Haut Anjou* (53).

⁶⁷ *La Vie Nouvelle* (73), *Affiches parisiennes* (75), *Le Moniteur de Seine-et-Marne* (77), adhérents au SNPJ.

⁶⁸ *La Gazette de Nîmes* (30), *La Gazette de Sète* (34), *La Gazette de Montpellier* (34).

⁶⁹ *La loi*, *Affiches versaillaises* (78 et 91), *Archives commerciales de la France* (75,92,93,94), adhérents au SNPJ.

⁷⁰ *La Voix de l'Ain* (01), *L'Hebdo de l'Ardèche* (07), *Drôme hebdo*.

⁷¹ <http://www.la-croix.com/Religion/France/Des-hebdomadaires-catholiques-changent-dactionnaires-2016-09-06-1200787045> consultée le 14 novembre 2016 et <http://acteursdeleconomie.latribune.fr/strategie/marketing-communication/2016-09-05/le-groupe-de-presse-hcr-rachete.html> consultée le 30 décembre 2016.

⁷² *L'Abeille* (Les Imprimeries Flash et Fricotel) et *L'Echo des Vosges* (88), *54 Hebdo* (54).

⁷³ <http://france3-regions.francetvinfo.fr/lorraine/vosges/1-echo-des-vosges-condamne-pour-avoir-efface-le-maire-d-epinal-d-une-photo-613736.html> consultée le 19 janvier 2017.

⁷⁴ *Le journal de la Côtière et Le Journal du Bugey* (01).

⁷⁵ *L'Ami des foyers chrétiens hebdo* (57), *L'Ami du peuple hebdo* (67).

⁷⁶ *Les Infos Pays de Redon* (35), *Les Infos Pays de Ploërmel* (56).

⁷⁷ *Le Littoral de la Charente-Maritime*, *Le Phare de Ré* (17).

⁷⁸ *L'Echo Drôme Ardèche et L'Impartial de la Drôme* (26).

⁷⁹ *Journal Tournon-Tain* (07), *La Tribune* (26).

⁸⁰ *La Semaine de Nancy* (54), *La Semaine Metz-Thionville-Moselle* (57).

⁸¹ *Les Affiches de Grenoble et du Dauphiné* (38), *La Vie Nouvelle* (73).

⁸² *L'Angérien Libre* (17), *L'Hebdo de Charente-Maritime* (17).

Enfin, nous avons recensé 64 titres indépendants (ou qui sont le seul hebdomadaire dans le groupe de presse (le groupe Le Télégramme en l'occurrence). Il se peut fortement qu'il y ait des oublis. Les voici, classés par département d'édition (avec le nom de la société éditrice entre parenthèses s'il est différent du nom du journal).

Aisne : *L'Axonais* (Société Axonaise de Presse), *Le Démocrate de l'Aisne*⁸⁴ (Les Amis du Démocrate).

Allier : *La Semaine de l'Allier* (Jean de Charon).

Alpes de Haute-Provence : *Haute-Provence Info* (Jean-Luc Icard, la SARL Haute Provence Info).

Hautes-Alpes : *Alpes et midi* (Yves Monnier, Alpes et Midi SAS).

Alpes-Maritimes : *Les Petites Affiches des Alpes-Maritimes* (Jean-Marie Ciais), *Tribune Bulletin Côte d'Azur* (Philippe Léon, Sud Est Presse).

Ariège : *La Gazette ariégeoise* (Cécile Dupont, La SA les Carnets de l'Alpha).

Aveyron : *Le Bulletin d'Espalion* (Jean Bonnaterre, SARL MBE), *L'Hebdo* (Philippe Angles, la SAS Press Hebdo), *Le Progrès Saint-Affricain* (Bruno Aufrere, SARL Aveyron Presse).

Bouches-du-Rhône : *La Liberté-L'Homme de bronze-le Commercial Provence* (Gérard Pappalardo, la Société Arlésienne de Presse et d'Editions).

Cher : *L'Echo du Berry* (Ludovic Mesnard, la SAS l'Echo du Berry).

Corse : *Le Journal de la Corse* (Caroline Siciliano⁸⁵, l'Imprimerie Siciliano).

⁸³*Eco de l'Ain, ECO Savoie Mont Blanc.*

⁸⁴Détenu par une association, ce journal de quatre pages, dont la dernière est souvent intégralement remplie d'annonces légales, serait le dernier journal d'Europe réalisé en plomb. <http://www.lejdd.fr/Medias/Presse-ecrite/Crise-de-la-presse-ecrite-Le-Democrate-de-l-Aisne-est-le-dernier-journal-papier-imprime-au-plomb-724824> consultée le 19 février 2017.

⁸⁵http://www.lexpress.fr/informations/vie-locale_645620.html consultée le 13 novembre 2016

Côte d'Or : *L'Auxois Libre-La Bourgogne Libre* (Geneviève Morlevat, Pierre Morlevat), *Le Chatillonnais et l'Auxois* (Elodie Sassard, La Société Nouvelle d'Imprimerie).

Côtes d'Armor : *L'Hebdomadaire d'Armor* (Jacques Le Maire, Imprimerie Le Maire).

Dordogne : *L'Echo du Ribéracois, L'Essor Sarladais* (Michel Delpech, Société d'exploitation Imprimerie du Sarladais).

Doubs : *La Terre de chez nous* (Philippe Monnet, Société Comtoise d'Edition et d'Information).

Drôme : *Journal du Diois et de la Drôme*⁸⁶ (Cécile Cayol, ICS).

Eure-et-Loir : *L'Echo de Brou* (Jean-Claude Bizeau, l'Echo de Brou).

Finistère : *Le Poher*⁸⁷ (Marcel Quiviger, Le Télégramme).

Gard : *Le Réveil du Midi* (Marie-Christine Dejoux, SARL Presse Edition Publicité).

Haute-Garonne : *Le Journal Toulousain* (Rémi Demersseman-Pradel, News-Medias 3.1), *L'Opinion Indépendante* (Hélène Duboe, L'Opinion Indépendante).

Hérault : *La Semaine du Minervois* (Nicolas Faure, les Cahiers du Minervois).

Isère : *Le Courrier Liberté* (Jacques Chanut, Le Courrier Liberté), *Le Mémorial de l'Isère* (Bruno Ballouhey, la SAS le Mémorial).

Lot : *Le Petit Journal* (Alain Paga, la Société Arc en Ciel).

Lozère : *La Lozère Nouvelle* (Claude Donnadiou, Association CIVAP (Communiquer, Informer, Vivre au Pays)).

Manche : *La Manche libre* (Benoit Leclerc, La Société d'Edition de La Manche Libre).

Haute-Marne : *L'Affranchi de Chaumont* (Lionel Thomassin, SARL L'Affranchi).

⁸⁶https://fr.wikipedia.org/wiki/Journal_du_Diois_et_de_la_Dr%C3%B4me consultée le 13 novembre 2016.

⁸⁷<http://www.groupe-telegramme.com/medias> consultée le 13 novembre.

Nord : *Liberté Hebdo* (Alexandre Basquin, Société Nouvelle Liberté Editions).

Oise : *Oise hebdo* (Vincent Gérard, La Société de Presse de l'Oise).

Pas-de-Calais : *L'Abeille de la Ternoise* (Jean-Louis Prevost, L'Abeille de la Ternoise), *Horizons Nord-Pas-de-Calais* (François Macé et Bernard Pacory, Seprap 62), *L'Indépendant du Pas-de-Calais* (Valérie Serbourdin-Devos, SA l'Indépendant du Pas-de-Calais).

Pyrénées-Atlantiques : *La Semaine du Pays Basque*, *La Setmana*.

Hautes-Pyrénées : *La Montagne des Hautes-Pyrénées* (Jean-Pierre Hunault, SA Imprimerie Peré), *L'Essor Bigourdan de Lourdes*.

Pyrénées Orientales : *La Semaine du Roussillon* (Antoine Gasquez, Les Editions de Célestina).

Rhône : *La Tribune de Lyon* (François Sapy, Rosebud SARL).

Haute-Saône : *Les Affiches de la Haute-Saône* (Jean-François Royer-Gaspard, SARL Imprimerie Royer-Gaspard).

Saône-et-Loire : *L'Indépendant du Louhannais et du Jura* (Pierre Fanneau, SARL SEHLJ).

Sarthe : *L'Echo de Vibraye* (Madeleine Gravé, SARL Imprimerie Gravé).

Haute-Savoie : *Le Faucigny* (Serge Coste, SAS Savoie Editions), *Hebdo des Savoie* (Stéphane Ducret, Imprimerie Ducret SAS⁸⁸).

Seine-Maritime : *Le Courrier Cauchois*⁸⁹ (serait en vente, Jean-Michel Maussion, SA Cauchoise de Presse et de Publicité).

Tarn : *Le Journal d'ici* (Guillaume Bianne, Tarn Médias), *Le Tarn Libre* (Gilles Carles, ICSO).

⁸⁸<http://www.hebdo-des-savoie.com/histoire.pdf> consultée le 13 novembre 2016.

⁸⁹<https://congressphr.wordpress.com/2016/05/27/le-courrier-cauchois-mis-en-vente-et-courtise/> consultée le 13 novembre 2016.

Tarn-et-Garonne : *Le Réveil de Tarn et Garonne* (SARL Le Réveil de Tarn-et-Garonne, Fabrice Pautal).

Yonne : *L'Indépendant de l'Yonne* (Nathalie Chaboteau, Les Editions Sénonaises de Presse),
La Liberté de l'Yonne (Christian Gronnier, l'Imprimerie Moderne Auxerroise).

Val de Marne : *Val de Marne Infos* (Fabrice Cathala, Val de Marne Infos Multimédia Editions).

Guadeloupe : *Nouvelles Semaine* (Laurent Mesty, Nouvelles éditions caribéennes).

Saint-Pierre-et-Miquelon : *L'Echo des Caps* (journal d'une mairie).

Mayotte : *Mayotte Hebdo* (il existe aussi un quotidien *France Mayotte*).

Nouvelle Calédonie : *Demain en NC*.

Des adhérents du SNPJ : *Le Tout Lyon Affiches* (69), *Les Tablettes Lorraines* (54), *La Semaine de l'île de France* (78, 91, lamy.fr), *Le Quotidien Juridique* (75, 92, 93, 94).

Une concentration loin d'être terminée. Nous avons recensé 276 titres de presse hebdomadaire régionale, qui sont ou non adhérents à un syndicat professionnel. La concentration des titres au sein de groupes de plus en plus imposants est un mouvement qui se poursuit depuis de nombreuses années. Toutefois, cette concentration est loin d'être parfaite. Ainsi, sur 276 journaux, à peine plus de la moitié (140) sont dans les mains de groupes d'au moins 14 titres de presse hebdomadaire. Les 136 autres sont réunis au sein de groupes d'au maximum neuf journaux. 108 journaux sont détenus par des sociétés qui possèdent trois titres au maximum. Et dans ce groupe, près des deux tiers (64) sont, nous l'avons dit, les seuls journaux hebdomadaires de l'entreprise qui les édite. Évidemment, ces chiffres ne tiennent pas compte du tirage de chaque journal. Mais si l'on intègre en partie cette donnée, il est remarquable de considérer que les deux plus gros tirages de la PHR, *La Manche Libre* et *Le*

Courrier cauchois, sont à ce jour (février 2017) toujours des titres indépendants.

La concentration des titres va-t-elle se poursuivre ? Il paraît probable que, dans les prochaines années, la concentration des titres va se poursuivre et que cette filière se structurera de plus en plus autour de grands pôles. Les raisons de cette évolution seront probablement les velléités prédatrices des groupes les plus importants, disposant de liquidités pour arriver à leurs fins, ou de nouveaux opérateurs sur ce segment. Ils voudront se positionner dans un secteur très influent auprès d'une partie de la population du pays, et qui génère un chiffre d'affaires non négligeable. Pour un groupe, ces recettes nouvelles couplées à une mutualisation des services (ce qui signifie aussi une baisse des coûts de production et de probables suppressions d'emplois) seront certainement génératrices de profits nouveaux. Des rachats permettront aussi au nouveau détenteur de gagner en influence (notamment politique), ce qui peut être aussi monnayable, suivant les buts poursuivis par le propriétaire.

Peut-on ignorer l'hypothèse de la disparition de nombreux titres sous l'effet ciseau de la baisse des recettes et des ventes dans un contexte de hausse des dépenses obligatoires (impression, coût du travail, etc.) ? Probablement pas. Il n'est pas fou d'imaginer que les grands groupes de presse ne pourront ou ne voudront pas racheter tous les titres indépendants qui feront faillite. Reste que, la nature ayant horreur du vide, il n'est pas absurde d'imaginer que des médias pourraient ensuite réapparaître, sous la forme papier, voire sous une autre, pour combler l'absence de ces titres et des informations qu'ils diffusent.

b) La presse agricole et rurale

Dans la presse agricole et rurale, impossible de passer sous silence le rôle important joué par de grandes institutions de l'agriculture. Si la propriété formelle des titres revient souvent à une société appartenant à des syndicats agricoles locaux de la FNSEA, on retrouve également

souvent dans le tour de table des associés le Crédit agricole (une des plus importantes banques du monde⁹⁰) et Groupama, un groupe d'assurance historiquement lié au monde agricole. Cela souligne le rôle de relais de la politique agricole de la France de ces journaux bien implantés dans la population concernée.

Parmi les structures éditrices importantes dans la presse agricole et rurale, citons la SA Paysan du Midi (Amaury Cornut-Chauvinc et Michel Bru sont respectivement directeur général et rédacteur en chef)⁹¹, la SA Sadiar (Dominique Fayel est l'un de ses dirigeants)⁹², Terragricoles de Bretagne (Jo Menard), SAS Edition du Paysan breton (Didier Le Du)⁹³, SA Horizons (Eric Young)⁹⁴, la SA Société d'éditions rurales périgourdines (*Réussir le Périgord*, Jean Ricateau, directeur des rédactions et DG ainsi que président du SNPAR), la Saecno (*L'Agriculteur normand*, Pascal Ferey), la Société d'éditions agricole et rurale (*Le Syndicat agricole*, Nord, Jean-Bernard Bayard), la Seprap (*Horizons Nord-Pas-de-Calais*, François Mace), la chambre d'agriculture du Gers (*La Volonté Paysanne du Gers*, qui tire à 12 000 exemplaires par semaine, Henri Bernard Cartier).

2) Les chiffres d'affaires et les résultats économiques

Selon une informations publiée sur le site du SPHR, le chiffre d'affaires moyen d'un hebdo est de 1,09 million d'euros. Si l'on multiplie simplement le nombre d'hebdomadaires régionaux recensés précédemment (272) par ce chiffre, on obtient donc une estimation du chiffre d'affaires global de la filière, soit environ 295 millions d'euros. Cela représente un peu plus de 0,01 % de toute la richesse créée en France (PIB) en 2014. Par comparaison, ce chiffre

⁹⁰110e plus grande entreprise du monde selon le classement Forbes 2015.

<http://www.forbes.com/companies/credit-agricole/> consultée le 19 février 2017.

⁹¹*Paysan du Midi* (Aude, Gard, Hérault), *L'Agriculteur provençal*.

⁹²*La Volonté paysanne* (Aveyron).

⁹³*Le Paysan breton du Finistère* est annoncé avec un tirage de 16 882 exemplaires/semaine, ce qui en fait le plus gros tirage de la presse agricole départementale hebdomadaire en France. En Côtes d'Armor, il annonce 15 000 exemplaires environ, dans le Morbihan 7 394 exemplaires/semaine et en Ille-et-Vilaine 8 561 exemplaires.

⁹⁴*Horizons Centre-Ile-de-France* (éditions Eure et Loir, Loir et Cher, Seine et Marne, Ile-de-France).

d'affaires global est moins important, et de beaucoup, que celui du seul groupe Sud Ouest en 2011, 385,3 millions d'euros⁹⁵.

Il faut toutefois être prudent sur ce calcul. En effet, l'étude de la SPHR évoquant un chiffre d'affaires moyen de 1,09 million d'euros n'a porté que sur 61 titres. Or peut-être que les titres qui ont répondu sont plutôt au-dessus de la moyenne en général. Alors, il faudrait peut-être légèrement réviser à la baisse le chiffre d'affaires global de la filière.

Observons le chiffre d'affaires de certains acteurs de la PHR. Publihebdos a réalisé un chiffre d'affaires de 78 millions d'euros⁹⁶, ou de 69 millions d'euros en 2015 selon une autre source⁹⁷, laquelle ne doit probablement pas prendre en compte le même périmètre d'activité. Le chiffre d'affaires du groupe Sogemedia serait, selon un article⁹⁸ de décembre 2015, de l'ordre de 27 millions d'euros. Ainsi, à tous les deux, les deux plus gros groupes de la PHR, avec respectivement 79 et 19 titres détenus, représentent plus d'un tiers du chiffre d'affaires global de la filière. Et il faut souligner qu'à l'autre bout de l'échelle, certains journaux affichent des chiffres d'affaires inférieurs à 100 000 euros par an. Cela confirme le fait que, contrairement à la PQR, la PHR demeure un secteur où la concentration est loin d'être poussée. Selon Pierre Junqua, les journaux hebdomadaires locaux « apportent une contribution précieuse au pluralisme de l'information, particulièrement là où les grands quotidiens régionaux et départementaux sont en situation de monopole. Mais ces derniers s'emploient avec succès à en prendre le contrôle chaque fois que l'occasion s'en présente, quand ils n'en créent pas eux-mêmes de nouveaux. »⁹⁹

Toujours selon des statistiques du SPHR, dans le chiffre d'affaires total de l'entreprise, l'activité « journal » reste largement dominante avec 96 %. La part consacrée à l'imprimerie se situe à 1 % et celle des « autres activités » est à 3 %. Le chiffre d'affaires « journal » se

⁹⁵<http://www.groupesudouest.com/> consultée le 14 décembre 2016.

⁹⁶<http://www.publihebdos.com/groupe/bienvenue> consultée le 10 novembre 2016.

⁹⁷<http://www.societe.com/societe/publihebdos-487280018.html> consultée le 14 décembre 2016.

⁹⁸<http://www.caractere.net/caractere-net/actualites/item/sogemedia-va-deployer-un-nouveau-modele-pour-la-presse-hebdomadaire-regionale> consultée le 14 décembre 2015.

⁹⁹Daniel Junqua, *La presse, le citoyen et l'argent*, Folio Actuel, 2002

décompose comme suit : Ventes 39 %, Petites annonces 2 %, Annonces judiciaires et légales 31 %, Publicité commerciale 28 %. Par conséquent, dans la répartition du chiffre d'affaires publicitaire, la publicité commerciale domine largement avec 47 %. Enfin, la part des annonces judiciaires et légales représentent 51 % du CA publicitaire¹⁰⁰.

Comme on le voit, les ventes ne forment même pas 40 % des recettes de ces journaux. Les publicités et les annonces légales sont vitales pour la survie de ces titres. Cela pose plusieurs problèmes. Tout d'abord celui de l'indépendance des rédactions vis-à-vis du tissu économique et politique local. Cette indépendance paraît, à la vue de ces données, largement illusoire. Garder une liberté de ton et un regard critique et éclairant est toutefois plus difficile quand un titre a seulement quelques gros clients que quand il en a beaucoup de petits. Or ces journaux, quand ils disposent d'un fort taux de pénétration, ce qui est souvent le cas, comptent beaucoup d'entreprises locales parmi leurs annonceurs. La pression des décideurs économiques locaux est donc globale et non concentrée sur une entreprise en particulier. A relativiser toutefois car il n'y pas que des petites entreprises qui diffusent de la publicité dans ces journaux. Ainsi, via les centrales publicitaires, notamment liées à la PHR, les grandes multinationales, notamment de l'automobile, achètent de nombreux encarts dans les pages des adhérents du SPHR, tout au long de l'année. Cela participe de la pression des annonceurs sur les rédactions. Car, évidemment, chaque commune d'une certaine importance dispose de sa concession automobile.

Évidemment, le point de vue des patrons de presse est tout autre. Ils sont en général plutôt à la recherche de publicités supplémentaires, pour maintenir, voire accroître leurs chiffres d'affaires. Quand de nombreuses publicités sont prises par les entreprises locales, c'est selon eux le signe que le journal est de qualité, « sérieux ». De fait, la question de l'indépendance rédactionnelle et du rôle citoyen de la presse apparaît secondaire, en général, pour ces

¹⁰⁰www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=361 consultée le 5 novembre 2016.

entrepreneurs. Le journal a donc tendance à devenir souvent un relais des opinions politiques locales ou nationales dominantes, frayant son chemin dans le sens du courant. Sauf quand, ici ou là, une rédaction entame un travail volontariste de regard critique sur les conceptions dominantes ou sur le traitement de l'actualité locale.

Pour les politiques locaux (communes, intercommunalités, départements, régions) ou les préfetures, acheter des publicités ou faire passer des annonces judiciaires et légales est un moyen de faire pression sur les journaux et d'influencer sur leurs contenus dans un sens qui leur soit favorable.

Prix de vente.

Selon le SPHR, « le prix de vente moyen d'un journal est de 1,36 euro et celui de l'abonnement annuel moyen s'élève à 62 euros. La part des ventes par abonnements représente 43 % et celle des ventes au numéro est de 57 %. La pagination moyenne d'un hebdo est de 40 pages. »¹⁰¹

a) Les résultats économiques

Par-delà les aléas de chaque titre, la presse hebdomadaire régionale est-elle rentable ? Dans l'absolu, oui, car, sinon, les entreprises feraient faillite et ce secteur disparaîtrait. Si les entreprises se maintiennent, certes moins nombreuses qu'avant et plus concentrées dans des groupes, c'est que la rentabilité est globalement au rendez-vous. Mais il faut aussi relativiser en soulignant le rôle d'acteurs comme les banques ou des entreprises cherchant à acquérir plus d'influences. Elles peuvent aussi détenir des entreprises déficitaires et les maintenir malgré de mauvais résultats économiques.

¹⁰¹www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=361 consultée le 5 novembre 2016.

Mais justement, quel est le niveau de rentabilité de ces journaux ?

Intéressons-nous à quelques groupes de presse hebdomadaire, à titre d'exemples. Évidemment, il ne s'agit que d'un tout petit échantillon, et non d'une étude complète et générale. On ne pourra donc pas tirer de conclusions indubitables. Toutefois, ces quelques éléments peuvent montrer les états de santé de certains titres ou entreprises particulièrement représentatives et donner ainsi une image approchant l'état réel de ce secteur économique.

Autre remarque : nous nous sommes basés sur les chiffres publiés sur le site Web *verif.com*. Ce sont les données fournies par les directions d'entreprises. Nous devons nous en tenir à ces chiffres, sans possibilité de savoir s'ils ont été trafiqués, repris et présentés d'une manière qui soit profitable aux directions d'entreprises, notamment pour échapper ou payer moins d'impôt, pratique qui serait répandue dans le monde de l'entreprise, notamment pour les plus importantes d'entre elles. Ceci sans présumer que c'est le cas dans la PHR.

Commençons par le groupe le plus important : Publihebdo SAS, filiale de Ouest France.

Publihebdo SAS. L'actionnaire principal est le groupe Sipa Ouest-France. Publihebdo SAS possède plus d'un quart de la PHR, rappelons-le. Il annonce sur son site un chiffre d'affaires de 78 millions d'euros. Mais si l'on se fie aux informations des sites d'information économique, le chiffre d'affaires 2015 a été de 69,2 millions d'euros. Ces dernières années, les bénéfices officiels ont été de 2,5 millions d'euros en 2015, 1,4 millions d'euros en 2014, 2 millions en 2013, 2,3 millions en 2012 et 3,6 en 2011. Il semble que ces marges sont allées grossir des fonds propres, lesquels s'élèvent à près de 79 millions d'euros en 2015, et la trésorerie, elle aussi en hausse, à 11,9 millions d'euros en 2015. La dette du groupe est à 26 millions d'euros en 2015, en forte hausse sur un an de 6 millions d'euros, mais presque stable sur cinq ans. Les salaires et charges sont contenus, à 25,3 millions d'euros en 2015, pour un effectif de 530 personnes, en baisse de 36 unités entre 2011 et 2015.

Magazine Centre France. Détenu par la fondation Varenne (journal quotidien *La Montagne*), Magazine Centre France¹⁰² possède 14 hebdomadaires régionaux. Il a subi une forte croissance ces dernières années, notamment au niveau des effectifs. Il annonce un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros en 2015. Il est en forte hausse globalement ces dernières années (2011 : 5,35 millions d'euros ; 2013 : 9,3 millions d'euros). Les résultats sont loin d'être au rendez-vous, si l'on en croit les informations publiées sur *verif.com*. Les déficits successifs, qui ont tendance à diminuer il est vrai, ont été de 1,41 million d'euros en 2011, 1,61 million d'euros en 2012, 981 301 euros en 2013, 487 228 euros en 2014 et 746 432 euros en 2015.

Les fonds propres sont également négatifs, passant de 1,62 million d'euros en 2011 à 2,68 millions d'euros en 2015. La trésorerie est logiquement inexistante : 4 822 euros en 2011, puis en déficit de 271 632 euros en 2014 et 93 783 euros en 2015. La dette du groupe est passée en cinq ans de 4,98 millions d'euros en 2011 à 14,20 millions d'euros en 2015. Les salaires et charges sont en forte hausse, de 991 137 euros en 2011, à 3,43 millions d'euros en 2013 et à 4,14 millions d'euros en 2015. L'effectif a suivi une trajectoire proche, sauf pour la dernière année : 28 en 2011, 37 en 2012, 90 en 2013, 84 en 2014 et 83 en 2015. Ce décalage entre la hausse des salaires et charges et des effectifs entre 2014 et 2015 peut laisser à penser que ce sont des postes à salaires faibles qui ont été supprimés.

Le Messenger. Ayant à sa tête Alain Bodart, L'Imprimerie du Messenger¹⁰³ a réalisé un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros en 2014. Il a baissé d'un million d'euros par rapport à 2010. Basé à Thonon-Les Bains, en Haute-Savoie, ce groupe contrôle cinq hebdomadaires. Il est détenu par le groupé éditant le quotidien *La Voix du Nord*, via *Nord Littoral*. Ce groupe

¹⁰²<http://www.verif.com/bilans-gratuits/MAGAZINE-CENTRE-FRANCE-856200308/> consultée le 1^{er} janvier 2017.

¹⁰³<http://www.verif.com/bilans-gratuits/IMPRIMERIE-DU-MESSAGER-SA-795580034/> consultée le 28 décembre 2016.

apparaît, à l'étude des résultats publiés, en moins bonne santé que Publihebdo.

Les derniers bénéfices officiels connus de L'Imprimerie du Messenger sont : 320 000 euros en 2014, 443 300 euros en 2013, 647 700 euros en 2012, 512 881 euros en 2011 et 521 308 euros en 2010. Les fonds propres, à 1,192 million d'euros en 2014, sont en diminution d'année en année (ils étaient de 1,86 million d'euros en 2010, 1,84 en 2011, 1,99 en 2012, et 1,36 en 2013). La trésorerie suit la même pente : 505 703 euros en 2014, 609 097 euros en 2013, 1,1 million d'euros en 2012 et 1,36 million d'euros en 2011. La dette financière du groupe a beaucoup baissé entre 2010 et 2011, passant de 209 613 à 5 099 euros (pas de données disponibles pour 2014). Les salaires et charges sont stables entre 2010 et 2014, à 3,37 millions d'euros, pour un effectif de 74 personnes, en baisse de 1 unité entre 2010 et 2014 (mais avec un passage à 98 salariés en 2012).

Société Nouvelle Courrier Français. Ayant à sa tête Vincent David, La Société Nouvelle Courrier Français¹⁰⁴ a réalisé un chiffre d'affaires de 4,25 millions d'euros en 2015. Il a un peu baissé par rapport à 2011 (4,38 millions d'euros). Basé à Bordeaux, en Gironde, ce groupe contrôle quatorze hebdomadaires mais on ignore si les chiffres de ces entreprises sont consolidés dans les résultats publiés pour cette société.

Les derniers résultats officiels connus de la Société Nouvelle Courrier Français sont : 275 417 euros en 2015, un déficit de 212 747 en 2014, 334 028 euros en 2013, 106 675 euros en 2012 et un déficit de 47 532 euros en 2011 ce qui fait une balance de + 455 841 euros de bénéfices entre 2011 et 2015 (soit un bénéfice moyen annuel de 91 168,2 euros). Les fonds propres, à 370 562 euros en 2014, sont en diminution sur cinq ans (ils étaient de 747 030 euros en 2011). La trésorerie diminue elle aussi mais plus légèrement : de 602 010 euros en 2011 à 542 985 euros en 2015. Bonne nouvelle, due à ces diminutions de

¹⁰⁴<http://www.verif.com/bilans-gratuits/SOCIETE-NOUVELLE-COURRIER-FRANCAIS-472200724/>
consultée le 30 décembre 2016.

fonds propres et de trésorerie ; la dette financière du groupe a beaucoup baissé entre 2011 et 2015, passant de 503 894 euros en 2011 à 72 113 euros en 2013 puis 183 064 euros en 2015. Les salaires et charges sont en légère hausse entre 2011 et 2015, de 1 37 million d'euros à 1,54 million d'euros. Le dernier effectif connu (2012) est de 34 personnes.

SA HCR (Hebdomadaires catholiques régionaux). Basée à Bourg-en-Bresse, dans l'Ain, la SA HCR (Hebdomadaires catholiques régionaux)¹⁰⁵ est détenue à parité par La Manche libre et Sogemedia (groupe de Kerraoul)¹⁰⁶ et contrôle trois titres. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 5,61 millions d'euros en 2015. L'activité a un peu baissé par rapport à 2011 (5,79 millions d'euros), 2012 (5 94 millions d'euros), 2013 (5,84 millions d'euros) et 2014 (5,78 millions d'euros).

Les résultats officiels connus de la SA HCR, précédemment détenue par un diocèse, sont plutôt mauvais : déficits de 122 346 euros en 2015, de 1,1 million d'euros (!) en 2014, de 34 784 euros en 2013, bénéfice de 9 288 euros en 2012 et déficit de 56 466 euros en 2011. Les fonds propres se ressentent de ce déséquilibre budgétaire. Ils s'élèvent à 882 212 euros en 2015 mais étaient encore de 2,04 millions d'euros en 2013 et même de 2,11 millions d'euros en 2011. La trésorerie diminue elle aussi : de 666 871 euros en 2011 à 282 081 euros en 2015. La dette financière du groupe a explosé entre 2011 et 2015, passant de 330 475 euros en 2011 à 800 567 en 2015. Les salaires et charges sont en baisse entre 2011 et 2015, de 2,49 millions d'euros à 2,35 millions d'euros. Le dernier effectif connu (2014) est de 50 personnes, ce qui paraît hors standards si l'on parle d'un groupe ayant seulement trois¹⁰⁷ journaux.

¹⁰⁵<http://www.verif.com/bilans-gratuits/HCR-419539465/> consultée le 30 décembre 2016.

¹⁰⁶<http://www.la-croix.com/Religion/France/Des-hebdomadaires-catholiques-changent-dactionnaires-2016-09-06-1200787045> consultée le 14 novembre 2016.

¹⁰⁷Voire quatre en y ajoutant *la Voix de la Haute Marne* désormais détenue par un Vittu de Kerraoul en direct, mais cela ne change pas le problème.

Les Editions du Phare. Basé à Saint-Martin-de-Ré, en Charente-Maritime, Les Editions du Phare¹⁰⁸, à la tête de deux journaux, ont réalisé un chiffre d'affaires de 2,35 millions d'euros en 2015. Il a beaucoup augmenté en quelques années, passant de 1,44 million d'euros en 2010 à 2,25 millions d'euros en 2014.

Les derniers résultats officiels connus des Editions du Phare sont : 119 073 euros en 2015, 90 912 euros en 2014, 14 093 en 2012, 31 096 euros en 2011 et 44 500 euros en 2010. Les fonds propres, à 926 729 euros en 2015, sont en énorme augmentation sur cinq ans, passant de 293 420 euros en 2010 à 736 843 euros en 2014. La trésorerie s'envole elle aussi, signe d'une santé florissante : 75 744 euros en 2010, 23 376 euros en 2012, 379 341 euros en 2014 et 721 853 euros en 2015 !

La dette financière du groupe est minime, avec des évolutions : 3 315 euros en 2010, 117 449 euros en 2012 et 9 645 euros en 2015. Les salaires et charges sont en hausse entre 2010 et 2015, de 572 016 euros à 733 187 euros. Les effectifs suivent également une courbe ascendante, passant de 15 en 2012 à 24 en 2015.

Groupe Sopreda 2. Un groupe de presse de taille comparable au précédent, mais à la situation bien différente. Basé à Cran Gevrier en Haute-Savoie, le Groupe Sopreda 2¹⁰⁹, à la tête de deux journaux, a réalisé un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros en 2015. Il a augmenté en quelques années, passant de 3,57 millions d'euros en 2011 à 3,85 millions d'euros en 2014.

Les derniers résultats officiels connus du Groupe Sopreda 2 sont : déficit de 28 092 euros en 2015 et bénéfices de 42 464, 41 705, 40 915 et 116 441 euros en 2014, 2013, 2012 et 2011. Les fonds propres, à 804 204 euros en 2015, sont en augmentation sur cinq ans (2011,

¹⁰⁸<http://www.verif.com/bilans-gratuits/LES-EDITIONS-DU-PHARE-401745765/> consultée le 30 décembre 2016.

¹⁰⁹<http://www.verif.com/bilans-gratuits/SOPREDA-2-401730965/> consultée le 31 décembre 2016.

707 211 euros) mais en baisse comparé à 2014 (832 297 euros en 2014). La trésorerie a fondu : 79 374 euros en 2015, mais 225 365 euros en 2014, 217 779 euros en 2013, 196 404 euros en 2012 et 291 559 euros en 2011.

La dette financière du groupe est fluctuante mais toujours élevée : 176 166 euros en 2015, 213 648 euros en 2014, 71 593 euros en 2013, 158 454 euros en 2012 et 240 778 euros en 2011. Les salaires et charges sont en hausse de 2011 à 2015 : 1,75 million d'euros en 2011, 1,95 million d'euros en 2012, 1,83 million d'euros en 2013, 1,91 million d'euros en 2014, 2 millions d'euros en 2015. Les effectifs sont passés de 33 en 2011 à 34 en 2015.

Société d'édition de La Manche Libre. La Société d'édition de La Manche Libre¹¹⁰ édite l'hebdomadaire au tirage le plus élevé de France, lequel est toutefois en baisse, comme pour la plupart des titres de la PHR. Cette entreprise annonce un chiffre d'affaires de 8,95 millions d'euros en 2015. Ce chiffre d'affaires est en baisse ces dernières années, passant de 9,77 millions d'euros en 2011 à 9,17 millions d'euros en 2014. Les bénéfices n'ont pas toujours été au rendez-vous : déficit de 11 224 euros en 2015, bénéfice de 62 068 euros en 2014, déficits de 5 185 euros en 2013 et 54 351 euros en 2012 et bénéfice de 117 888 euros en 2011. Signe d'une bonne santé économique, les fonds propres s'élèvent à 3,52 millions d'euros en 2015, mais sont toutefois en baisse ces dernières années, puisqu'ils étaient encore de 5,96 millions d'euros en 2011. La trésorerie, qui était négative en 2011/2012, est positive, en 2015, à 324 422 euros.

La dette financière a beaucoup diminué en 5 ans, passant de 1,6 million d'euros en 2011 à 262 276 euros en 2015. Les salaires et charges sont en forte baisse, de 3,13 millions d'euros en 2011 à 2,6 millions d'euros en 2015. Cela fait plus que refléter, à mon avis, la diminution de l'effectif de l'entreprise, qui passe de 70 en 2011 à 57 en 2015.

¹¹⁰<http://www.verif.com/bilans-gratuits/SOCIETE-D-EDITION-DE-LA-MANCHE-LIBRE-412907610/> consultée le 31 décembre 2016.

Nouvelles éditions caribéennes. La société Nouvelles éditions caribéennes¹¹¹ est basée à Baie Mahault en Guadeloupe. Elle édite le journal hebdomadaire *Nouvelles Semaine*. Cette entreprise annonce un chiffre d'affaires de 1,05 million d'euros en 2014. Nous n'avons pas d'autres données. Les bénéfices s'élèvent à 97 335 euros, les fonds propres à 183 318 euros et la trésorerie à 191 276 euros. Ces deux dernières données sont en très forte hausse par rapport à 2013 (fonds propres : 85 983 euros ; trésorerie : 43 704 euros). Il n'y a pas d'informations concernant une éventuelle dette financière.

Les salaires et charges sont à 186 713 euros en 2014. Les effectifs étaient de 5 en 2013 mais leur nombre n'est pas précisé en 2014. Vu le niveau des salaires et charges en 2013, bien supérieurs à 2014, (mais avec un exercice sur 16 mois), il est possible qu'ils aient été revus à la baisse.

La société agricole d'édition et de communication de Normandie. La société agricole d'édition et de communication de Normandie (Saecno)¹¹² édite *L'Agriculteur normand*, un journal de presse agricole départementale. Les derniers chiffres publiés sont de 2012. Cette année-là, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 2,44 millions d'euros. Il a augmenté un peu depuis 2008 (2,2 millions d'euros).

Les derniers bénéfices officiels connus sont : 167 070 euros en 2012, 161 774 euros en 2011, 66 395 euros en 2010, 146 427 euros en 2009 et 355 272 euros en 2008. Les fonds propres, à 1,14 million d'euros en 2012, explosent sur cinq ans (2008, 622 903 euros). La trésorerie suit la même trajectoire : 316 315 euros en 2008 et... 990 736 euros en 2012 !

Aucune donnée n'est disponible concernant la dette financière. Cela signifie-t-il qu'elle est

¹¹¹<http://www.verif.com/bilans-gratuits/NOUVELLES-EDITIONS-CARIBEENNES-521070086/> consultée le 1^{er} janvier 2017.

¹¹²<http://www.verif.com/bilans-gratuits/SOCIETE-AGRICOLE-D-EDITION-ET-DE-COMMUNICATION-DE-NORMANDIE-341468247/> consultée le 1^{er} janvier 2017.

inexistante ? Les salaires et charges sont en très légères baisses entre 2008 et 2012, de 412 291 à 409 163 euros. Il n'y a pas d'information sur les effectifs.

b) La rentabilité

Avant de commencer, voyons quelle est la rentabilité moyenne d'une entreprise en France. En 2014, « le taux de résultat d'exploitation sur chiffre d'affaires est tombé en sept ans de 4,4 % à 3,6 % pour les [petites et moyennes entreprises¹¹³] (*PME, nldr*) et de 5 % à 3,8 % pour les [entreprises de taille intermédiaires¹¹⁴] (*ETI, nldr*). Les ETI dégagent en moyenne un résultat d'exploitation de 6,5 millions d'euros, et 373 000 euros pour les PME¹¹⁵. »

Publihebdos SAS. Si l'on s'en tient aux chiffres de *verif.com*¹¹⁶, la rentabilité (nous appelons ainsi la part des « bénéfiques » dans le « chiffre d'affaires ») de Publihebdos SAS a été de 3,59 % en 2015, de 1,96 % en 2014, de 2,89 % en 2013, de 3,32 % en 2012 et de 5,20 % en 2011. En 2015, c'est donc apparemment moins que la moyenne pour les ETI. Mais il faut aussi regarder le niveau des fonds propres et de la trésorerie pour apprécier la rentabilité de cette entreprise.

Le Messager. 4,56 % en 2014, 5,9 % en 2013, 8,04 % en 2012 et 6,43 % en 2011. C'est supérieur à la strate des PME.

Société Nouvelle Courrier Français. 6,49 % en 2015, 7,25 % en 2013, 2,55 % en 2012. Ou

¹¹³La catégorie des petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. (Définition Insee).

¹¹⁴Les entreprises de taille intermédiaire (ETI) constituent une catégorie d'entreprises intermédiaires entre les petites et moyennes entreprises (PME) et les grandes entreprises (GE). Elles comptent entre 250 et 4 999 salariés, et ont un chiffre d'affaires inférieur à 1,5 milliard d'euros. (Définition Insee).

¹¹⁵<http://business.lesechos.fr/directions-financieres/comptabilite-et-gestion/contrôle-de-gestion/021572808620-la-rentabilite-des-entreprises-en-baisse-reguliere-depuis-2008-205679.php> consultée le 28 décembre 2016.

¹¹⁶<http://www.verif.com/bilans-gratuits/PUBLIHEBDOS-487280018/> consultée le 28 décembre 2016.

2,12 % en moyenne sur la période 2011/2015 en intégrant les années de déficit.

Les Editions du Phare. 3,08 % en 2010, 2,06 % en 2011, 0,96 % en 2012, 4,04 % en 2014, 5,07 % en 2015. Mais ces marges sont à mettre en relation avec la trésorerie et les fonds propres accumulés sur les années. Ils sont probablement plus importants.

Sopreda 2. 3,25 % en 2011, 1,08 % en 2012, 1,09 % en 2013, 1,10 % en 2014, rien en 2015.

La Société d'édition de La Manche Libre. En agréant bénéfices et pertes sur cinq, de 2011 à 2015, on arrive à une marge moyenne de 0,23 %, ce qui est largement plus bas que la moyenne des entreprises PME.

Nouvelles éditions caribéennes. En 2014, 9,24 %, ce qui est largement plus haut que la moyenne des entreprises PME.

Société agricole d'édition et de communication de Normandie. 6,85 % en 2012, 7,06 % en 2011, 3,07 % en 2010, 6,98 % en 2009 et même 15,21 % en 2008 ! Il faut ajouter à cela l'évolution des fonds propres et de la trésorerie, qui laissent à penser que la santé économique de cette société était bonne, du moins jusqu'en 2012.

c) Le taux de profit

Le taux de profit sera ici calculé en divisant les résultats par les charges d'exploitation. Les résultats seront calculés différemment que pour la rentabilité : ils seront obtenus par l'addition des bénéfices, des produits financiers et de l'évolution de la trésorerie d'une année sur l'autre.

Le taux de profit est plus précis que la rentabilité annoncée plus haut, car il exprime la création de richesses permises par l'emploi des différents facteurs de production, quand la rentabilité ne fait que constater la part des résultats dans le chiffre d'affaires. Selon la théorie marxiste, le taux de profit a tendance à baisser avec le temps, ce qui est un facteur déterminant

des crises régulières du capitalisme. Le fait que ce ne soit pas forcément le cas dans les résultats qui suivent ne veut rien dire, car d'une part Karl Marx calcule le taux de profit en divisant le profit (ce qui reste dans la caisse du capitaliste une fois payées les fournitures, les machines, les salaires, etc.) par le capital constant (machines, matières premières, bâtiments, etc.) et le capital variable (salaires) alors que nous n'avons comme données que les « charges d'exploitation », moins précises. D'autre part, et surtout, les échantillons sont trop peu nombreux.

Publihebdos SAS. 2015 : 8,34 % (ou 6,03 % sans tenir compte des évolutions de la trésorerie) ; 2014 : 11,47 % (ou 4,83 %) ; 2013 : 4,42 % (4,08 %) ; 2012 : 1,34 % (5,26 %).

A signaler que la dette financière est passée de 20,2 millions d'euros en 2014 à 26,3 millions en 2015. Cela permet de relativiser les profits réalisés. Cela signale aussi que les employés subissent la pression à la fois de la direction de l'entreprise et des banques prêteuses.

2012 : faible taux de profit à cause d'une chute de la trésorerie entre 2011 et 2012. Mais c'est à relativiser car, dans le même temps, la dette financière a baissé de 5,35 millions d'euros (19,56 millions d'euros en 2012).

Le plus grand groupe de la PHR réalise de jolis profits mais vit à crédit. Au final, les banques émettrices des prêts sont gagnantes.

Groupe Le Messenger. 2014 : 3,27 % (ou 4,8 % sans tenir compte des évolutions de la trésorerie) ; 2013 : 0 % (ou 6,5 %) ; 2012 : 5,67 % (ou 8,94 %) ; 2011 : (7,08%) ; 2010 : (7,05%).

Pas de dette en 2014 mais des fonds propres et de la trésorerie en baisse. 2013 : bénéfices affichés mais perte de 607 993 euros de trésorerie.

Société Nouvelle Courrier Français. 2015 : 5,1 % (ou 6,68 % sans tenir compte des évolutions de la trésorerie) ; 2014 : 0 % ; 2013 : 17,45 % (ou 7,4 %) ; 2012 : 3,7 % (ou 2,51 %).

A noter que ce groupe de presse catholique obtient de jolis résultats financiers, jusqu'à 55 399 euros en 2012, environ 25 000 euros d'autres années.

Editions du Phare. 2015 : 21,46 % (5,53 % sans tenir compte des évolutions de la trésorerie) ; 2014 : 20,70 % (4,31 %) ; 2012 : 2,28 % (0,94 %) ; 2011 : 0 % (1,98 %).

Ces données sont probablement à estimer à la hausse eu égard à l'augmentation régulière des fonds propres (qui peuvent également intégrer les bénéfices de l'année), lesquels sont passés de 293 420 euros en 2010 à 926 729 euros en 2015, soit une augmentation de 316,62 %. C'est plus que le simple ajout à ces fonds propres des bénéfices annuels. Le capital de la société, donc sa richesse, a donc augmenté.

Sopreda 2. 2015 : 0 % peu importe comment on calcule ; 2014 : 1,3 % (ou 1,1 %).

La Société d'édition de La Manche Libre. Taux de profit moyen de 1,1 % sur la période 2011/2015 en tenant compte des bénéfices et des pertes. Mais les fonds propres ont diminué sur la période de 2,4 millions d'euros quand la trésorerie s'élevait de 440 000 euros.

Nouvelles éditions caribéennes. En 2014, 25,25 % de taux de profit, si l'on tient compte des hausses de trésorerie.

Société agricole d'édition et de communication de Normandie. 2012 : 20,37 %.

En survolant les pages concernant d'autres entreprises de la PHR, on s'aperçoit que la rentabilité est au rendez-vous pour de nombreux titres ou groupes, mais pas pour tous loin de là, comme on l'a vu avec Centre Presse magazine. Alors que c'est une obligation, la publicité des comptes n'est pas à jour pour certaines entreprises, avec des données qui remontent parfois à plus de dix ans ou qui sont inexistantes. Certaines sociétés sont également en défaillance (redressement ou liquidation judiciaires).

L'hypothèse d'une chute brutale des chiffres d'affaires due à la disparition ou à la diminution drastique des annonces judiciaires et légales n'est pas à écarter à moyen ou à long terme. Autres paramètres à considérer, sans que nous n'ayons d'informations précises à ce sujet : l'évolution des coûts d'impression (dépendants des coûts du papier) et bien sûr, donnée fondamentale de toute l'économie, l'évolution du coût du travail sous l'effet des politiques publiques, de la démographie, de la lutte de classe, du chômage et d'autres facteurs. L'évolution de ces facteurs pourrait entraîner une perte de rentabilité globale qui fragiliserait en premier lieu les titres déjà en mauvaise santé financière. Certains seraient encore plus dépendants des établissements de crédits pour continuer leur activité, voire seraient amenés à fermés, ou seraient rachetés, comme dit plus haut, par des groupes plus riches.

À la fin de cette étude de la rentabilité, on ne peut que souligner le manque de précision des résultats obtenus, eu égard au fait que les chiffres ne sont pas tous les mêmes et que nous n'avons pas eu accès aux comptabilités réelles des entreprises.

Comparatif des rentabilités 2015¹¹⁷

Groupes de PQR

1. Ouest France, 14,28 %
2. Le Télégramme, 2,33 %
3. Le Dauphiné Libéré, 1,48 %
4. Groupe La Dépêche du Midi, 0,21 %
5. Le Parisien libéré, 0 %

Entreprises de PHD

1. Nouvelles éditions caribéennes, 9,24 % (2014)
2. Société agricole d'édition et de communication de Normandie, 6,8 %
3. Société Nouvelle Courrier Français, 6,49 %
4. Editions du Phare, 5,07 %
5. Le Messenger, 4,56 % (2014)
6. Publihebd SAS (filiale de Ouest France), 3,59 %
7. Sopreda 2, 0
8. Société d'édition de La Manche Libre, 0

Comparatif des taux de profit 2015¹¹⁸

Groupes de PQR

1. Ouest France, 14,79 %
2. Groupe La Dépêche du Midi, 12,38 %
3. Le Dauphiné Libéré, 1,93 %
4. Le Télégramme, 1,71 %
5. Le Parisien libéré, 0 %

Entreprises de PHD

1. Nouvelles éditions caribéennes, 25,24 % (2014)
2. Editions du Phare, 21,46 %
3. Société agricole d'édition et de communication de Normandie, 20,3 %
4. Publihebd SAS (filiale de Ouest France), 8,34 %
5. Société Nouvelle Courrier Français, 5,1 %
6. Le Messenger, 3,27 % (2014)
7. Sopreda 2, 0
8. Société d'édition de La Manche Libre, 0

Le taux de profit de la filière.

Le chiffre d'affaires global de la filière a été estimé plus haut à environ 295 millions d'euros en 2015. Admettons qu'on estime que c'est légèrement surévalué étant donné l'échantillon qui a répondu à l'étude permettant l'établissement du chiffre d'affaires moyen de chaque titre. Retirons arbitrairement 25 millions pour arriver à 270 millions d'euros. Si l'on admet arbitrairement un taux de profit de 3 % de la filière en global et des charges d'exploitation

¹¹⁷ Bénéfices en pourcentage du chiffre d'affaires.

¹¹⁸ Bénéfices (globaux) en pourcentage des charges d'exploitation.

équivalentes à 90 % du total du chiffre d'affaires. Cela fait un taux de profit de la filière estimé à 7,29 millions d'euros. Même si une partie des profits sont utilisés pour financer les investissements, les amortissements et le désendettement (et encore faut-il se demander si une politique d'effacement d'ardoises de la part de banques richissimes et prospères ne pourrait pas être décidé par un Etat qui voudrait aider la presse d'information générale), cela laisse une marge de manœuvre pour créer plus de 150 emplois à 2 000 euros net sur 12 mois. Cela montre que cette filière n'est globalement pas dans une si mauvaise passe que cela, même si évidemment la situation de chaque entreprise est différente. Encore une fois, je pense que les banques ont à notre époque un grand rôle à jouer pour une relance de l'économie. Rappelons que les résultats des principales banques françaises, sans parler des banques américaines, anglaises ou allemandes, sont excellents¹¹⁹. Donnons ainsi les chiffres officiels, concernant les banques françaises, pour 2014.

Banques.

Chiffre d'affaires et résultats officiels en 2014

en milliards d'euros (taux de rentabilité)

Crédit agricole : 30,24 et 4,92 (16,27 %). **Société générale** : 23,56 et 2,69 (11,41 %). **BNP Paribas** : 39,17 et 0,157 (0,4 %). **Banque Populaire/Caisse d'épargne** : 23,61 et 3,08 (13,05 %). **Banque postale** : 5,673 et 0,677 (11,93 %). **Crédit Mutuel CIC** : 11,97 et 2,18 (18,21 %). **Crédit Mutuel Arkéa** : 1,72 et 0,269 (15,64 %).

Les banques ont largement les moyens de financer des embauches massives de journalistes dans les titres de presse d'information générale et d'améliorer les conditions de travail pour obtenir ainsi une presse de qualité au service des classes populaires. Suite à la crise financière de 2007/2008, les banques ont été aidées par les banques centrales qui les ont abreuvées d'argent frais.

Je ne crois pas que les banques joueront volontairement ce rôle de financeur d'une économie pourvoyeuse d'emplois, du moins dans la configuration socio-politique actuelle. Cela ne passera que par des luttes collectives puissantes des salariés qui dépasseront le cadre de la

¹¹⁹ <http://www.culturebanque.com/banques/classement/banques-francaises/annee-2015/> consultée le 17 janvier 2017.

presse hebdomadaire locale et auront un retentissement social, politique et idéologique large. En ce sens, la presse hebdomadaire locale ne pourra devenir une presse encore plus informative et pertinente que quand les classes laborieuses le décideront.

Passons aux emplois de la PHR.

IV. Les employés

1) Les employés de la FFPR-SPHR

Lu sur le site Web du SPHR : « L'enquête 2015 « Tableau de bord de la presse hebdomadaire régionale » porte sur les chiffres de 2014. Elle permet d'obtenir des indications sur les entreprises de PHR. » Cette étude a été réalisée, on l'a dit, auprès de 61 sociétés éditrices pour un ensemble de 90 titres.

Concernant les effectifs, en moyenne, un journal emploie 10 salariés, dont 40 % de journalistes, 13 % de cadres, 45 % d'employés et 2% d'ouvriers. Les femmes sont toujours majoritaires (60 % contre 40 % d'hommes). Cependant, dans la catégorie des journalistes, elles n'occupent que 42 % des postes (58 % pour les hommes). Dans la catégorie des employés, ce sont les femmes qui dominent largement (80 %).

La moyenne d'âge par journal est de 44 ans. 88 % des journaux utilisent des correspondants locaux de presse. En moyenne, un journal utilise 30 correspondants rémunérés ou bénévoles. 74 % des correspondants locaux sont rémunérés. Un hebdo rémunère 23 correspondants avec un budget annuel de 38 100 €¹²⁰.

Sur son site, le SNPAR annonce que les entreprises adhérentes emploient « plus de 400 journalistes professionnels »¹²¹.

Revenons sur ces données.

2) Les salaires et « les charges »

Nous reprenons ici le vocable patronal de charges, utilisé dans la littérature économique, sans toutefois souscrire à l'idéologie qu'il sous-entend. Par « charges », il faut comprendre évidemment pour une part le salaire net perçu immédiatement par le salarié et pour une autre

¹²⁰www.sphr.fr/Default.aspx?tabid=361 consultée le 5 novembre 2016.

¹²¹http://www.presseagricole.com/index2.php?page=actu_detail.php&id=41 consultée le 3 janvier 2017.

part le salaire différé qui permet le financement de la protection sociale. Les charges sont donc une partie du salaire. Ce terme péjoratif reflète la conception patronale de la rémunération salariale, uniquement vue en termes de coûts alors qu'elle seule permet la création de la valeur, et donc la rémunération, dans un second temps, après la vente de la marchandise, du capital. A noter également que toute baisse de charges décrétée par le gouvernement qui n'est pas redistribuée à 100 % en salaire net par les employeurs lèse, pour parler poliment, le salariat.

Voyons ce qu'il en est dans certaines entreprises. Toujours en tenant compte des chiffres de *verif.com*. A prendre avec des pincettes, donc.

Publihebdos SAS. Les salaires et charges sont contenus, à 25,3 millions d'euros en 2015, pour un effectif affiché de 530 personnes, en baisse de 36 unités entre 2011 et 2015. Cela fait un salaire moyen cotisations sociales comprises¹²² à 47 820 euros par an ou 3 985 euros sur 12 mois, ce qui fait un salaire net à 2 138 euros sur 12 mois ou 1 973 euros sur 13 mois. C'est plus que le salaire moyen des professions intermédiaires en France en 2013¹²³.

Les Editions du Phare. Les salaires et charges sont à 733 187 euros en 2015, pour un effectif de 24 personnes, en hausse de 9 unités entre 2012 et 2015. Cela fait un salaire moyen cotisations sociales comprises¹²⁴ à 30 549,46 euros par an ou 2 545,79 euros tout compris sur 12 mois, ce qui fait un salaire net à 1 914 euros sur 12 mois ou 1 766 euros sur 13 mois. C'est plus que le salaire moyen des professions intermédiaires en France en 2013¹²⁵.

¹²²Calculé grâce au site gouvernemental <https://embauche.beta.gouv.fr/>

¹²³<http://www.leblogpatrimoine.com/bourse/statistique-sur-les-revenus-et-le-niveau-de-vie-des-francais-en-2016.html> consultée le 20 décembre 2016.

¹²⁴Calculé grâce au site gouvernemental <https://embauche.beta.gouv.fr/>

¹²⁵<http://www.leblogpatrimoine.com/bourse/statistique-sur-les-revenus-et-le-niveau-de-vie-des-francais-en-2016.html> consultée le 20 décembre 2016.

Groupe Sopreda 2. Les salaires et charges sont à 2 millions d'euros en 2015, pour un effectif de 34 personnes. Cela fait un salaire moyen cotisations sociales comprises¹²⁶ à 58 823 euros par an ou 4 902 euros tout compris sur 12 mois, ce qui fait un salaire net à 2 648 euros par mois sur 12 mois ou 2 444 euros sur 13 mois. C'est bien plus que le salaire moyen des professions intermédiaires en France en 2013¹²⁷.

Société d'édition de La Manche Libre. Les salaires et charges sont à 2,6 millions d'euros en 2015, pour un effectif de 57 personnes. Cela fait un salaire moyen cotisations sociales comprises¹²⁸ à 45 614 euros par an ou 3 801 euros tout compris sur 12 mois, ce qui fait un salaire net à 2 042 euros par mois sur 12 mois ou 1 884 euros sur 13 mois. C'est plus que le salaire moyen des professions intermédiaires en France en 2013¹²⁹.

Vu les bénéfices, les fonds propres et la trésorerie de ces entreprises, ces salaires ne paraissent pas supérieurs à ce qu'ils devraient être pour ne pas mettre en péril la survie de ces sociétés. Dit plus simplement, ces salaires permettent aux-dites sociétés de réaliser des bénéfices et d'engranger trésorerie et fonds propres, comme on l'a vu plus haut.

Rappelons qu'il s'agit ici de moyennes, un outil qui ne peut manquer de dissimuler de fortes disparités salariales et qui ne tient pas compte des différents types de contrats, notamment des contrats à durée déterminée. De plus, une partie des revenus patronaux est versée sous la forme de « salaires » aux employeurs, dans bien des entreprises. Ces « salaires » d'employeurs sont souvent bien supérieurs aux salaires de simples salariés. Ils font donc monter la moyenne, et obscurcissent la vision de l'observateur sur la réalité des revenus des travailleurs dans la-dite entreprise.

¹²⁶Calculé grâce au site gouvernemental <https://embauche.beta.gouv.fr/>

¹²⁷<http://www.leblogpatrimoine.com/bourse/statistique-sur-les-revenus-et-le-niveau-de-vie-des-francais-en-2016.html> consultée le 20 décembre 2016.

¹²⁸Calculé grâce au site gouvernemental <https://embauche.beta.gouv.fr/>

¹²⁹<http://www.leblogpatrimoine.com/bourse/statistique-sur-les-revenus-et-le-niveau-de-vie-des-francais-en-2016.html> consultée le 20 décembre 2016.

L'existence de certaines trésoreries, fonds propres et marges importants ne peut manquer d'interpeller toute personne soucieuse de la lutte contre le chômage, à une époque où nombre de journalistes sont touchés par ce fléau. On l'a dit plus haut : peut-être une partie de ces provisions pourrait-elle être utilisée pertinemment pour embaucher des professionnels de l'information ?

Il en va évidemment tout autrement pour bien des petites entreprises, éditrices d'un seul journal, qui tirent parfois la langue – sans vouloir assombrir outre mesure leur situation – surtout dans un contexte de baisse des recettes publicitaires, des ventes au numéro et du nombre d'abonnements.

3) Le taux de surtravail

Le taux de surtravail est intéressant pour montrer le niveau d'exploitation des salariés d'une entreprise. Cela permet de montrer à partir de quand un salarié ne travaille plus pour lui mais pour son employeur. Par exemple, si le taux de surtravail est de 30 %, cela signifie que le salarié travaille pour lui 70 % de son temps (soit 24 h 30 sur une semaine de 35 h) et 30 % gratuitement, pour son employeur. Ce taux de surtravail se calcule en divisant les résultats (bénéfices, produits financiers et trésorerie nouveaux) par les salaires et charges salariales. Plus il est élevé, plus l'exploitation, au sens strict, des travailleurs est grande.

Publihebdos SAS. Taux de surtravail 2015 : 21,1 %.

Cette exploitation est obtenue, notons-le, tout en proposant un salaire moyen supérieur à celui des professions intermédiaires en France.

Magazine Centre France. Taux de surtravail 2015 : inexistant, et pour cause, car la société ne présente que des pertes et une baisse des fonds propres et de la trésorerie. Cela illustre

toutefois qu'une entreprise déficitaire peut continuer à fonctionner si les banques continuent de lui prêter. En ce sens, les salariés ne sont alors plus exploités seulement par l'entreprise mais aussi par la banque qui perçoit chaque année des intérêts sur les crédits qu'elle a attribués à l'entreprise. La dette financière de plus de 14 millions d'euros de cette entreprise est la promesse d'une exploitation accrue des travailleurs pour les prochaines années, voire pire, d'une perte d'emplois ou de licenciements en fonction des décisions des propriétaires et des banquiers.

Le Messager. Taux de surtravail 2014 : 6,46 %.

Société Nouvelle Courrier Français. Taux de surtravail 2015 : 13,68 %.

SA HCR (Hebdomadaires catholiques régionaux). Taux de surtravail 2015 : 4,76 %.

Les Editions du Phare. Taux de surtravail 2015 : 62,96 %. Ce taux énorme est obtenu en calculant le surtravail par l'addition des bénéfices, des produits financiers et de la nouvelle trésorerie de 2015 par rapport à 2014. Il va sans dire que les salariés de cette entreprise devraient demander séance tenante des embauches et une large augmentation salariale, surtout dans une région où les prix du logement et des biens de consommation sont plus élevés, comme c'est le cas sur la côte Atlantique en Charente-Maritime et encore plus à l'île de Ré.

Groupe Sopreda 2. Taux de surtravail 2015 : 0 %. Mais en 2015 l'entreprise s'est désendettée, ce qui n'a pu passer que par une exploitation rigoureuse des salariés, selon le même raisonnement que pour le groupe Centre France Magazine.

Société d'édition de La Manche Libre. Pas de bénéfices là aussi en 2015. Mais cette année a vu un fort désendettement avec près de 80 % de la dette du groupe qui a été réglée. Si l'on rapporte ce niveau de désendettement (784 418 euros) aux salaires et charges salariales, on obtient un taux de surtravail de 30,22 %.

Un syndicaliste pourrait suggérer qu'au lieu de passer dans les coffres des banques, qui ont déjà bien assez d'argent, les résultats de l'activité de l'entreprise pourraient plutôt servir à

embaucher et à augmenter les salaires. Ceci dit, encore une fois, un capitaliste ne raisonne pas ainsi. Il pense à la rentabilité mais aussi parfois à ses intérêts de long terme, qui lui apparaissent presque toujours antagoniques avec le fait d'augmenter la masse salariale. Le coût du travail (le prix payé pour acheter la force de travail nécessaire à la production) est une variable d'ajustement inévitable si l'on se place du point de vue des propriétaires des moyens de production.

Nouvelles éditions caribéennes. Taux de surtravail 2014 : 131,17 %. Ce taux énorme est obtenu en additionnant la différence des trésoreries 2014 et 2013 (147 572 euros) aux bénéfices également de 97 335 euros. Même remarque que pour les éditions du Phare en ce qui concerne l'attitude qui devrait être celle des salariés (dont on ignore les réalités quotidiennes) vis-à-vis des marges réalisées.

La société agricole d'édition et de communication de Normandie. Taux de surtravail 2012 : 115,27 %. On n'a pas les derniers comptes de résultats, mais s'ils sont sur la même lignée, les salariés de la Saecno peuvent demander une augmentation de salaires.

Le taux de surtravail doit être le plus élevé possible pour une entreprise, si elle veut être compétitive par rapport à ses concurrentes. Un fort taux est le gage d'une bonne santé de la société, même si évidemment, cela souligne aussi la passivité ou le manque de combativité des salariés et peut aussi sous-entendre des conditions de travail mauvaises.

4) Journalistes

Passons à l'étude des grilles de salaires signées par la FPPR et le SPHR avec les divers syndicats. Cela concerne les journalistes.

La grille de la PHR est, de l'avis d'un syndicaliste, la grille la moins favorable de toute la presse. Le dernier accord entre le patronat (FPPR/SPHR) et les syndicats date du 1er mai

2014 et a amené à une augmentation de 0,8 %¹³⁰. La valeur du point est désormais de 12,17 euros. Le salaire brut maximal, pour la fonction Rédacteur en chef (coefficient 190) est de 2 312,30 euros. Le salaire minimal (coefficient 112, fonction de rédacteur stagiaire du 1er au 12e mois) est de 1 363,04 euros, inférieur au Smic. Mais le salaire minimum professionnel garanti (SMPG) est de 1 517,69 euros. Le salaire des coefficients 112 à 120 étant inférieur à ce montant, il doit être élevé à ce niveau. 1 517,69 euros brut, cela représente 1 199 euros net, soit cinquante euros au-dessus du Smic (au 1er janvier 2017, 1 480,27 euros brut ou 1 149,07 euros net). Il est vrai que la convention collective fait état d'un treizième mois obligatoire pour tout journaliste. Mais cela est-il appliqué dans tous les titres ? Il est certain que non (exemple certain au moins pour un titre situé dans un département d'outre mer). Avec l'allocation pour frais d'emploi de 7 650 euros à déduire de son revenu fiscal annuel, le montant de l'impôt sur le revenu est diminué. Mais tous les journalistes le savent-ils ? L'utilisent-ils ?

Des majorations de salaires de 10 % ou de 15 % sont prévues pour des cas particuliers (tirage de plus de 20 000 exemplaires, périodicité). Une indemnité pour appareil photographique personnel de 38,11 euros existe également.

Ajoutons également que, d'après notre expérience et des échanges avec des confrères, le paiement des heures supplémentaires est tout sauf la règle dans cette forme de presse. C'est donc un salaire qui est d'autant diminué.

Selon le patronat de la FPPR, le salaire moyen brut mensuel dans la PHR est de 2 200 euros. L'amplitude de la grille est d'environ 70 %. Pour avoir une idée du niveau de rémunération de cette grille, il faut la comparer à celles des autres catégories de médias. A France télévision, un journaliste rédacteur reporter est payé au minimum 32 800 euros brut¹³¹, soit 2 523 euros brut mensuels sur 13 mois. L'échelon le plus bas de cette grille (celui de stagiaire excepté) est

¹³⁰ <http://www.snj.fr/bareme/r%C3%A9gionaux-fppr-sphr-0> consultée le 19 janvier 2017.

¹³¹ <http://www.snj.fr/content/france-t%C3%A9l%C3%A9vision> consultée le 19 janvier 2017.

donc supérieur à l'échelon le plus haut de la grille de la PHR. A Radio France¹³², le premier échelon (rédacteur reporter moins de 3 ans) doit percevoir 2 160,28 euros brut par mois. C'est plus qu'un rédacteur en chef adjoint (l'avant-dernier échelon sur la grille) en PHR. Quant à la grille salariale de la PQR¹³³, elle commence (hors stage) à 1 706,01 euros brut par mois mais se projette à 1 961,91 euros brut par mois au bout d'un an de titularisation. Elle peut monter jusqu'à 5 118,02 euros par mois (rédacteur en chef). La grille de la presse quotidienne nationale¹³⁴ va de 2 139,03 euros brut par mois à 5 371,24 euros par mois. Après un an, le rédacteur accède au coefficient 149 qui implique un salaire de 2 451,66 euros brut par mois. C'est là aussi supérieur au plus haut coefficient de la grille salariale de la PHR.

La FNPS¹³⁵ (dont dépend le SNPAR qui regroupe la presse agricole départementale) a une grille de salaire un peu supérieure à celle de la PHR : de 1 498 euros brut par mois (hors stage) à 2 552 euros brut par mois.

Les négociations.

Des négociations sur les salaires des journalistes employés par des titres de la FPPR ont lieu régulièrement entre représentants des employeurs et des journalistes. En février 2016, certains syndicats (SNJ et SNJ CGT) demandaient 2 % d'augmentation du point, d'autres (CFDT et FO) 0,5 %. Les patrons ont proposé 0 %, comme en 2015. Ils ont expliqué ne pas avoir la moindre marge de manœuvre eu égard à la baisse de la diffusion (estimée par eux à 5 %), aux incertitudes sur les annonces légales, à la hausse annoncée des tarifs postaux, etc. Ils ont également évoqué une absence d'inflation, même si le mode de calcul de l'inflation peut être remis en cause¹³⁶, ce qui signifie que l'inflation vécue par beaucoup est supérieure à celle calculée par l'Insee. Ils ont omis de signaler les « bonnes nouvelles » pour eux : annonces du gouvernement sur le CICE et nouvelles baisses de cotisations.

¹³² <http://www.snj.fr/content/radio-france> consultée le 19 janvier 2017.

¹³³ <http://www.snj.fr/bareme/r%C3%A9gionaux-spqr> consultée le 19 janvier 2017.

¹³⁴ <http://www.snj.fr/bareme/parisiens-spqn> consultée le 19 janvier 2017.

¹³⁵ <http://www.snj.fr/content/sp%C3%A9cialis%C3%A9s-fnps> consultée le 19 janvier 2017.

¹³⁶ <http://www.cgt.fr/L-indice-des-prix-ne-reflete-pas.html> consultée le 17 janvier 2017.

La révision de la grille de salaires des journalistes est également au sujet des discussions. Le SNJ et le SNJ-CGT ont conçu une nouvelle grille prévoyant que la polyvalence multimédia soit rémunérée par l'octroi de 10 points d'indice supplémentaires. La charge de travail de beaucoup de journalistes de PHR a augmenté depuis qu'on exige d'eux qu'ils contribuent quotidiennement au site Web de leur journal. Le patronat ne s'est pas montré défavorable à la proposition, mais a fait une proposition minimale : la grille démarrerait au-dessus du Smic et même du SMPG mais son amplitude serait diminuée, de 69 % à 49 %. Les coefficients actuels ne seraient revalorisés que de 1,5 %, en moyenne.

Selon un syndicaliste journaliste participant aux négociations, le patronat ne veut pas entendre parler de majoration liée au multimédia ni même de fonctions Web. C'est probablement car leur activité ne rapporte pas grand-chose.

Le 18 novembre a eu lieu une nouvelle réunion à laquelle ont participé le SNJ, le SNJ-CGT et la CFDT. Les propositions avancées quelques mois avant par la CGT et le SNJ ont été jugées inabordables par les employeurs qui ont paru plus intéressés par les propositions de la CFDT.

Les négociations semblent ne pas aller très vite, car les employeurs ne paraissent pas décidés à procéder au rattrapage nécessaire sur les grilles des salaires des employés de leurs entreprises.

Dans un communiqué paru le 14 janvier 2017, le SNJ, premier syndicat des journalistes, rappelle que « la grille salariale de la presse hebdomadaire régionale (PHR) démarre à 1 363,04 euros brut. Loin, très loin du Smic dont la valeur est de 1 480,27 euros depuis le 1er janvier. Dans cette grille misérable, les trois premiers échelons sont inférieurs au Smic. La PHR, majoritairement détenue aujourd'hui par les groupes de presse quotidienne régionale, va-t-elle enfin accepter de mettre à jour sa grille salariale ? C'est l'enjeu d'une négociation en cours qui porte sur les minima, donc, et sur les classifications. Le SNJ défend dans cette négociation le principe de la rémunération du travail bimédia : car la charge de travail a

explosé en presse hebdo avec l'alimentation – en continu – du site Internet. »

Une réunion de négociation a eu lieu le 20 janvier 2017 à Paris au siège de la FPPR. Fin janvier, suite à cette négociation, la CFDT-Journalistes s'est fendue d'un communiqué, dont une partie a déjà été citée plus haut. Il dénonce le faible niveau des propositions des employeurs.

« L'ultime réunion de négociation qui s'est déroulée le 20 janvier dernier au siège de la SPHR à Paris [...] aboutit à une augmentation a minima de la grille des journalistes, sans aucune révision des classifications de postes », selon la CFDT qui poursuit : « Du côté des organisations syndicales, cette négociation était abordée avec une certaine confiance, après la signature, l'an passé, d'une nouvelle grille des employés et ouvriers en hausse de plus de 6 % en moyenne. Mais entretemps, le vent a tourné, et les négociateurs se sont heurtés à un véritable mur côté patronal : non à l'augmentation des salaires de base, même si dans la réalité de nombreux journalistes n'en bénéficieraient qu'à la marge, sur le calcul de l'ancienneté ; non à l'intégration des tâches web dans les classifications ; non au paiement des fonctions bi-médias... »

« Au final, déclare la CFDT, les journalistes de PHR devront donc se contenter d'une revalorisation de grille de 3,54 % en moyenne au 1er juillet 2017. Il y avait urgence à agir, car depuis le 1er janvier 2017, ce sont les quatre premiers indices de la grille (112, 115, 120 et 125) qui ont été rattrapés par le salaire minimum de branche (SMPG), fixé à 1554,32 €. Ce document est mis à la signature des organisations syndicales jusqu'à la fin du mois de février. Pour la CFDT-Journalistes, le compte n'y est pas et cette revalorisation insuffisante est le signe du plus grand mépris des patrons pour des journalistes jugés plus que jamais usables et corvéables à merci. »

Une nouvelle réunion aurait eu lieu le 24 février.

Le niveau des salaires des journalistes dans ce type de presse est un réel problème. Comment

être indépendant de toute pression quand on gagne moins de 1 200 euros net par mois ? Comment croire que quelqu'un chargé d'informer ses concitoyens sur les évolutions d'un territoire aura l'esprit tranquille en sachant qu'il doit payer son loyer, sa nourriture, ses frais de véhicule, ses impôts, ses sorties (obligatoires dans un tel métier) rien qu'avec un salaire aussi faible ?

Le bas niveau des salaires est un obstacle à la réalisation des devoirs des journalistes contenus dans les chartes déontologiques. Comme dans les autres professions subissant des salaires trop bas pour vivre dignement, il est une composante des mauvaises conditions de travail et participe d'une possible dégradation des productions, quand bien même la majeure partie des torts revient, sur ce plan, aux directions d'entreprises et à leurs choix éditoriaux presque toujours trop orientés vers la satisfaction des annonceurs au détriment de l'information éclairante et indépendante des forces de l'argent.

Conclusion

Les titres de presse hebdomadaire régionale sont encore pour une bonne partie (environ un quart d'entre eux) des journaux édités par des petites entreprises indépendantes. Combien de temps cela durera-t-il encore ? L'évolution de ce secteur de presse va dépendre de sa situation économique, laquelle est conditionnée par de multiples facteurs dont certains ont été évoqués ici. Entre diminution du lectorat, baisse des recettes, appétit des grands groupes, l'horizon semble plutôt à une poursuite de la concentration des titres, mais il faudrait une étude plus précise pour bien le déterminer.

Pour les journalistes qui veulent faire honnêtement et correctement leur métier, l'enjeu est d'acquérir une indépendance réelle, en étant libérés de la tutelle des annonceurs, des patrons de presse et de l'Etat. Cela peut paraître utopique à l'heure où les suppressions d'emplois et la précarisation poursuivent leur travail de sape. Reste qu'il est difficile d'imaginer une presse réellement au service des idéaux d'égalité et de justice sociale sans journalistes totalement « déchainés ». On en est encore loin en PHR comme dans les autres secteurs de la presse. Pour tendre vers ce but, les journalistes doivent déjà résister au quotidien en refusant la dégradation des conditions de travail (polyvalence, horaires, repos, heures supplémentaires) la déqualification et en exigeant une amélioration importante de leurs conditions de rémunération et des embauches.

Enfin, le rôle du secteur bancaire dans la société est interrogé par la situation de cette branche de l'économie (comme d'ailleurs de bien d'autres ; ce propos peut s'élargir à l'ensemble de l'économie). Des entreprises sont en danger sur le plan économique, des salariés sont licenciés, des postes supprimés. Ce plan social géant se fait à l'échelle de petites entreprises, et se voit donc moins que quand il touche une PME ou une grande entreprise, comme dernièrement *la Voix du Nord*. Dans ce contexte, le secteur ne doit-il pas promouvoir l'emploi, l'amélioration de la vie des hommes sur toute la planète, plutôt que de satisfaire la cupidité des capitalistes ?

Et l'Etat dans tout cela ? Ne peut-il rien face à l'économie, hormis arroser les entreprises d'argent public, comme le prétendent (et l'appliquent) tous les gouvernements français depuis des décennies ?

Contact : guillemboyer52@yahoo.fr