



Woippy, le 26 mai 2025

De toutes les matières, c'est la com' qu'il préfère...

Depuis quelques semaines, les journalistes du groupe Ebra se frottaient les yeux, n'osant donner foi à la rumeur venue du pôle ADN (*Alsace-Dernières Nouvelles d'Alsace*) : les titres de presse quotidienne régionale du groupe du Crédit mutuel, par le biais de leurs régies publicitaires, proposeraient aux maires sortants de vanter leur bilan dans les pages de nos journaux, avant les élections municipales. **Cela rédigé par des « experts » de « nos médias locaux et reconnus ».**

Mais voilà que le 20 mai, sans aucun complexe, le directeur général du *Républicain Lorrain* a confirmé qu'effectivement, Ebra Medias avait lancé cette même campagne sur son pôle ERV : « J'aime beaucoup quand notre journal sert de tribune », a-t-il lancé, en prenant l'exemple des « chasseurs et des communautés de communes ». Allant même jusqu'à ne pas comprendre pourquoi *Le Républicain Lorrain* s'interdirait de capter cette manne, comme d'autres « journaux » ou « bulletins » de promotion des élus...

Pourquoi ? Mais parce que ***Le Républicain Lorrain* est un outil d'information**, pardi. Réalisé par des journalistes. La Direction ne voit pas les choses sous cet angle : « Si on refuse cette campagne, cela revient à dire que nous ne sommes pas un support de communication. » Mais oui, nous n'en sommes pas un ! « Ça revient à dire que la pub, c'est sale, et qu'on n'en veut pas », grossit le directeur général. Et v'lan, encore une frontière sautée ! Effectivement, l'information n'est pas de la communication, et la communication n'est pas de la publicité.

Le RL n'a pas vocation à se vendre aux politiques, sinon c'est la porte ouverte à toutes les dérives. Sans même aller jusqu'à s'interroger sur les questions « Qui sont ces experts qui vont rédiger les textes ? » ; « Qui tendra le micro à l'opposition quand elle souhaitera démentir ? » ; ou encore « Le contenu sera-t-il explicitement présenté comme non-éditorial ? », le SNJ-CGT rejette en bloc cette initiative de la régie recyclant notre journal, payé par les lecteurs en quête d'information, pour donner carte blanche à des politiques qui cherchent à persuader ces mêmes lecteurs de voter pour eux, aux frais de leur commune.

La Presse quotidienne régionale a un rôle démocratique crucial à jouer lors des élections locales. C'est son cœur de métier, le moment phare de la vie de ses rédactions. Elle n'est pas un réseau social, où toutes les opinions pourraient s'exprimer, moyennant finances, sans vérification, hiérarchisation ou contradictoire. Si n'importe quel maire peut faire sa promo dans le journal au mépris - peut-être - des faits, comment les lecteurs-citoyens pourraient-ils continuer à nous faire confiance en tant que média ? Et en tant que journalistes ?

C'est donc moralement, déontologiquement, commercialement, éditorialement condamnable. **Mais surtout, cela condamne la crédibilité de nos rédactions et de notre titre.** Ou plutôt, pour parler « banque », c'est une « bombe » lancée sur la « marque » Ebra. Le pôle BJP (regroupant *Le Bien Public*, *Le Journal de Saône-et-Loire* et *Le Progrès*) semble l'avoir compris : cette campagne y a été « ajournée »...