

MAIN BASSE -7- SUR LA PRESSE

le quotidien
du peuple



Quel est le journal le plus vendu en France ? Ce n'est pas «France-Soir», ce n'est pas le «Figaro», ce n'est aucun des titres de la «presse parisienne» : c'est «Ouest-France». Le groupe Aigles dans la région Rhône-Alpes, celui du «Provençal» autour de Marseille, «Sud-Ouest», «L'Est Républicain» et les titres qu'il a absorbés : tels sont en réalité, les grands de la presse française. Dans leurs zones de diffusion, il n'est pas rare qu'ils se taillent environ 80% du marché.

Fondés pour la plupart sur les nombreuses pages de petites nouvelles locales, avec une «une» et une ou deux pages d'information nationale et internationale, ces journaux, qui se présentent généralement comme «apolitiques», jouent en réalité un rôle décisif dans l'orientation de l'opinion. S'ils peuvent contribuer à faire un député, à favoriser un candidat à la présidence de la République, c'est encore plus dans les élections municipales que leur intervention se révèle décisive. C'est dire l'importance qu'ils vont présenter au cours des semaines à venir.

LES GRANDS «APOLITIQUES» REGIONAUX

GASTON DU PROVENÇAL A L'HEURE DES MUNICIPALES

Le 25 janvier dernier, à la troisième page du *Provençal*, un titre barre presque toute la page : «*Au plan social, l'opération «Sainte-Barbe» est déjà une réussite. La butte des Carmes: partie prenante dans le rééquilibrage du centre-ville*». Tout est beau, dans cette opération de rénovation menée en plein centre de Marseille «non pas en fonction du contenant, c'est à dire des immeubles, mais du contenu, c'est-à-dire des habitants» ; «On demande à chaque famille, à chaque occupant d'un appartement de dire où et dans quelles conditions il souhaite être relogé. Et l'on se met en quatre pour le satisfaire».

Une remarque pourtant : «on peut simplement regretter que les vieux immeubles promis à la pioche puissent difficilement attendre, et qu'au mois de novembre, l'un d'eux se soit effondré sur ses locataires, en tuant un, en blessant trois». Mais madame Vignal, de la SONACOTRA est là pour rassurer les lecteurs : à part ce petit détail, tout se passe pour le mieux.

LA CAMPAGNE EST OUVERTE

A l'époque de l'écroulement, le même *Provençal* s'écriait sans sourciller : «C'est un scandale d'oser louer des maisons pareils!». Mais oubliait de préciser qu'une grande partie d'entre elles appartient à la municipalité. Celle-ci, avant de les détruire, en tire le maximum en les louant, par Sonacotra interposée, à des travailleurs immigrés : pour vingt chambres, trois millions anciens par an.

Si, aujourd'hui, le *Provençal* en reparle, c'est que, virtuellement, la campagne des élections municipales est ouverte. Le député-maire, propriétaire du journal, Gaston Defferre, n'entend pas trop laisser le soin à d'autres de resoulever la question ; en cette période, comme pour chaque élection, ce genre d'article commence à se multiplier, naturellement. Mais le rôle de propagande n'est pas réservé à ces

moments aigus de la vie politique : en permanence, le *Provençal* est la tribune de Gaston.

L'OEIL A TOUT

Celui-ci, d'ailleurs, y a un droit de regard absolu sur une série de sujets locaux, jugés particulièrement explosifs : les éboueurs, le métro, l'opéra, les pompes funèbres (où une délicate affaire oppose FO et la CFDT qui tente de remettre en cause le monopole de son implantation). Qu'il soit à Paris, à Marseille ou ailleurs, Gaston veille au grain : ne dit-on pas qu'au cours de son récent voyage avec Mitterrand en Amérique du Sud, il se faisait téléphoner certains articles ?

PATRON DE CHOC

Au reste, demeurer à la tête d'une pareille entreprise suppose de réelles qualités patronales. Le maire de Marseille n'en manque pas : n'est-ce pas Amaury qui le félicitait d'avoir, le premier en France «cassé» le syndicat CGT du livre dans son imprimerie, pour y implanter solidement une FO bien domestiquée ? Lors de l'occupation policière du *Parisien*, on a eu l'occasion de s'en rendre compte ; le deuxième jour, alors que la grève se poursuivait partout ailleurs, le *Provençal* ne craignait pas de réparaître «à la demande du personnel». Dès la veille, à la même imprimerie, on avait tiré le *Méridional-la-France*.

Car le journal réactionnaire local, où Domenech s'est rendu célèbre par les propos racistes qui lui avaient valu un procès intenté par le MRAP, doit beaucoup à Defferre. Non seulement l'imprimerie est la sienne, mais encore, tous les jours, six pages communes paraissent en même temps dans les deux journaux : ainsi est maintenu, à sa place, un «concurrent» pas trop gênant parce que bien domestiqué, et, au fond, pas si éloigné que cela politiquement.

PROVENCE : LE GROUPE DEFFERRE

Maire de Marseille, président du groupe socialiste à l'Assemblée Nationale, candidat aux élections présidentielles à l'occasion, et très certainement ministrable le jour où un gouvernement serait dirigé par le parti socialiste, Gaston Defferre est également patron de presse. Voici, en tout pluralisme, le petit empire qui est le sien dans la région marseillaise :

«Le Provençal» (13 éditions locales) ... 188 000 exemplaires
«Le Provençal Soir» 37 000 exemplaires
«Var-Matin République» (10 éditions) ... 78 000 exemplaires
«Méditerranée-La France» (12 éditions) ... 66 000 exemplaires
et les journaux du dimanche : «Le Provençal Dimanche», 193 000 exemplaires, «Méditerranée-La France-Dimanche», 66 000. Il faut ajouter «Poche-Soir», qui a rapidement coulé le bulletin des spectacles lancé avant lui : «Sortir».

Autour de ces journaux : deux sociétés de régie publicitaire, Euro-Sud (pour le Midi) et Média-Sud (pour la publicité nationale) ; une société de gestion : Sud Marketing ; une entreprise d'informatique : la SEMI ; une agence de presse nationale, l'Agence Centrale de Presse.

Lorraine

PDGs EN LIBERTÉ

Le 29 juin 1973, «L'Est Républicain», journal de Nancy, diffusé essentiellement en Meurthe et Moselle, dans la Meuse, les Vosges, le Doubs, la Haute-Marne, la Haute-Saône et à Belfort, achète tous les journaux de Franche-Comté ; le numéro du jour de ce quotidien écrivait : «L'information de qualité, aujourd'hui, coûte très cher (...). Pourquoi, dès lors, ferait-on grief aux entreprises de presse de rassembler leurs forces si elles ont pour objectif de proposer à leurs lecteurs des journaux qui, tout en conservant leur identité et la marque de leur province, soient mieux présentés et plus riches en subs-

tance ? Des journaux plus libres aussi».

Le 10 août 1974, «L'Est Républicain» est amené à donner des précisions sur la société anonyme qui l'édite. On y remarque : le principal actionnaire, Robert Vilgrain, avec 43 000 actions de 2 000 centimes chacune. Monsieur Vilgrain est l'ancien PDG des Grands Moulins de Nancy et le PDG des Grands Moulins de Paris. A ses côtés, Monsieur Charles Boileau, qui possède, lui, 29 000 actions à 2 000 centimes. Monsieur Boileau est le PDG des Chaudronneries Lorraines.

Tout un monde ! Celui de la presse «libre» d'appartenir

à patronat. Et un monde dans lequel on s'agite : M. Boileau vient, à la date citée, d'acheter les parts de M. Vilgrain. Pourquoi donc ? Parce que le premier, qui n'a pas goûté la campagne en faveur de Servan-Schreiber menée par le journal aux élections législatives partielles de 70, menaçait de vendre ses actions au concurrent régional : «Le Républicain Lorrain». Mais J.J.-S.S. n'aura pas trop de souci à se faire : M. Boileau s'est porté à son secours.

Ainsi va la presse «apolitique» locale, celle qui, plus que toutes autres, «fait» l'opinion au moment des élections.

Rhône-Alpes

POUR TOUS LES GOÛTS

Un nouveau journal est né. Il s'appelle tout simplement «le journal». Il sera diffusé dans la région lyonnaise. Tendence politique : centre droit, annonce son promoteur, monsieur Gallois, directeur général du *Dauphiné libéré*. Le groupe continuera cependant à éditer sur Lyon un autre titre : *Dernière Heure Lyonnaise*. Toujours selon monsieur Gallois, son orientation sera «nettement à gauche».

Ainsi vont la droite et la gauche, telles qu'on les conçoit dans les groupes de presse régionaux : monsieur Defferre, socialiste, n'a-t-il pas à Marseille son protégé «de droite» dans son groupe de presse du *Provençal* ? Naturellement, tout cela n'empêchera pas que, sur l'agglomération lyonnaise, la

primauté reste sans conteste au *Progrès*. De toute manière, l'argent, là encore, ira dans les mêmes caisses : celles du groupe AIGLES, qui rassemble les deux géants de la région Rhône-Alpes, autrefois concurrents : le *Progrès*, et le *Dauphiné libéré*. Comme il y a fort à parier que le *Progrès*, après avoir fait toutes les campagnes de Pradel, fera celle de son «héritier» Collomb.

Mais le nouveau quotidien qui paraît à Lyon intéresse fort ses collègues du syndicat patronal de la presse régionale, pour de toutes autres raisons que ces petites manipulations, somme toute fort classiques. C'est par le public qu'il

visait explicitement : celui-ci va «des cadres moyens aux chefs d'entreprise». Contrairement à ce qui se fait habituellement dans la presse locale, une grande place sera accordée aux informations politiques, économiques, internationales, et culturelles. Depuis que les projets de publication en fac-similé de l'empire Hersant se précisent, les grands seigneurs régionaux, vedettes des forts tirages, commencent à craindre que le *Figaro* nouvelle formule n'en vienne, comme il va le faire en fusionnant avec *Paris-Normandie*, à les concurrencer en publiant des pages locales, ce qui est techniquement très envisageable. C'est, au moins, ce que ces messieurs se sont dits lors de leur dernière réunion.