PARTI SOCIALISTE
CENTRE DE DOCUMENTATION

«ACTUALITE»

L'INFORMATION ASSERVIE

PARTI SOCIALISTE

Fondation Jean-Jaurès

PARIS
CENTRE DE DOCUMENTATION SOCIALISTE

Coll. Fondation Jean-Jaurès

PRESENTATION

Quelques semaines avant cette campagne présidentielle imprévue, François Mitterrand attirait l'attention, lors d'une conférence de presse, sur les menaces que faisait peser sur l'information des Français le gouvernement en place.

Il demandait aux secrétariats nationaux à la formation et à la presse de préparer un dossier dénonçant l'offensive systématique menée par le pouvoir.

Cette brochure préparée par Nicolas Brimo est d'ores et déjà un instrument de la campagne qui se développe pour la victoire du candidat de la gauche.

Lionel JOSPIN
Secrétaire National
à la Formation

Fondation Jean-Jaurès

INTRODUCTION

L'attaque vient de loin. Depuis des années, elle a connu les formes les plus diverses. Mais ceux qui la mènent n'ont jamais perdu de vue leur objectif. Ils sont maintenant bien près de l'atteindre : le 1er janvier 1975, si devait entrer en vigueur la nouvelle réforme de l'O.R.T.F., issue de ce que l'on appelle le « plan Marceau Long », approuvé par le conseil des ministres, le démantèlement de l'Office de la Radiodiffusion-Télévision Française serait un fait accompli. Le terrain serait libre pour les quelques groupes privés qui attendent avec impatience la fin de ce monopole dont l'existence les a jusqu'à présent empêchés de mettre la main sur l'arme absolue de l'information.

On ne comprend rien à la réorganisation de l'O.R.T.F., et à l'âpre bataille livrée par l'ensemble des syndicats des personnels de l'Office pour tenter d'y faire échec, si l'on n'en retient que l'aspect technique (ce qui est précisément le vœu du gouvernement). Le public réclame des programmes. Quand il en est privé, sans qu'aucune explication de fond lui soit jamais donnée, il a tendance à s'en prendre à ceux dont on lui dit que la grève a entraîné la suppression de telle ou telle émission. Et quand on lui suggère que la décentralisation projetée permettra d'assurer une production plus régulière et plus diversifiée, pourquoi ne le croirait-il pas ?

Mais le vrai problème n'est pas là. Le nouveau plan de réforme n'a pas d'autre signification que de s'inscrire très directement dans une politique systématique de mainmise sur les grands moyens de communication afin qu'ils deviennent plus encore des instruments au service d'un pouvoir qui a de plus en plus tendance à confondre l'information et la propagande.

Le ministre Jean-Philippe Lecat l'a avoué lui-même lorsqu'il a énuméré récemment les quatre éléments de la réorganisation de l'information qu'il est chargé de mettre en œuvre :

— mise en place de la délégation à l'information,
— réorganisation des services juridiques et techniques,
— création d'un institut d'étude des problèmes de communication,
— décentralisation de l'O.R.T.F.

Au moins les choses sont claires et c'est bien dans son contexte général que se situe le plan Marceau Long. Non content d'avoir favorisé dans la presse écrite régionale des restructurations qui ne laissent subsister, à trois ou quatre exceptions près, que des grands quotidiens favorables au pouvoir, non content de s'être assuré, par l'intermédiaire de la S.O.F.I.R.A.D. ou de l'agence Havas, le contrôle total ou partiel de l'ensemble des postes de radio périphériques, non content encore d'avoir fait des journaux télévisés régionaux des officines de propagande pour les préfets et les députés U.D.R., non content enfin d'intervenir abondamment sur les antennes nationales de la Télévision, le gouvernement veut maintenant diviser cet empire que constitue l'O.R.T.F. pour mieux régner sur lui.

Affaibli dans ces structures, l'Office résistera moins encore à la pénétration des intérêts privés qui ont gagné la première manche en 1968, avec l'introduction de la publicité de marques et qui s'apprêtent à gagner la seconde — et la partie — en brisant le monopole d'émission après avoir brisé depuis longtemps celui de la production. Le raisonnement est déjà tout prêt : la troisième chaîne, lancée prématurément coûte très cher, elle entraîne un déficit que l'O.R.T.F. ne peut plus supporter. Pourquoi ne pas la confier à un groupe privé, ce qui sera d'autant plus facile qu'elle aura été préalablement « décentralisée » ? Bénéficiant d'une infrastructure financée par l'Etat, Hachette, Philips et quelques autres — qui sont déjà prêts à se jeter sur le marché de la télédistribution et des vidéocassettes — recevront en cadeau le droit d'émettre des programmes. Et si la gauche au pouvoir demain voulait revenir au monopole, elle serait aussitôt accusée de porter atteinte à la liberté d'expression.

Encore une fois, il ne s'agit pas de politique-fiction, mais d'un processus largement avancé que l'on ne peut véritablement comprendre que si l'on en présente en même temps les différentes faces. C'est ce que nous nous sommes efforcés de faire dans cette brochure.

Claude ESTIER.

Secrétaire national

Il y a des pays dans le monde où la presse est un « quatrième pouvoir ». Ce n'est pas le cas en France où l'Etat a su se prémunir d'une presse trop indépendante. S'assurer la docilité des patrons de presse est une préoccupation permanente de la Ve République.
Cette brochure n'a d'autres buts que de montrer comment le Pouvoir pousse ses pions sur l'échiquier de l'information écrite ou audiovisuelle.
Pour combattre le système, il faut aussi s'informer sur l'information.

Fondation Jean-Jaurès

I - LES RADIOS PERIPHERIQUES

Contrairement à ce que croient beaucoup d'auditeurs, le propre des radios périphériques privées est d'être contrôlées par le pouvoir politique.

— La Sofirad :

La société financière de radiodiffusion a pour rôle essentiel de représenter les intérêts du régime dans les postes périphériques. Elle possède 97% du capital de Sud-radio, 83,84 % de celui de Radio-Monte-Carlo, 35,26 % de celui d'Europe I. Il n'est pas inutile de savoir que cette société a été créée en 1942 par le régime de Vichy.

Pour accroître son influence, la Sofirad a pris des intérêts dans les régies publicitaires des postes périphériques. Régie No 1, qui couvre en exclusivité toute la publicité d'Europe I, comporte une participation de 17,5 % de la Sofirad. De même Havas, société étatisée, contrôle la publicité de R.T.L. et de Sud-Radio, à travers la société « information et publicité ».

La Sofirad qui permet au Pouvoir de contrôler les stations dites privées, lui permet en plus de gagner de l'argent. En 1970, elle a enregistré un bénéfice net de 5 220 000 F, le Trésor public encaissant, lui, 2 450 000 F. Le conseil d'administration de cette société qui possède en outre 49 % de la Compagnie Libanaise de télévision, comprend 10 membres dont 8 sont nommés par le gouvernement.

— Denis Baudoin :

Le poste de président général de la Sofirad est une fonction stratégique pour le pouvoir. Il ne l'a pas laissé à n'importe qui. Depuis mai 1973, le président-directeur général de la Sofirad est Denis Baudoin,

qui a succédé à un gaulliste non « Pompidolien » Pierre Lefranc. Baudoin est un professionnel de la politique : il a été successivement secrétaire administratif du Centre national des indépendants et paysans sous la IVe République où il professait « l'Algérie française ». Puis il passa dans le camp d'Antoine Pinay, soutint au début la candidature de Pierre Marcilhacy aux élections présidentielles de 1965 pour glisser ensuite dans le camp de Jean Lecanuet. Il devint alors secrétaire général adjoint du Centre Démocrate. En 1969, il négocia le ralliement de Jacques Duhamel à Georges Pompidou. Et commença alors à recevoir les dividendes de ses efforts. En 1969, il entre au Conseil économique et social « au titre des personnalités qualifiées pour leurs connaissances des problèmes économiques et sociaux d'outre-mer ». En 1970, il devient un « homme public » : Georges Pompidou le charge du service de presse de la présidence de la République. Il quitte ce poste en mai 1973 pour diriger la Sofirad. Denis Baudoin est un homme de l'Elysée. Il lui doit son pouvoir et sa carrière.

— Radio-Monte-Carlo :

Est exploitée par une société anonyme de droit monégasque créée en mars 1942. La Sofirad la contrôle entièrement. Le gouvernement français nomme 13 membres du conseil d'administration sur 18.

C'est un poste qui intéresse beaucoup le pouvoir, car il touche la partie de la France où la gauche compte le plus de suffrages. Il est le seul dont les indices d'écoute sont régulièrement en hausse alors que France-Inter et les autres antennes voient leur audience stabilisée. Au printemps 1973, Denis Baudoin, c'est-à-dire l'Elysée, a décidé de développer son influence. Il a nommé un nouveau directeur général Jean Poudevigne, centriste rallié à la majorité et qui devait se remettre d'un échec aux élections de mars 1973 dans le Gard.

Depuis 1963, le poste monégasque arrose le Sud-Est de la France d'un émetteur situé au col de la Madone, à 6 km de la frontière de la Principauté. Mais cet émetteur développe une puissance encore insuffisante pour remonter la vallée du Rhône et atteindre le centre de la France. Le gouvernement a donc décidé d'accorder à R.M.C. l'autorisation de construire des installations plus puissantes sur la commune de Roumoule, dans le département des Alpes de Haute Provence.

Radio-Monte-Carlo se verra bientôt autorisée à émettre ainsi en plein

territoire français, à plus de 120 km de la Principauté. En prenant une telle décision, le Pouvoir montre que le monopole d'émission de l'O.R.T.F. prévu par sa propre loi n'est plus qu'un mot. Une façade qui permet toutes les dérogations. Le syndicat des cadres de l'O.R.T.F. a engagé deux actions en justice dont l'une devant le Conseil d'Etat, parce qu'il estime que ce transfert constitue une entorse à l'article 2 de la loi du 3 juillet 1972 portant statut de l'O.R.T.F.

— Europe I :

Depuis le mois de janvier 1955, cette station fonctionne avec des antennes installées dans la région sarroise et la République Fédérale allemande. Bien qu'elle émette depuis la Sarre, Europe I appartient à une société anonyme dont le siège social est à Monaco. Les principaux actionnaires en sont : la Sofirad (35,26 % des parts et 46 % des voix à l'assemblée des actionnaires), le groupe Floirat (33 % des parts, 28 % des voix), la Principauté de Monaco (5 % des parts, 4 % des voix).

L'Etat français contrôle ainsi la moitié des actions d'Europe I. Depuis 1957, le président-directeur général d'Europe I est Sylvain Floirat, P.-D.G. de la firme Matra, un vieillard encore alerte de 75 ans. Et qui n'est pas homme à faire de la peine au pouvoir.

— Sud-Radio :

Depuis janvier 1971, la Sofirad contrôle 97 % des actions de Sud-Radio qui compte 1 million d'auditeurs dans le Sud-Ouest de la France. Le pouvoir a toujours favorisé le développement de cette station afin d'assurer un contrepoids politique au quotidien de Toulouse « La Dépêche du Midi ». Son émetteur mis en service en 1964 et dont la puissance est régulièrement augmentée est situé dans les Pyrénées, au Pic Blanc.

— Radio-Télé-Luxembourg :

Depuis décembre 1930, cette station a le monopole de la radiodiffusion dans le Grand-Duché, sous l'appellation de Compagnie Luxembourgeoise de radiodiffusion. La Sofirad n'y possède pas d'intérêts directs. Mais le Pouvoir s'en est assuré le contrôle depuis janvier 1974 (voir notre encadré).

Ainsi le gouvernement français a réussi à s'assurer le contrôle financier de toutes les radios privées qui émettent vers la France et a tout

mis en œuvre pour developper au maximum l'impact de ces radios périphériques si bien contrôlées. Les hommes de l'Elysée et Denis Baudoin le premier, savent mieux que quiconque que les informations de l'O.R.T.F. ne sont guère crédibles. En développant les radios périphériques que le Français moyen croit indépendantes, l'Elysée rend son dirigisme dans l'information plus discret, donc plus efficace. Actuellement, la Sofirad étudie un plan pour accroître la puissance des émetteurs de ces radios et pour améliorer, élargir leurs zones d'écoute à tout le territoire national.

Comment le pouvoir prend le contrôle d'une chaîne de radio privée

« A R.T.L., Jean Prouvost était l'administrateur délégué de la station de la rue Bayard. Comme il allait atteindre ses 89 ans, il promit quand même de quitter ce poste en mars 1974. Jean Riboud, qui dirige la compagnie des compteurs Schlumberger et possède donc 11,7 % des actions de R.T.L. tenta le premier de s'en assurer le contrôle. Il souhaitait en faire une station plus ouverte, plus libérale. Ce qui n'était pas pour déplaire à Simon Nora qui contrôle par Hachette 9 % du capital et au clan chabaniste de la majorité dont il est un des hommes. Le premier, Jean Riboud échoua rapidement, grâce à une diligente intervention de l'Elysée. Jean Prouvost, avec ses 14 % d'action, acceptait très mal son éviction de la direction de R.T.L. Il entreprit alors de négocier un accord très complexe avec les trois actionnaires belges qui ont 37,91 % du capital. Il s'agissait, pour lui, d'y sauvegarder son pouvoir par personne interposée. L'opération aurait dû réussir si l'Hôtel Matignon ne s'était opposé à ces transferts d'actions vers l'étranger. Sur le coup personne ne comprit exactement pourquoi. Mais Pierre Juillet, le bras droit de Georges Pompidou, relayé par Denis Baudoin pour certains détails délicats, avait préparé avec soin son opération. Elle apparut enfin au grand jour le 18 janvier 1974 dans la grande salle d'administration de R.T.L. au 6e étage du 22 rue Bayard. Un des 24 administrateurs, François-Louis Closon, gaulliste historique, ancien commissaire de la République à Lille, et administrateur de Havas, demanda le premier la parole. Il an-

nonça aussitôt devant Jean Riboud et quelques autres stupéfaits que sa société Havas, qui contrôle 15 % des actions de R.T.L., avait décidé de créer avec les trois porteurs belges, le baron Jean Lambert, le comte Jean-Pierre de Laumont et le baron Edouard Empain, une société holding de nationalité luxembourgeoise « Audiophina ». Elle gérerait leur portefeuille commun.

Dans la salle, les autres administrateurs firent rapidement leurs calculs : cette nouvelle société détiendrait 52,91 % du capital de R.T.L. et en prendrait donc le contrôle effectif. Car il y a une astuce : si Havas ne possède que 25 % du capital de cette nouvelle société Audiophina, il est bien entendu que c'est à elle que reviendra la nomination du successeur de Jean Prouvost. Or Havas, comme la Sofirad, c'est le gouvernement français. Ainsi la boucle est désormais fermée. »

« l'Unité » No 100 - 1er au 7 mars 1974
« Une presse bien tenue »

II - LA PRESSE ECRITE

La France est au 23e rang mondial en ce qui concerne la diffusion des journaux quotidiens. On y vend aujourd'hui 248 exemplaires pour 1 000 habitants. C'est la Suède qui occupe la première place avec un taux de 514 journaux pour 1 000. En outre, depuis 35 ans, la presse en France stagne. Le tirage global des quotidiens a été le même en 1973 qu'en 1938. Cette situation est inquiétante. Elle est aggravée par deux phénomènes : la concentration des entreprises de presse et l'accélération du quadrillage de l'information par le Pouvoir.

Concentration, donc uniformisation

En 1914, il y avait 60 titres quotidiens qui paraissaient à Paris. Ils ne sont plus aujourd'hui que 15. La province publiait 242 quotidiens, aujourd'hui ils ne sont plus que 80.

Depuis 1944, 8 titres sur 10 ont disparu. Les deux derniers grands journaux — plus de 200 000 exemplaires diffusés chaque jour — qui ont cessé de paraître à Paris, sont « Paris-Presse », en juillet 1970, qui a fusionné avec « France-Soir » et « Paris-Jour », en janvier 1972, qui appartient aux éditions Del Duca, grand spécialiste français de la presse du cœur et du roman-photo.

Ces disparitions de titres sont allées de pair avec des concentrations et des accords entre les journaux. Après une guerre au couteau de plusieurs années, « le Progrès » de Lyon et le « Dauphiné libéré » fonctionnent depuis 1966 avec des sociétés communes. L'information est réalisée en commun par l'agence Aigles, la publicité est confiée à une régie, la vente à une société de diffusion. Le nombre des agences locales est passé de 104 à 52, celui des imprimeries de 4

à 1. 130 employés des services techniques ont fait les premiers les frais de cette opération. Un tel accord signifie un million d'exemplaires bâtis chaque jour sur le même modèle, le même type d'informations. Ainsi dans la région Rhône-Alpes, le monopole de l'information est pleinement réalisé.

Depuis 1960, ce genre de partage s'est multiplié. « Ouest-France » a couplé sa publicité avec ses concurrents dans la France de l'Ouest. « Sud-Ouest » et « la Dépêche du Midi » se sont partagé les zones de diffusion dans le Languedoc et l'Aquitaine pour éviter une concurrence qui coûtait cher. Depuis le 29 octobre 1971, un accord de ce type existe entre « l'Est Républicain » et « le Républicain Lorrain ».

Tous ces accords, tous ces partages de zones de diffusion signifient pour le lecteur l'absence de choix. Aujourd'hui, une région, c'est trop souvent un seul journal, et dans la majorité des cas, un journal conformiste à l'égard du gouvernement.

On comprend donc que le pouvoir n'ait rien fait au niveau des aides de l'Etat pour freiner ce phénomène. Bien au contraire. En octobre 1971, Georges Pompidou en recevant à l'Elysée des patrons de presse, leur recommandait de rentabiliser au maximum leur entreprise. Et quoi de plus rentable que de se retrouver en situation de monopole dans une capitale régionale. Il est plus facile au pouvoir de contrôler 80 titres que 250.

Les ventes « Paris Surface » (1) des grands quotidiens parisiens.

- ★ France-Soir : 246 534 exemplaires
- ★ Le Parisien Libéré : 141 129 exemplaires
- ★ Le Monde : 113 251 exemplaires
- ★ Le Figaro : 99 504 exemplaires
- ★ L'Aurore : 67 331 exemplaires
- ★ L'Humanité : 22 484 exemplaires
- ★ Combat : 5 580 exemplaires.

Cela signifie que sur les 689 811 journaux vendus quotidiennement à Paris, 487 167 sont des journaux qui entretiennent d'excellentes relations avec le Pouvoir.

(1) Semaine du 18 au 24 février 1974. On entend par vente « Paris Surface » les ventes des dépositaires parisiens, sauf ceux des métros et des gares.

III - LES GRANDS GROUPES DE PRESSE

Le phénomène de concentration, l'accélération de la disparition de titres favorisent le renforcement et le développement des grands groupes de presse. On verra que leurs liens avec le Pouvoir sont aussi évidents.

— **Hachette :**

C'est de très loin le plus important groupe de presse (20 % de tout ce qui est imprimé en France). Ses manœuvres et sa puissance lui ont valu le sobriquet : « Hachette, la Pieuvre verte ».

★ Librairie-Edition : Hachette diffuse 80 millions de livres par an et contrôle les Editions Hachette, Grasset, Fayard, Stock et le livre de Poche.

★ France édition et publication : cette société édite « France-Soir », « le Journal du Dimanche », « France Dimanche » et « Elle ».

★ Edi-Monde : 80 % des parts sont détenues par Hachette. Edi-Monde publie « Confidences », « Lectures pour tous », « le Journal de Mickey », « Clé des Connaissances ». « le Journal de Babar » et « Je sais tout ».

★ La société d'éditions et de publications économiques : édite « Réalités », « Connaissance des Arts », « Connaissance de la Campagne », « Entreprise ».

★ La librairie Taillandier : publie « Historia », « Tout dans votre jardin », « le Jardin des Arts ».

★ La société belge « Femmes d'aujourd'hui » (dont 40 % du capital appartient à Hachette) édite « Femmes d'aujourd'hui », « Femme

pratique », « Tricots de Femmes d'aujourd'hui », « La cuisine de A à Z ».

★ La société « Télé 7 jours » (Hachette détient 50 % du capital).

★ L'office d'Edition générale-presse : édite des magazines par fascicules : « Tout l'univers », « Grands peintres », « Grands musiciens », « Médecine pour tous », « Découvrir la France ».

★ Le dernier-né du groupe est l'hebdomadaire « Le Point », lancé en septembre 1972 pour concurrencer « l'Express » et favoriser le clan « chabaniste » de la majorité.

★ Distribution journaux : Hachette possède 49 % des parts des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne qui sont chargées de distribuer les journaux en France. Cette firme est théoriquement une coopérative. Mais Hachette a, par droits de statuts, le pouvoir de nommer son directeur. Donc son contrôle.

★ Publicité : Hachette détient 33,5 % de la firme de publicité Régie-Presse, qui s'occupe de la publicité dans beaucoup de journaux du groupe.

De profonds changements ont eu lieu dans le groupe Hachette. L'arrivée de Simon Nora à la direction du groupe a augmenté la pression du groupe des amis de Chaban-Delmas sur cette entreprise. Cet inspecteur général des Finances fut de juin 1969 à août 1971 chargé de mission auprès de Jacques Chaban-Delmas, Premier ministre. La coloration très favorable à Chaban-Delmas de l'équipe directoriale de Hachette n'est pas sans provoquer des réactions diverses dans les différents clans de la majorité (voir notre encadré).

— **Le groupe Prouvost :**

Ce groupe appartient à Jean Prouvost, 89 ans, qui est président-directeur général de la société lainière Roubaix-Filature et Prouvost-Masurel. Avant-guerre, il s'était taillé un beau succès dans la presse avec « Paris-Soir », qui passa en huit ans de 80 000 exemplaires à 2 millions. Après le régime de Vichy, il relança ses activités dans la presse, en 1949. Jean Prouvost est un homme toujours proche du Pouvoir quel qu'il soit. Il détient :

★ « Le Figaro » et « Le Figaro agricole »

★ « Paris-Match »

★ « Marie-Claire », « La Maison de Marie-Claire », « Parents », « Cosmopolitan »

★ « Télé 7 Jours » (50 % des actions)

★ 15 % de la compagnie luxembourgeoise de télédistribution.

M. Prouvost est en outre :

★ Président-directeur général des Editions Pierre Charron

★ Cogérant de la société Paris-Médias

★ Administrateur des Editions Robert Laffont.

Un exemple, celui du « Figaro », peut illustrer les excellents rapports entre Jean Prouvost et le pouvoir. Jusqu'en février 1974, « Le Figaro » était dirigé par Louis Gabriel-Robinet. Celui-ci souhaitait, pour des raisons de santé, prendre sa retraite après une carrière qu'il avait menée sans transition, comme Jean Prouvost lui-même, du maréchal Pétain au général de Gaulle. L'Elysée trouva vite un candidat, Jean d'Ormesson. « Le Figaro » est, en effet, depuis longtemps l'objet de toutes les sollicitudes de l'Elysée. Il a deux avantages : il diffuse 400 000 exemplaires dans un électorat qui vote traditionnellement à droite et il essaie de concurrencer « Le Monde » qui a le tort d'être mieux fait, mieux informé et plus sérieux. Et surtout d'être réellement indépendant.

Jean Prouvost administrateur délégué du « Figaro » ne pouvait qu'approuver ce choix, Jean d'Ormesson, le nouveau directeur âgé de 49 ans, est un homme sur qui on peut compter. Il a, à plusieurs reprises, publié des tribunes libres dans les journaux, toutes favorables à Georges Pompidou. Et puis, il est marié à la fille de Ferdinand Beghin, le plus gros producteur français de sucre et de papier journal.

— **Le groupe Hersant :**

C'est le plus grand groupe dans la presse de province.

★ « Centre-Presse », né de la fusion de plusieurs quotidiens.

★ « Le Berry Républicain », « l'Eclair de Nantes », « La Liberté du Morbihan », « le Havre-Presse », « France-Antilles », « Paris-Normandie ».

★ « l'Auto-journal ».

★ « Les Cahiers du yachting », « Points de vente », « La bonne cuisine », « la Pêche », « La revue nationale de la chasse », « Votre tricot », « le nouvel Adam ».

Robert Hersant a développé son groupe de presse depuis 1945. Il est vice-président de la Fédération nationale de la presse française et vice-président du syndicat de la presse de province. Depuis 1956, il

est député de l'Oise et il est maintenant inscrit à l'Assemblée nationale au groupe des centristes de la majorité.
Ainsi, les trois plus importants groupes de presse en France appartiennent à des hommes qui ont des raisons d'être très proches du Pouvoir. Et la tendance ne fait que se renforcer.

LA BATAILLE POUR LA SUCCESSION DANS LA PRESSE

« A la mort de Pierre Lazareff, en avril 1972, Georges Pompidou avait fait nommer directeur général délégué de la société « France-Edition et Publication » qui assure la publication de « France-Soir », du « Journal du Dimanche », d' « Elle » et de « France-Dimanche », son ami personnel Jean Meo. Cet encore jeune ingénieur des mines a su se tailler une place de choix sous la Ve République. En juin 1958, il rentre comme chargé de mission au secrétariat général de la présidence de la République. Georges Pompidou y apprécie ses qualités et le fait nommer en 1964, directeur général de l'Union générale des Pétroles. Quand Georges Pompidou devient candidat à la présidence de la République, il y a trois gros souscripteurs pour aider son élection : Jacques Ferry, pour l'ancien comité des forges, Jean-Claude Roussel aujourd'hui décédé, pour l'industrie pharmaceutique, et Jean Méo pour les pétroliers. Ce pompidolien qui a su faire ses preuves reçoit donc l'héritage de Pierre Lazareff. En mai 1972, Jean Méo débarque à « France-Soir ». Les désirs présidentiels sont clairs : il doit y remettre de l'ordre financier, ce dont le groupe ne s'est guère soucié et en faire un meilleur instrument. Mais le journalisme et le pétrole ont peu de points communs. Et Jean Méo échoue. En octobre 1972, il engage un nouveau rédacteur en chef, Jean Sonkin. Il faut très rapidement le muter au « Journal du Dimanche ». Puis Jean Méo avance le nom de Georges Mazoyer, un ancien de « Paris-Match » qui mourra dans un accident de la circulation peu de jours avant d'entrer en fonction.

Justement il y a un homme qui s'intéresse de très près aux intérêts de « France-Soir », c'est Simon Nora, le P.-D.G. d'Hachette, l'ancien chef de cabinet de Chaban-Delmas. Il sent que le moment est venu pour Hachette qui en possède l'essentiel du capital de reprendre la direction de « France-Soir ». Le 20 février, Henri Amouroux devient officiellement le patron du plus important quotidien parisien du soir avec un tirage moyen de 1 million d'exemplaires. Pour cela il démissionne de « Sud-Ouest » dont il assurait la direction générale depuis 1968. L'Elysée, desservi par les erreurs de Jean Méo, voit rouge. On susurre aux journalistes « que Chaban a pris France-Soir à l'Elysée ». Georges Pompidou rentre dans une colère d'une rare violence et exige de Jean Méo qu'il démissionne au plus vite. Aussitôt dit, aussitôt fait. C'est un dur échec pour l'Elysée, pour Pierre Juillet et Denis Baudoin. Mais c'est un succès pour Chaban, qui s'assure ainsi un pion important. Pour le moment où la course à la succession s'accélérera, où les clans se battront à visage decouvert avec leur propre force. »

« l'Unité No 100 - 1er au 7 mars 1974
« Une presse bien tenue »

IV - LE CONTROLE DE L'INFORMATION

Le gouvernement ne se contente pas d'agir au niveau des organes de diffusion et d'information. Il défend aussi ses intérêts au niveau de la fabrication de l'information. Un seuil ayant été récemment franchi par la délégation ministérielle à l'information, créée en février 1974. Là il ne s'agit plus de prendre le contrôle d'un journal ou d'une station de radio, mais de contrôler ceux qui servent de l'information aux journaux ou aux radios.

L'Agence France-Presse :
Née en 1944, l'Agence France-Presse est la continuation de l'Agence Havas dont les biens étaient sous séquestre judiciaire et de l'Office français d'information créé par l'Etat français sous le contrôle de l'occupant allemand. L'A.F.P. possède 18 bureaux en France, 92 à l'étranger et des correspondants dans 157 pays. (Elle diffuse journellement 500 000 mots et elle touche 12 400 journaux ou stations dans le monde).
Le statut de l'Agence France-Presse, une des cinq grandes agences mondiales, lui assure théoriquement l'indépendance. En fait, la réalité est tout autre. L.A.F.P. ne peut vivre des recettes abonnements souscrits par les entreprises de presse qui reçoivent ses dépêches par téléscripteurs. L'Etat souscrit donc des abonnements à l'Agence France-Presse à des tarifs plus élevés que la normale. Ces abonnements concernent les préfectures, les ministères et les grandes administrations. Cette aide de l'Etat représente actuellement près des deux tiers des ressources de l'A.F.P. Il est évident que cette dépendance financière implique au moins à l'égard du Pouvoir une bien-

veillante neutralité que ne conteste nullement le conseil d'administration de l'agence où patrons de journaux et représentants de l'Etat sont largement majoritaires alors que le personnel n'y compte que deux membres sur seize.
Le P.-D.G. de l'Agence France-Presse est depuis 1954 Jean Marin.

— La délégation ministérielle à l'information :
Tout ceci ne semblait pas suffire au Pouvoir. Il a donc créé une « délégation ministérielle à l'information ». Elle aura pour but, selon ses promoteurs, de diffuser auprès des journaux et des organes d'information des nouvelles concernant le gouvernement et l'activité des ministères. Son budget serait de 9 millions environ par an et elle devrait employer quelque 80 collaborateurs.
Son directeur est Denis Baudoin qui cumule ainsi les fonctions de P.-D.G. de la Sofirad et de porte-parole occasionnel du gouvernement. Même un député U.D.R., Robert André-Vivien, s'est inquiété de ce cumul de fonctions. Ce qui prouve déjà que la création de cette délégation pose quelques problèmes, même dans la majorité.
Cette délégation a un rôle qui apparaît clairement : diffuser vers les journalistes une information aseptisée et officieuse. En tout cas nettement orientée.
Théoriquement, des journalistes auraient dû en composer l'équipe. Il apparaît aujourd'hui que Denis Baudoin n'en trouve guère pour jouer ce rôle d'agents de propagande. Et c'est essentiellement à des fonctionnaires qu'il a dû faire appel.

— Le ministère de l'Information :
Pendant la campagne présidentielle de 1969, Georges Pompidou avait promis de supprimer le ministère de l'Information. Cette promesse a tenu exactement trois ans. Dans les trois gouvernements Messmer, il y a eu un ministère de l'Information. Son but est d'abord d'assurer le contrôle sur l'O.R.T.F., contrôle financier et contrôle politique. L'actuel titulaire de ce poste est un jeune « pompidolien », Jean-Philippe Lecat. Cet ancien élève de l'Ecole nationale d'administration, aujourd'hui âgé de 39 ans, a été chargé de mission au Cabinet de Georges Pompidou de 1966 à 1968 et il est député U.D.R. de la Côte d'Or. Il a succédé à Philippe Malaud dont on sait de quelle manière il a obtenu la tête du premier P.-D.G. de l'O.R.T.F. Arthur Conte, considéré comme trop « libéral » parce qu'il n'était pas tout à

fait aux ordres. C'est en effet par le ministère de l'Information que passe la majeure partie des interventions politiques sur l'O.R.T.F. Il est, d'autre part, chargé de négocier avec les patrons de presse, ainsi que la rue de Rivoli, le montant des aides de l'Etat à la presse française.

Fondation Jean-Jaurès

V - LA PRESSION PUBLICITAIRE

— Le journal est un produit qui est vendu deux fois :
A ses lecteurs et à ses annonceurs. Sans publicité, un journal n'est généralement pas rentable. Pour les quotidiens parisiens, la part des recettes publicitaires dépasse souvent les ressources de la vente. Elle représente 78 % des recettes totales pour « le Figaro », 64 % pour « le Monde », 57 % pour « France-Soir ». Pour les grands quotidiens régionaux le pourcentage tourne autour de 70 %.
La répartition par poste est la suivante dans la presse quotidienne parisienne (année 1972) : publicité commerciale : 45,8 %, petites annonces : 46,5 %, spectacles : 4,5 %, publicité financière et annonces légales : 3,2 %. En francs constants, le montant de la publicité en France est passé entre 1967 et 1971 de 2 025 millions de francs à 2 650 millions de francs.
Il est évident que le phénomène de concentration dans la presse est accéléré par l'importance de la publicité. A Paris, 4 titres, « France-Soir », « Le Figaro », « le Monde », « le Parisien libéré », reçoivent à eux seuls plus des 3/4 des dépenses publicitaires de la presse quotidienne nationale. La vulnérabilité des journaux à la publicité est donc énorme.
En août 1972, l'Association des journalistes économiques et financiers publiait un livre blanc sur les « atteintes » à la liberté des journalistes. Parmi les exemples de pression abusive des publicitaires, on peut citer le cas de telle entreprise de construction automobile retirant son budget de publicité à une publication parce qu'un de ses rédacteurs avait trop largement parlé à son gré, d'une grève dans l'entreprise. Ou celui de la margarine Astra, supprimant sa publicité à

une publication après une série d'articles ventant les mérites du beurre. Ou encore tel industriel du vêtement retirant sa publicité au quotidien « La Croix » qui avait rappelé que la cérémonie de la communion solennelle ne devait pas être « un défilé de mannequins de grand couturier ».
« Le phénomène est sans doute encore plus brutal et plus systématique dans la presse régionale où l'on voit souvent, par exemple, des directeurs de cinéma priver le journal local de publicité pendant plusieurs semaines à la suite de critiques défavorables sur un film présenté, ou quelquefois de la publication d'un communiqué d'opérateurs de cinéma en grève. »

— Du bon usage de cette pression.
Le pouvoir n'a pas voulu se priver de cette arme. La plus importante agence de publicité française est une firme étatisée après la libération : Havas, et sa filiale publicitaire, Havas-Conseil. A l'automne dernier, Valéry Giscard d'Estaing qui ne voulait pas complètement abandonner le quadrillage de l'information au clan de l'Elysée, ou au clan de son adversaire potentiel, Jacques Chaban-Delmas, s'est lui aussi beaucoup intéressé à Havas. Il a tenté de placer à sa direction générale son propre chef de cabinet, Jean Calvet. L'Elysée ne l'a pas laissé faire. C'est finalement Jean Méo qui, après avoir échoué à « France-Soir », recevra ce poste stratégique. C'est un « Super pompidolien ».

VI - L'O.R.T.F.

C'était promis, juré, la loi du 4 juillet 1972 serait la dernière réforme de l'O.R.T.F. Arthur Conte était là pour trois ans et l'ordre régnerait discrètement. Aujourd'hui, Arthur Conte a été licencié dans des conditions d'une légalité douteuse. Et Marceau Long prépare une nouvelle réforme de l'Office.

Entre 1945 et 1958, il n'y a pas eu moins de 16 projets ou propositions de lois pour la Radio-Télévision française. Entre 1958 et 1974, il y a eu deux lois, une ordonnance et un certain nombre de directeurs généraux qui se sont usés à la tâche.

L'O.R.T.F. est un domaine trop important pour que le gouvernement lui laisse la moindre liberté. Il y a en France 20 millions de postes de télévision. Contrôler l'information de l'O.R.T.F., c'est détenir un moyen de propagande qui touche pratiquement chaque Français à domicile. Aujourd'hui, l'O.R.T.F. vit encore sous le statut hérité de la loi du 4 juillet 1972. Le Conseil d'administration est ainsi composé : 7 représentants de l'Etat, 2 personnalités représentant les auditeurs et les téléspectateurs, 1 représentant des entreprises de la presse écrite, 1 représentant des journalistes professionnels et 3 représentants du personnel de l'O.R.T.F. Théoriquement donc, le gouvernement ne nomme que 7 membres du Conseil d'administration sur 14. Une petite astuce a suffi à combler ce handicap. Le représentant des réalisateurs de la Télévision n'a pas été choisi parmi les membres du syndicat majoritaire affilié à la C.G.T. mais dans un petit syndicat progouvernemental, affilié à la C.G.C. Le premier tour était joué.

Le contrôle de l'O.R.T.F. est confié aux commissions parlementaires. La commission de l'Assemblée Nationale étant de la même couleur politique que la majorité gouvernementale, il n'y a plus guère de problème.
Le contrôle politique des informations de l'O.R.T.F. a subi toute une série de fluctuations. Quand Jacques Chaban-Delmas était à Matignon, le contrôle se faisait par l'entremise de Pierre Hunt, secrétaire général du comité interministériel pour l'information (1969-1972). L'Elysée et Denis Baudoin prirent la suite. Aujourd'hui, Marceau Long a remplacé Arthur Conte et la direction de l'Information de l'Office est totalement retombée par l'intermédiaire de Jean Philippe Lecat sous la tutelle gouvernementale.

— Une nouvelle réforme, pour quoi faire ?

En septembre 1972, le président-directeur général de l'Office avait présenté un nouveau plan d'organisation prévoyant la mise en place de six régies : une pour chaque chaîne de télévision, une pour la production télévisée, une pour la radiodiffusion et une pour la diffusion. Ce plan a été repris par Marceau Long et a été approuvé par le Gouvernement. Il organise théoriquement la décentralisation des pouvoirs dans l'Office. En fait, il a d'autres buts moins avouables. Edouart Guibert, secrétaire général de l'Intersyndicale des journalistes de l'O.R.T.F. décrivait ainsi ses buts dans le No 100 de « l'Unité » :
« Le gouvernement s'attache dans l'immédiat à mieux contrôler l'information et les programmes tout en dégageant sa responsabilité par la multiplication des établissements publics, à briser l'unité du personnel de l'Office et éviter qu'en cas de crise l'information lui échappe comme ce fut partiellement le cas en 1968. »
« A terme, le Pouvoir prépare la fin du monopole de la Télévision par la privation quasi totale du secteur de production, une sorte de sortie vers la télévision commerciale en cas de nécessité politique ou en cas de changement de majorité. Sur le plan régional, la concentration dans « des mains amies » de la presse écrite, de la radiotélévision régionale et de la télédistribution (1). »

(1) Cette opération pourrait se faire par le développement de Télé Monte-Carlo, dans une région qui vote « mal ». Cette société est indépendante de Radio Monte-Carlo. Son capital est ainsi réparti : 32 % à Europe No I, 27,5 % à Publicis, 22 % à Marcel Dassault, député U.D.R. de l'Oise et marchand de canons et 18,5 % à la principauté de Monaco.

— La régie française de publicité.

Un exemple, celui du secteur commercial de l'O.R.T.F., suffit à montrer comment le Pouvoir investit dans tous les domaines de l'Office. Le 5 janvier 1969, un décret gouvernemental portait création de la Régie Française de publicité qui avait le monopole de la publicité télévisée. La R.F.P. est une société anonyme de droit privé. Elle n'a donc aucun lien apparent avec le Pouvoir. En fait son capital fixé à 100 000 F est divisé en mille actions. L'O.R.T.F. en possède 510. La Sofirad qui dépend du gouvernement comme nous l'avons montré plus haut, 135. Le reste a été réparti à d'autres petits actionnaires. Avec un parfait cynisme, le Pouvoir a concédé 25 actions à l'institut national de la consommation pour faire croire que les consommateurs avaient quelque chose à voir avec la publicité. Avec 2,5 % du capital, on voit l'influence réelle qu'ils peuvent avoir.

Le Directeur Général de la R.F.P. est Jean-Claude Servan-Schreiber. Précisons sa carrière politique : il était en 1965 le suppléant de Roger Frey dans le 12e arrondissement, il a été secrétaire général adjoint de l'U.N.R.-U.D.T. et il est aujourd'hui membre du Comité central de l'U.D.R. après avoir vainement tenté de se faire élire député de la Nièvre (contre François Mitterrand) et dans le Gard. La nouvelle réforme de l'Office ne fera que renforcer cette tendance à la mainmise du capital privé. L'action des syndicats et les grèves du personnel n'ont pas pour but de gêner les Français comme l'affirme le gouvernement avec une parfaite démagogie. Mais de défendre l'indépendance de l'Office, de moins en moins protégé, de plus en plus assujetti.

Comment vider un journaliste de l'O.R.T.F.

En 1969, Jacques Chaban-Delmas nomme Pierre Desgraupes à la direction des informations de la 1re chaîne. Cette nomination déplaît à l'Elysée et à Denis Baudoin qui ont dès lors l'impression que la machine O.R.T.F. ne répond pas bien à leurs sollicitations et que leurs ordres sont accueillis avec mauvaise volonté.

Un jour d'avril 1972, Georges Pompidou visite la Lorraine. Le voyage est morne, l'accueil frais. Le reportage du journal de 19 h 45 a le tort de le dire. Pierre Juillet, le bras droit de Pompidou,

n'apprécie pas ce compte rendu honnête. Il téléphone aussitôt à Denis Baudoin. Le conseiller technique de l'Elysée pour la presse se fait aussitôt amener le reportage depuis les studios de la rue Cognac-Jay. Il passe la moitié de la nuit à le voir et à le revoir, à fourbir ses armes.

Au petit matin, il convoque Pierre Desgraupes dans son bureau de l'Elysée. Le reportage a été réalisé par un journaliste de la 1re chaîne, Hervé Chabalier. Denis Baudoin rappelle à Desgraupes que Chabalier est un gauchiste — ce qui est faux car il a cessé toute activité militante depuis 1967 — fiché comme tel par le ministère de l'Intérieur — ce qui est vrai. L'Elysée avait déjà pris la peine de prévenir Desgraupes. « Pourquoi alors avoir choisi Chabalier ? »

Herbé Chabalier devra quitter l'O.R.T.F. et Denis Baudoin verra partir avec joie Pierre Desgraupes de la direction de l'Information.

Fondation Jean Jaurès

SOMMAIRE

INTRODUCTION

I LES RADIOS PERIPHERIQUES

II LA PRESSE ECRITE

III LES GRANDS GROUPES DE PRESSE

IV LE CONTROLE DE L'INFORMATION

V LA PRESSION PUBLICITAIRE

VI L'O.R.T.F.

Coll. Fondation Jean-Jaurès

Cette brochure
peut être commandée au
Secrétariat National à la Formation
du Parti Socialiste
12, cité Malesherbes, Paris 9e

Prix : 1 F 50 franco de port.

Supplément au No 25 du Poing et la Rose

Imprimerie d'Hebdo-TC - 76-YVETOT.

Fondation Jean-Jaurès