

EDITORIAL

CRISE DE LA PRESSE

Pari perdu

Luc Caregari

La crise de la presse reste abstraite tant qu'on ne la ressent pas. L'arrêt brutal de l'hebdomadaire Le Jeudi par sa maison-mère Editpress cette semaine est une piqûre de rappel.

L'hubris a-t-elle finalement raté l'ancienne directrice du Jeudi, Danièle Fonck ? Celle qui en 2017, lors des 20 ans du journal - fêtes en grande pompe avec l'élite politique et intellectuelle aux Rives de Clausen - déclarait dans son hebdo à propos du pari de le fonder en 1997 qu'il était « excessivement [risqué] parce qu'à l'époque, on ne nous voyait pas nécessairement comme étant ceux qui pouvaient réussir ce journal de qualité ». Pourtant, en recrutant en majorité des journalistes avec un background français ou francophone et en laissant des intellos francophones étaler leurs états d'âme chaque semaine dans des billets parfois soporifiques, Le Jeudi était certainement le média luxembourgeois qui se rapprochait le plus d'une certaine presse germanopratin.

Le Jeudi a été victime d'un engrenage mortifère qui concerne tout le groupe Editpress.

Mais dire que Le Jeudi est devenu une victime de ses propres ambitions serait un leurre. Les chiffres de l'hebdomadaire comme de la maison-mère étaient mauvais depuis des années. La stratégie d'expansion d'Editpress amorcée au début des années 2000, qui consistait en la multiplication des filiales - des radios aux call centers en passant par les régies publicitaires -, y est aussi pour quelque chose. Le navire de la rue du Canal est devenu trop lourd pour manœuvrer encore sereinement, et au lieu de lâcher du lest tant qu'il en était encore temps, les capitaines ont préféré naviguer à vue en espérant des temps plus cléments.

Une des conséquences en a été le gonflement artificiel des ventes du journal afin d'attirer des annonceurs. Le cas du Jeudi est le plus flagrant : sur les 15.532 exemplaires imprimés, il ne s'en vendait que 1.619 en 2017, selon un article de reporter.lu de mars 2018. Si une telle pratique n'est pas étrangère aux autres produits de presse, aussi bien au niveau national

qu'international, celle de l'hebdomadaire francophone était tout de même excessive. Un tel engrenage s'explique par la logique mortifère d'un marché qui ne connaît que la logique de la croissance. Encore plus si un produit est lancé dans la seule optique de croître.

Et ce faisant, on perd souvent de vue l'essentiel. Pas la qualité journalistique, mais l'estime portée à cette qualité, qui n'a que très peu à voir avec les logiques comptables. Ainsi, Le Jeudi a dû payer au prix fort les effets d'une spirale dans laquelle tout le groupe Editpress a été pris. Le coût de cet abandon est pourtant important. D'abord pour l'image de la maison-mère, qui appartient à 60 pour cent à l'OGBL et à 17 pour cent au FNCTTFEL, deux syndicats pour qui un plan social dans leur propre maison sape la crédibilité - surtout parce que ce plan social aurait été évitable, si un travail de consolidation avait été entrepris il y a quelques années. Et cela renforce la position de la concurrence, en particulier Saint-Paul, qui a connu sa propre période de désastre économique mais a su se reconstruire depuis.

Finalement, c'est aussi économiquement que la perte du Jeudi fera mal à Editpress. En supprimant son titre, le groupe perd aussi les 337.413 euros d'aide à la presse accordés par le gouvernement en 2018 (348.072 en 2017). Face à de tels sacrifices, pas difficile de s'imaginer la gravité de la situation chez Editpress. Reste à espérer que la mise en vente ou en location des locaux de la rédaction, sis place de l'Hôtel de Ville à Esch-sur-Alzette tout de même, renflouera un peu les caisses et permettra d'éviter de tels désastres à l'avenir.



PHOTO : WOXX

NEWS

NEWS

Chancengleichheit:

Kampfansage an Genderstereotype S. 3

REGARDS

Europäische Investitionsbank:

Den Wandel finanzieren S. 4

Der letzte linke Kleingärtner, Teil 10:

Beans, not Ballots! S. 7

Politique européenne:

Le secret dans le marbre p. 8

Alternativen zu Tierversuchen:

Leberkügelchen und Nierenröhrchen S. 10

Indien: Polarisieren, desinformieren S. 12