

AXE 2 : Liberté ou contrôle de l'information : un débat politique fondamental.

2. L'information entre le marché et l'Etat.

Dans quelle mesure les contraintes économiques pèsent-elles sur la liberté d'informer ?

a. Le rôle des agences de presse et le marché de l'information.

Il est impossible pour un média d'être informé de tout ce qui se passe dans le monde. C'est pour remédier à ce problème que sont nées les **AGENCES DE PRESSE**. Ce sont des organismes qui vendent aux médias de l'information.

La 1^{ère} agence de presse est née en France en 1835 : Havas, devenue l'AFP.

Jalon 5 : Histoire de l'agence Havas et de l'AFP.

Cours construit à partir du site de la BNF :

<http://expositions.bnf.fr/afp/arret/1/index.htm>



➔ **Havas, la 1^{ère} agence de presse internationale, fondée sur la rapidité des moyens de transmission des informations et une branche publicité prospère.**

- × Début XIX^{ème} s, un ex-banquier français d'origine normande, **Charles-Louis Havas (1783-1858) conçoit un projet singulier : fournir à la presse, française puis étrangère, des informations sur ce qui se passe dans le monde.**

Habitant en face de l'hôtel des Postes, il va, tous les matins, chercher les journaux étrangers. Ensuite, il traduit, avec l'aide de sa femme, les informations qui y sont contenues. (Lui pour l'anglais et l'allemand, et elle, pour l'espagnol et le portugais).

Puis, en 1832, il fait un voyage à travers l'Europe et y recrute des correspondants.

- × Havas parvient bientôt à **monopoliser la collecte et la distribution des nouvelles de l'étranger, devenant une sorte de journal des journaux.**

L'agence Havas sert aussi bien :

- le pouvoir, à Paris et en province,
- que les journaux gouvernementaux et d'opposition,
- la presse étrangère et les particuliers.

- × **Les moyens de transmission** deviennent très vite l'une **des clés de cette réussite**.
 - A l'époque, le cheval reste le mode de transport le plus courant. Mais Havas gagne du temps en mettant sur pied un **courrier par pigeons voyageurs** entre Paris et Boulogne, par où transitent les nouvelles de Bruxelles et de Londres : 4h, au lieu des 14 que prend le cheval.
 - À partir de 1845, l'agence utilise le **télégraphe électrique**, invention qui est à l'origine de son extraordinaire essor.
 - Pendant ce temps, **les progrès de la télégraphie se poursuivent**. En 1866, le câble transatlantique reliant l'ancien et le nouveau continent devient opérationnel. **L'information acquiert alors une dimension inédite, l'instantanéité**.
Ex : L'année d'avant encore, la nouvelle de l'assassinat du président Lincoln, le 15 avril 1865, avait mis 11 jours pour atteindre Paris.
 - Un certain nombre d'**inventions** de cette fin du XIXe siècle (**téléscripteur, téléphone, radio**) permettent d'**accélérer le débit et d'augmenter le volume des informations, au prix d'importants investissements** en hommes et en matériel. Au risque, aussi, de voir surgir de nouveaux concurrents.
- × **Dès le début des années 1850, des rivaux** apparaissent :
 - Ex : L'Allemand Paul Julius **Reuter**, travaille d'abord chez Havas, avant de créer une agence concurrente à Londres, en 1851.
 - Pour consolider leurs positions et barrer la route à d'éventuels nouveaux venus, **les trois agences européennes ne tardent pas à mettre leurs réseaux télégraphiques en commun et à se partager le monde de l'information en zones d'influences** :
 - **Havas** exploitera l'Europe méridionale, les possessions françaises d'outre-mer et, à partir de 1876, l'Amérique Latine ;
 - **Wolff**, le centre, l'est et le nord de l'Europe ;
 - **Reuter**, l'Empire britannique et l'Extrême-Orient.
 - Une quatrième agence, l'**américaine Associated Press**, née en 1848, sera souveraine en Amérique du Nord.

Ce cartel des grandes agences dure jusqu'à la veille de la première guerre mondiale.
- × **La 1^{ère} guerre mondiale et les nationalismes** exacerbés qui l'ont amenée annoncent déjà la **fin des alliances entre grandes agences et le déclin de leurs systèmes d'échanges d'informations**.
Chaque agence est liée, même sans le vouloir, à la stratégie géopolitique du pays où elle a son siège.
La censure et le blocus de l'information s'installent en force, mettant l'agence Havas en difficulté dans les pays neutres.

⇒ **Havas propose à ses abonnés de prendre en régie leurs colonnes d'annonces**.
C'est la base de l'immense prospérité de cette agence pendant toute la seconde moitié du XIXe et le premier tiers du XXe siècle.

➔ La séparation des branches information et publicité et la nationalisation provisoire de l'AFP lui ôte son indépendance

- × La **branche information, peu à peu déficitaire**, doit recourir à des **subventions d'État** et **perd ainsi une partie de son indépendance**.
- × Sous l'occupation allemande des années 1940 un changement s'opère :
 - **le secteur publicité de l'agence devient une société mixte** à participation allemande et garde le nom d'Havas ;

- **la branche information** est, quant à elle, **nationalisée** et s'appelle désormais **l'Office français d'information (OFI)**.

Cet organisme est essentiellement basé à Vichy et à Clermont-Ferrand.

- × **Après la guerre, la branche information** de l'ex-agence Havas (séparée de la partie publicité, qui demeurera nationalisée) **renaît de ses cendres sous l'impulsion de journalistes issus de la Résistance ou ayant combattu dans l'exil**.
Elle s'appelle **Agence France-Presse : AFP**. **C'est un organisme public doté d'une autonomie financière**.
- × **En 1957**, une loi dote l'AFP d'un **statut définitif** qui lui apporte :
 - **l'indépendance à l'égard du gouvernement, garantie par un Conseil Supérieur** formé de personnalités extérieures aux pouvoirs en place,
 - une structure et des **règles de fonctionnement proches de celles d'une coopérative de l'ensemble de la presse française**.

➔ L'AFP aujourd'hui

- × Dans les années 1980, l'AFP subit une véritable mutation. Pour rester dans la course des agences mondiales, elle doit à la fois **mettre en place un réseau de communications de plus en plus dense, se décentraliser, s'adapter aux nouvelles technologies informatiques** et se doter d'un service photo international. Pour distribuer ses services sur tous les continents, l'AFP utilise trois circuits distincts, satellitaire, télégraphique et radiotélégraphique.



- × **En 1985, l'agence se lance dans l'aventure de la photographie**. Un grand projet dont l'objectif est d'atteindre le premier rang des agences mondiales et l'ambition de réunir les meilleurs photo-reporters.

⇒ Aujourd'hui 4 grandes agences de presse généralistes ont le monopole de l'info :

- NY (AP : Associated Press),
- Londres (Reuters privée),
- Paris (AFP)
- et Berlin (DPA)
- + une multitude d'agences nationales ou d'agences spécialisées.

Elles décident ce qu'est l'information et ce qui peut être publié.



PARTOUT DANS LE MONDE
7 jours/7 24h/24



“ **VITE ET BIEN** ”
c'était la devise
de Charles-Louis Havas,
à l'origine de l'AFP.

UNE DÉPÊCHE AFP, C'EST QUOI ?

Une information produite par l'AFP et diffusée à ses clients abonnés (TV, radios, journaux, sites web et autres organismes)

FLASH

La plus brève et la plus urgente des dépêches, qui donne une information exceptionnelle d'importance mondiale

ALERTE

Dépêche d'une ligne attirant l'attention de tous les clients sur une information importante et urgente

DES RÈGLES D'ÉCRITURE STRICTES

Une langue claire, précise, et accessible

Pas de « je » ni d'opinions personnelles

Pas de clichsés et de phrases toutes faites

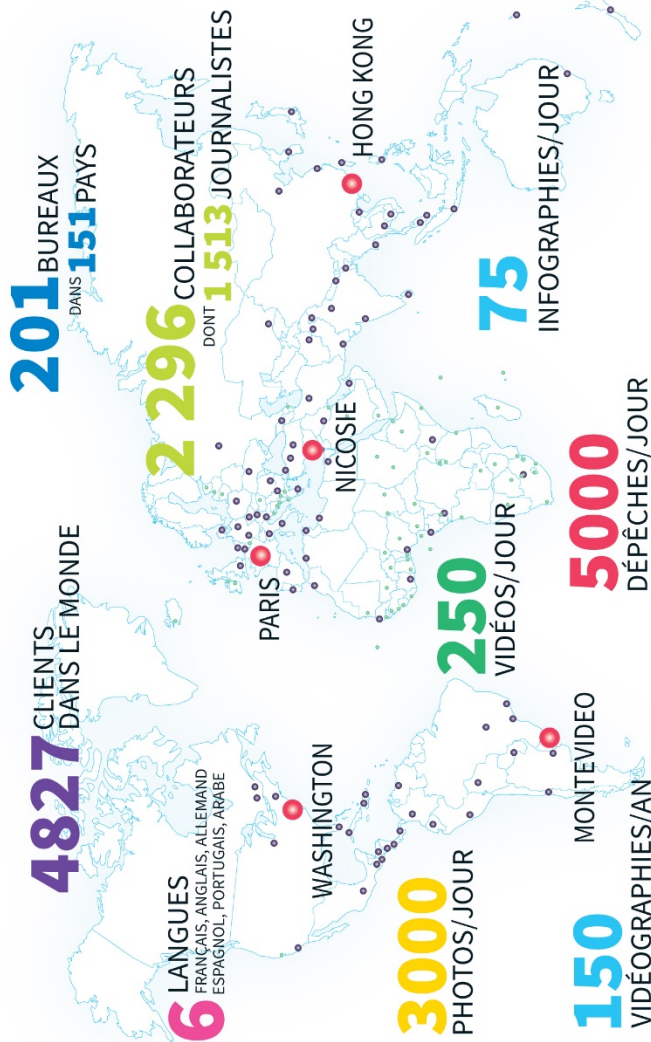
L'agencier cite toujours ses sources et ne les trahit jamais

UNE RÉFÉRENCE

Le manuel de l'agencier recense **200** principes et règles de base.

DES CHARTES

L'AFP met à jour des chartes de bonnes pratiques éditoriales et déontologiques.



UN PEU D'HISTOIRE

1835 Création de l'agence Havas, ancêtre de l'AFP

1944 Première dépêche de l'AFP

1957 Le statut de l'AFP garantit son indépendance pour assurer une information « **complète et objective** », « **digne de confiance** ».

2015 Le statut de l'AFP est modifié pour lui confier une mission d'intérêt général.

RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

En 1835, l'info était acheminée à cheval ou par des pigeons voyageurs...

Aujourd'hui, l'AFP est équipée des plus hautes technologies et transmet ses contenus en un temps record.

40 secondes c'est le temps qu'il a fallu pour envoyer aux clients la photo d'Usain Bolt remportant la finale du 100m aux JO de Rio en 2016.

Plus de **100 photos** prises depuis **12 angles** différents ont été transmises en moins de 10 minutes.



DES PRIX INTERNATIONAUX

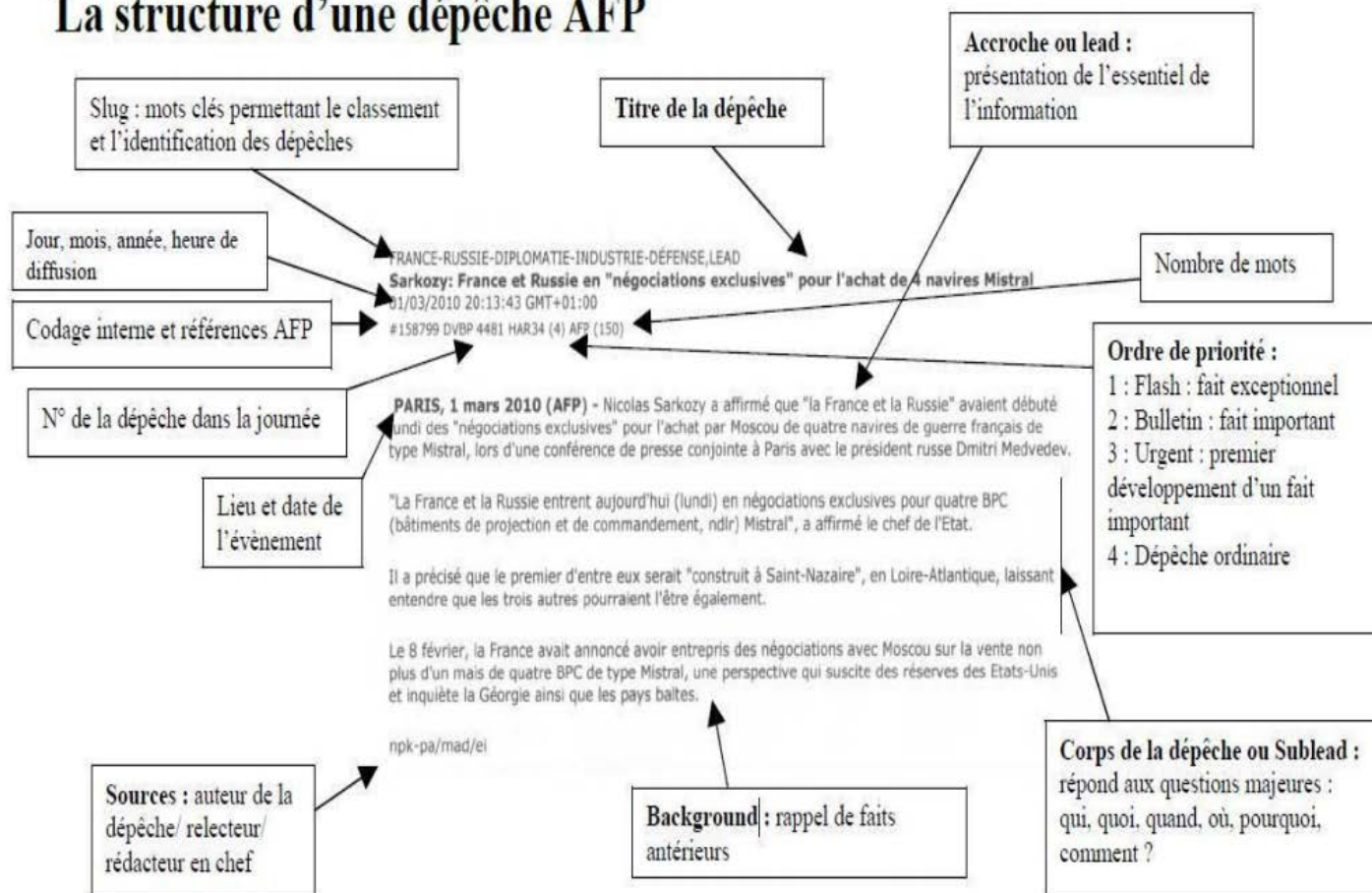
La Panaméenne, Rolanda Bell, chute durant les séries du 3 000 mètres steeple aux Mondiaux d'athlétisme de Pékin en 2015. © ADRIAN DENNIS / AFP



DES IMAGES CÉLÈBRES

Le président français Emmanuel Macron dit au revoir à son homologue américain, Donald Trump, après le défilé du 14 juillet 2017 à Paris. © ALAIN JOCARD / AFP

La structure d'une dépêche AFP



Source : CLEMI fiche dossier pédagogique 19ème SPME. P. CHAUVEAU – CLEMI Pays de la Loire
http://intranet.crdp-nantes.fr/InfoIntra/upload/44/00003191_Structure-depêche.pdf

b. La nécessité de financement des médias : un risque pour leur indépendance.

Les médias sont des entreprises qui ont besoin de se financer. Avec la crise que connaît particulièrement la presse écrite, cette activité est souvent déficitaire : la vente des journaux ne suffit pas à vivre.
 ⇒ Il faut donc trouver d'autres sources de revenus :

→ L'Etat :

- × Il finance l'audiovisuel public (Radio France, France télévision etc. financés par la redevance télé notamment),
- × Et il offre des aides à l'audiovisuel privé sous forme de subventions ou d'exonérations fiscales

Ex : Les montants des subventions versées aux journaux de la presse écrite ont été publiés par le ministère de la Culture en janvier 2019.

Les chiffres concernant les aides versées en 2017 : <https://droit-finances.commentcamarche.com/faq/33224-aide-a-la-presse-les-journaux-les-plus-aides-par-l-etat>

Libération : Aide par exemplaire : 0,242 €
Le Figaro : Aide par exemplaire : 0,058 €
Le Monde : Aide par exemplaire : 0,056 €

L'Humanité : Aide par exemplaire : 0,462 €
Les Echos : Aide par exemplaire : 0,043 €
L'Equipe : Aide par exemplaire : 0,015 €

→ La publicité :

- × Depuis les années 1830, la publicité constitue une **part importante des recettes des médias**.
- × **Toutefois, la perte de vitesse de la presse écrite fait fuir les publicitaires qui privilégient maintenant d'autres supports médiatiques comme Internet**
Ainsi, le secteur de la presse (magazines, presse quotidienne nationale et régionale, etc.) a vu ses recettes publicitaires se réduire de 44 % entre 2005 et 2014.
Dans le même temps, les recettes publicitaires sur internet se sont considérablement développées.

→ Enfin, **les médias peuvent être rachetés ou financés par des groupes de presse** (groupes qui contrôlent différents titres de presse) **qui appartiennent eux-mêmes parfois à des grands groupes dont l'activité principale est d'un autre secteur.**

- × A qui appartiennent les médias français : <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA#&gid=1&pid=1>
Ex : Bernard Arnault (1ère fortune française) : LVMH : *Le Parisien, Aujourd'hui en France, Les Echos, Investir, Radio classique*
Ex : Xavier Niel (13e fortune française)) possède à 80% le groupe Le Monde : *Le Monde, Courrier International, Télérama, La Vie, Huffington Post*
Ex : Bouygues : groupe TF1
Ex : Dassault : *Figaro*
- × **Le financement des médias par la publicité a pour conséquence de leur faire perdre leur indépendance** : ils ne peuvent pas dénigrer ceux qui paient pour qu'ils puissent exister. L'information est donc liée à la publicité, ce qui soulève un

Vidéo : <https://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/cinquieme/video/la-publicite-dans-les-medias>