

# Bonnes feuilles et gros sous

*par Camille Moisan*

---

**Qui détient les grands médias audiovisuels et de presse en France ?  
Avec quel impact pour le pluralisme et l'indépendance de  
l'information ? Une économiste et un juriste posent un diagnostic  
sombre et dessinent les principes qui permettraient de mieux  
protéger ce bien public qu'est l'information.**

---

À propos de : Julia Cagé et Benoît Huet, *L'information est un bien public. Refonder la propriété des médias*, Paris, Seuil, 2021, 264 p., 15 €

Julia Cagé, économiste, et Benoît Huet, juriste, sont tous deux familiers des questions relatives aux médias<sup>1</sup>. Dans *L'information est un bien public*, ils réunissent leurs expertises respectives afin d'alerter sur l'état actuel de la propriété de ces moyens d'information : « année après année, [...] dix personnes, puis seulement neuf, possèdent 90% des médias » (p. 12). Cette concentration entre les mains de quelques riches actionnaires s'opère, selon les deux auteurs, au détriment de l'indépendance et du pluralisme des médias, conditions pourtant essentielles de la démocratie. Développant une approche historique, économique et juridique et s'appuyant sur des exemples issus de l'étranger – États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne, Suisse, Irlande et Mexique – les deux auteurs ne se contentent pas de brosser un tableau sombre du

---

<sup>1</sup> Voir notamment l'ouvrage de Julia Cagé, *Sauver les médias*, Paris, La République des idées, 2015 ; V. aussi les articles de Benoît Huet, « Quand Mark Zuckerberg impose ses lois à 2,2 milliards d'individus », *Le Monde*, 19 décembre 2018 ; « La liberté d'expression au défi des fake news », *Le Monde*, 25 août 2017 ; « Entreprise solidaire de presse : le modèle Charlie Hebdo, une aubaine pour les journaux ? », *Huffington Post*, 21 août 2015.

système français de propriété des médias. Ils défendent aussi, et c'est là probablement l'apport le plus intéressant de leur ouvrage, un projet détaillé destiné à « démocratiser la gouvernance des médias et leur actionnariat » (p. 12).

## **La propriété des médias : état des lieux**

En France, il résulte de la liberté d'entreprendre une grande variété des formes et des modes d'administration des médias (p. 67). Ces derniers peuvent par exemple se constituer en sociétés ou en associations, avec des statuts et règles d'administration différents. Néanmoins, l'étude approfondie de ces diverses formes par les deux auteurs révèle que, dans l'état actuel du droit français, aucune d'entre elles n'est particulièrement satisfaisante.

La forme majoritairement choisie en France pour administrer un média, que ce dernier relève de la presse écrite ou de l'audiovisuel, est la société commerciale. Cela s'explique par les avantages que cette forme juridique offre aux actionnaires. En effet, l'investissement dans le média s'accompagne, pour l'actionnaire, de droits pécuniaires ainsi que de droits décisionnels proportionnels à l'investissement. La forme « société commerciale » représente toutefois une menace pour l'autonomie des rédactions. La mission d'information des journalistes entre en effet en tension avec l'intérêt financier de l'actionnaire, lequel est susceptible de provoquer une forme « de censure ou d'autocensure des rédactions » (p. 72). Par exemple, les auteurs soulignent la subjectivité de la couverture, par le journal *Le Figaro*, des affaires de la famille Dassault, principal actionnaire du média.

Quant aux formes plus « désintéressées » d'administration des médias, telles que l'association ou la société coopérative, si elles permettent de limiter « les risques d'ingérence actionnariale propres à la société commerciale » (p. 95), elles font face à la difficulté majeure de leur financement. L'absence de contrepartie séduit peu les donateurs ou les investisseurs.

Forts de ce constat, les deux auteurs étudient les mécanismes susceptibles de protéger l'indépendance et le pluralisme des médias quand ceux-ci prennent la forme plébiscitée de la société commerciale. Deux mécanismes retiennent notamment leur

attention : la sanctuarisation du capital des médias, d'une part, les règles garantissant le pluralisme, d'autre part. La sanctuarisation du capital des médias s'opère par le transfert du capital à un organisme à but non lucratif, tel qu'une association, une fondation ou un fonds de dotation. Si l'idée paraît séduisante, les auteurs montrent que ces outils sont en réalité insuffisamment protecteurs. Même le fonds de dotation, qui semble pourtant avoir la faveur des auteurs, présente des limites certaines. En effet, « selon la façon dont ses statuts sont rédigés, le fonds de dotation peut devenir soit le gardien de l'indépendance d'un média, soit au contraire l'instrument de sa sujétion » (p. 137). Ainsi, si dans le cas de Mediapart, les statuts du fonds « [offrent] de solides garanties d'indépendance pour le journal » (p. 138) à l'inverse, le fonds de dotation qui détient *Libération* a été conçu de manière à garantir un fort pouvoir de décision à SFR, unique entreprise fondatrice de ce fonds.

L'analyse des mesures destinées à garantir le pluralisme des médias, qu'il s'agisse des règles anti-concentration ou des aides publiques à la presse, permet d'aboutir au même constat : les instruments juridiques actuellement disponibles ne sont pas satisfaisants. Par exemple, les règles limitant la concentration des médias ont un champ d'application particulièrement restreint. Ces règles interdisent simplement à une personne de contrôler plus de 30% de la diffusion d'une publication quotidienne sur le territoire national. Elles ne concernent donc ni les publications hebdomadaires ou mensuelles, ni la presse locale, ni les groupes de sociétés.

## **La proposition d'un idéal-type**

Heureusement pour le lecteur-citoyen, le dernier chapitre de l'ouvrage apporte un souffle nouveau et plus optimiste. Parce que « l'information est un bien public » (p. 186), Julia Cagé et Benoît Huet proposent d'instaurer de nouvelles règles destinées à « protéger la liberté d'informer et l'indépendance des journalistes » (p. 186) et à sortir de l'écueil que constitue l'actuelle situation des médias. Leur proposition de « loi de démocratisation de l'information » (p. 195) s'articule autour de quatre principes fondamentaux et vise non seulement les médias eux-mêmes, mais aussi les structures qui les possèdent. Les auteurs suggèrent de suspendre l'obtention d'une fréquence (pour les médias audiovisuels) ou des principales subventions publiques (pour les entreprises de presse) au respect de ces quatre principes, afin d'en garantir

l'efficacité (p. 219). Autrement dit, le respect de ces principes constituerait une condition *sine qua non* d'existence des médias.

Selon le premier principe, la gouvernance des médias doit impliquer « pleinement les journalistes et les salariés » (p. 196). Ces derniers doivent représenter au moins la moitié des membres des organes de gouvernance du média, mais aussi des éventuels fonds de dotation ou fondations qui les possèdent. L'objectif est de leur garantir un véritable droit de regard sur l'administration du média.

Deuxièmement, les deux auteurs sont favorables à une généralisation du droit d'agrément. Ce droit, qui permet de soumettre le transfert d'actions de l'entreprise à l'accord préalable du conseil d'administration, ne s'applique actuellement qu'aux entreprises de presse. Cumulée avec le premier principe, la généralisation du droit d'agrément permettrait de renforcer l'influence des journalistes et salariés sur les transferts de titres, dans la mesure où le conseil d'administration serait composé, au moins pour moitié, de journalistes et de salariés.

Le troisième principe prévoit une transparence accrue de la gouvernance et de l'actionnariat. L'objectif est ici de renforcer la confiance des lecteurs dans les médias en mettant en lumière les potentiels conflits d'intérêts (p. 210). L'exemple du journal *Le Monde* est particulièrement significatif. La Société éditrice est détenue à 75% par Le Monde libre, détenu à 36,7% par NJJ Presse, détenue par NJJ Médias, détenue par NJJ Strategy, détenue par NJJ Holding, derrière laquelle on trouve Xavier Niel. Or, ce dernier est aussi le dirigeant de la société Free. Si cette activité de Xavier Niel est aujourd'hui connue par la majeure partie des lecteurs du *Monde*, ce n'est qu'en raison de la charte de déontologie du journal. Aucune règle de portée générale n'impose la publication de cette information. Par conséquent, les auteurs préconisent que tout média soit obligé de « porter, de façon visible et facilement accessible, à la connaissance de l'ensemble des citoyens toutes les informations relatives à l'identité des membres de ses organes dirigeants, et à la composition de son capital » (p. 209).

En dernier lieu, Julia Cagé et Benoît Huet préconisent d'augmenter les moyens humains et financiers des rédactions en imposant un nombre minimum de journalistes salariés en leur sein et en mettant en réserve une partie substantielle des bénéfices. Plus précisément, il s'agirait de créer « une réserve statutaire obligatoire consacrée au maintien ou au développement de l'activité d'entreprise » (p. 216).

Ce dispositif destiné à démocratiser les médias est complété par deux mesures supplémentaires. D'abord, les auteurs proposent la création de « Bons pour

l'indépendance des médias » (p. 222). Ces bons, qui ne sont pas sans rappeler les « Bons pour l'égalité démocratique » déjà proposés par Julia Cagé dans le contexte du financement des partis politiques<sup>2</sup>, consisteraient en « une nouvelle forme de financement public de la presse » (p. 223) conditionnée par le respect des quatre principes précités. Chaque citoyen pourrait décider annuellement à quel média allouer une somme de 10 euros. Une limite serait toutefois imposée : aucun média ne pourrait bénéficier de plus de 1% des bons. Ainsi, le pluralisme des médias serait aussi garanti.

Par surcroît, les deux auteurs proposent la création d'un fonds de pérennité pour les médias, version améliorée des modes actuels de sanctuarisation du capital. Les avantages de cette construction seraient multiples pour l'indépendance des rédactions : possibilité de soutenir financièrement le média, impossibilité de revendre les titres et aucune tutelle de l'État.

Les idées sont donc nombreuses et les propositions sérieuses dans cet ouvrage. Le dernier chapitre peut être conçu, selon l'expression des auteurs eux-mêmes, comme une « boîte à outils » (p. 240) à disposition des lecteurs en vue de repenser la propriété des médias dans un système démocratique.

## **Redonner un rôle central au citoyen ?**

L'objectif de démocratisation des médias poursuivi par les auteurs souffre peut-être, et il s'agit là de la seule nuance que nous souhaiterions apporter, d'une certaine imprécision. Le projet présenté dans le dernier chapitre de l'ouvrage semble un peu tâtonnant lorsqu'il s'agit de déterminer à qui il convient de redonner le pouvoir de décider. Ainsi lit-on à propos de la gouvernance démocratique des médias qu'en plus de la présence des journalistes et salariés dans les organes de gouvernance, « une possibilité serait d'aller plus loin en garantissant [...] également une représentation des lecteurs/auditeurs/télé spectateurs » (p. 199). Les auteurs proposent de délimiter la catégorie des lecteurs à partir de celle des « abonnés ». Mais, comme ils le soulignent eux-mêmes, que faire concernant les médias gratuits ? (p. 199). Et pourquoi ne pas

---

<sup>2</sup> Julia Cagé, *Le prix de la démocratie*, Paris, Gallimard, 2020, p. 454 et s.

tenir compte du lecteur ponctuel ? Du lecteur potentiel ? Quelques pages plus loin, d'ailleurs, à propos de la transparence de la gouvernance et de l'actionnariat, les auteurs considèrent que les informations relatives à la gouvernance et à la propriété des médias doivent être accessibles « à l'ensemble des citoyens » (p. 209), englobant ainsi un cercle bien plus large. Ainsi, il reste une question à laquelle Julia Cagé et Benoît Huet ne répondent pas nettement : qui, *in fine*, doit se retrouver au cœur du processus de démocratisation des médias ? Les journalistes, les lecteurs, et/ou les citoyens ?

Publié dans [laviedesidees.fr](http://laviedesidees.fr), le 21 juin 2021.