



JFR/SC



Communiqué

« *Je crois en l'avenir de la presse payante et du papier* ». Ces propos étaient tenus par le Président de la République à l'ouverture des travaux des États généraux de la presse écrite à l'automne 2008.

L'accord-cadre professionnel et social du 30 novembre 2004 devait, comme précisé dans son préambule : « ... *permettre aux éditeurs la mise en place de plans de développement ambitieux* » et « *donner aux entreprises de presse les moyens d'une politique dynamique de conquête et de reconquête du lectorat* ».

Au moment où des négociations sont engagées dans le cadre de la modernisation des imprimeries de la presse quotidienne et sur la charge de travail nécessaire à leur exploitation, lorsque le modèle économique de la presse est à bout de souffle et que le transfert des recettes publicitaires et des annonces vers d'autres contenants tels Google s'amplifient, il devient urgent et vital pour les quotidiens que les éditeurs s'emploient à mettre en place une politique volontariste pour stopper l'érosion de la diffusion et pour conquérir un nouveau lectorat, notamment chez les jeunes.

« *Sans lecteurs, pas d'avenir pour la presse écrite* » est la première phrase des États généraux de la presse. Alors, comment comprendre les décisions de la direction du *Figaro* — dont le directeur général est aussi le président du SPQN — de ne pas paraître les 15 août, 25 décembre et 1^{er} janvier de chaque année ?

Par souci d'économies répondront les financiers qui considèrent la presse comme une marchandise comme une autre et ne prennent pas en compte sa valeur sociale et culturelle. En poussant cette logique, la presse payante aurait la possibilité, dans un futur proche, de suivre l'exemple des gratuits et de stopper sa production papier le temps des vacances. Mieux, les éditeurs pourraient demander aux ouvriers du Livre de se mettre en grève à certaines dates, puis ils informeraient les lecteurs que leur journal a été pris en otage !

C'est le même état d'esprit qui guide les éditeurs en ce qui concerne la distribution de la presse. Il ne leur apparaît plus nécessaire d'être distribués sur l'ensemble du territoire, mais simplement aux endroits où la population est dense...

Ce n'est pas ainsi que « le secteur de la presse quotidienne générale et politique... [retrouvera] la place qui est la sienne, essentielle par sa contribution à la formation de l'opinion publique dans une démocratie... » (*Rapport CES*).

C'est pourquoi le SGLCE demande à la direction du *Figaro* et à l'ensemble des éditeurs de revenir sur ses « projets » de non-parution et de ne pas favoriser l'absence de la presse payante dans les points de vente.

Paris, le 7 mai 2009