

Des élus de *France-Soir* alertent le ministère de la Culture et de la Communication

Depuis de nombreuses années, le journal *France-Soir* rencontre de grandes difficultés liées à une instabilité économique et rédactionnelle provoquée par le groupe Hersant lors de la cession du titre pour un franc symbolique à M. Ghosn, à la fin des années 1990.

Les restructurations successives et les aventuriers qui prirent le contrôle du journal n'ont jamais réussi à enrayer la baisse constante de sa diffusion. Et pour cause.

Comment réussir à fidéliser un lectorat alors que le "turnover" dans la rédaction est la règle du management ?

Comment consolider le créneau d'un journal populaire lorsque l'image qu'il renvoie est brouillée par des changements incessants de contenu rédactionnel, de nouvelle formule et de visuel ?

En 2006, la Direction des médias nous avait déjà reçus alors que le promoteur immobilier Jean-Pierre Brunois pensait, lui aussi, détenir la recette miracle en transformant *France-Soir* en un tabloïd à l'anglaise tout en licenciant plus de 80 salariés de la rédaction.

Trois ans plus tard, Alexandre Pugachev devient le propriétaire du titre. Des investissements importants sont consentis, mais le jeune actionnaire est pressé, si pressé que ses conseillers lui promettent un retour à l'équilibre rapide et sans difficulté...

Janvier 2010 : M. Pugachev lance sa première nouvelle formule et les résultats sont au rendez-vous. Le titre retrouve rapidement un niveau de vente qu'il n'avait pas connu depuis près de dix ans en atteignant 100.000 exemplaires avant de se stabiliser autour de 75.000 ex.

Mais la situation n'évolue pas assez vite pour le jeune actionnaire.

Plutôt que de fidéliser les nouveaux lecteurs et de continuer à en séduire d'autres en renforçant son offre éditoriale, il décide alors de lancer une seconde nouvelle formule en mars 2011 en ayant eu soin auparavant (fin août 2010) de changer à nouveau de directeur de la rédaction. Il fait également des choix stratégiques pour le moins ahurissants, puisqu'il réduit et externalise le fameux cahier hippique de *France-Soir*, privant ainsi le journal de ses plus fidèles lecteurs.

Mais les résultats ne sont toujours pas à la hauteur de ses ambitions. L'heure est donc aux réductions de coûts et aux premières restructurations. Ce sont les inspecteurs des ventes, le responsable marketing, des salariés du service pub ainsi que la responsable de la fabrication qui sont d'abord licenciés.

Viennent ensuite la réduction importante des piges, le non-renouvellement systématique des CDD ainsi que la réduction des abonnements aux différentes agences de presse photo, privant ainsi le journal de tous les moyens nécessaires à son développement.

Un quotidien n'est pas un produit comme les autres ; or, plutôt que de travailler sur le long terme en étoffant sa ligne éditoriale, M. Pugachev n'a fait que déstabiliser les lecteurs.

Parallèlement, le site Francesoir.fr enregistre des résultats encourageants avec une audience et des recettes publicitaires en progression mais encore très faibles. Aujourd'hui, l'intégration de tous les articles du "print" dans les pages Web participe aussi largement au développement du site ; qu'en sera-t-il demain ?

Annoncé en comité d'entreprise le 14 octobre dernier, le tout Internet serait la solution d'avenir.

Cette équipe Web qualifiée de « low cost » par M. Pugachev, c'est seulement 32 journalistes, avec la disparition du service investigation, du service société, des correcteurs mais aussi des infographistes, pour ne citer qu'eux...

Cette restructuration permettrait d'atteindre l'objectif 2016, soit plus de 6 millions de visiteurs uniques avec un chiffre d'affaires publicitaire évoluant à 4,7 millions d'euros, sans la moindre explication rationnelle si ce n'est qu'Internet représenterait l'unique chance d'avenir pour la marque *France-Soir*.

Après l'inquiétude, c'est le sentiment d'un énorme gâchis qui prédomine. Un échec qui pourrait se solder par la disparition du paysage médiatique d'un titre de la presse quotidienne nationale.

Car la solution du tout numérique n'est malheureusement qu'un leurre et elle ne ferait qu'anticiper la liquidation pure et simple de la marque *France-Soir*.

Les salariés et leurs élus attendent du ministère de la Culture et de la DGMIC :

1. qu'ils mettent en œuvre tous les moyens dont ils disposent en intercédant auprès du propriétaire du journal afin que soit maintenue la version papier de *France-Soir*
2. qu'ils rappellent que la presse est d'intérêt public et qu'aucun homme, aussi fortuné soit-il, n'a le droit de vie ou de mort sur cet intérêt qui s'appelle démocratie.

Si M. Pugachev persistait dans son entreprise suicidaire pour le titre et ses salariés, il serait du devoir du ministère de prendre les mesures qui s'imposent.

Paris, le 3 novembre 2011