
Ce que révèle la crise des Echos et de La Tribune

By Laurent Mauduit

Published: 06/12/2007 - 17:07

Auteur: [Laurent Mauduit](#)

C'est assurément une crise atypique que traverse, en France, la presse quotidienne. Irruption de la gratuité et d'Internet, recul des ventes, baisse de la lecture, transfert des recettes publicitaires vers d'autres supports et notamment la télévision : les grands journaux affrontent depuis le début de la décennie une tempête dont les causes sont multiples.

Mais à tous ces vents contraires, qui soufflent dans la plupart des grands pays développés, s'en ajoute, chez nous, un autre : à la crise économique et au basculement vers un autre modèle technologique vient se cumuler une crise d'indépendance vis-à-vis du pouvoir, ou plus précisément, vis-à-vis des pouvoirs, politiques aussi bien que financiers.

Une crise aux effets dévastateurs ! Pour en mesurer la gravité, il suffit d'établir la chronique des turbulences dans lesquelles ont été pris ces derniers mois les journalistes des deux quotidiens économiques français, *Les Echos* et *La Tribune*.

Au tout début de cette histoire, il y a un homme, le richissime Bernard Arnault. Selon le magazine américain *Forbes*, le pactole qu'il amassé au fil des ans (26 milliards d'euros) fait de lui la septième fortune du monde, et la première fortune de France. Son parcours et ses amitiés sont très emblématiques de ce qu'est le capitalisme français, et de la consanguinité (qui est son trait distinctif) entre la vie politique et la vie des affaires. Modeste entrepreneur de province, spécialiste de l'immobilier de vacances au travers de la petite société bâtie par son père, Ferret-Savinel, Bernard Arnault a en effet une chance inouïe au début des années 1980. Parmi quatre autres candidats, c'est à lui, en 1984, que le gouvernement de Laurent Fabius décide de céder à prix cassé un vieil empire industriel, celui de la Compagnie Boussac, que l'Etat a pris en location gérance et renfloué en y injectant plusieurs centaines de millions de francs d'aides publiques.

A prix cassés, parce qu'il y a entre le jeune entrepreneur et l'Etat un « deal »: le jeune PDG achète le groupe pour une bouchée de pain (dans le montage financier, il ne débourse de sa poche que 90 millions de francs) mais, en contrepartie, il s'engage à assurer la pérennité du groupe industriel de textile et à garantir l'emploi. L'encre de l'accord est à peine sèche que Bernard Arnault le viole : il engage un plan de suppression d'emplois, démembré l'empire industriel en cédant toutes les divisions textiles et ne conserve que la pépite qu'il convoite depuis le début. Une pépite dénommée... Dior. En quelque sorte, l'Etat fait alors une très mauvaise affaire : il « socialise » les pertes passées de l'empire textile, mais privatise les profits futurs, ceux générés par la très célèbre maison de haute couture.

Pour Bernard Arnault, c'est peu dire que c'est l'affaire de sa vie. L'Etat lui ayant fait la courte échelle, le voici en position de devenir l'un des principaux acteurs de l'économie du luxe. Au fil des ans, c'est donc ce qu'il va devenir, à coups d'OPA et d'acquisitions multiples : le patron de l'empire LVMH, le numéro un mondial de cette industrie.

De ses débuts, Bernard Arnault n'oublie pas la leçon essentielle : pour réussir, en France, dans le milieu des affaires, il faut en respecter les codes. Les codes de la consanguinité et du mélange des genres. Dans la construction de son empire industriel et financier, Bernard Arnault prend toujours bien soin de ne jamais se couper des milieux politiques dirigeants de la droite. Grâce à l'un des « parrains » de la place de Paris, qui est à l'époque l'une des grandes figures de la banque Lazard, Antoine Bernheim, l'industriel fait ainsi la connaissance de Nicolas Sarkozy, et se rapproche beaucoup de lui. L'un et l'autre deviennent des amis intimes. Quand le bras droit d'Edouard Balladur entame sa traversée du désert, en 1995, après la victoire à la présidentielle de Jacques Chirac, son ami lui reste ainsi fidèle. En certaines circonstances, Bernard Arnault fait discrètement appel aux services de Nicolas Sarkozy, qui a repris son métier d'avocat.

Il en a par exemple l'occasion à la fin de 1997. Quand Vincent Bolloré, qui n'est pas parvenu à prendre le contrôle du groupe Bouygues un an auparavant et, ce faisant, à mettre la main sur TF1, décide de rétrocéder la part qu'il détient dans le capital du groupe de BTP, Bernard Arnault saute sur l'occasion. Rêvant secrètement, lui aussi, de voir son influence croître, il fait appel à son ami Nicolas Sarkozy, qui est aussi l'avocat de Martin Bouygues, pour qu'il serve d'intermédiaire et lui permette d'acquérir cette participation. Peine perdue : grâce à l'entremise d'Alain Minc (par ailleurs président du conseil de surveillance du *Monde*), les 12% que contrôle Vincent Bolloré dans le groupe Bouygues finissent par être rétrocédés à un autre industriel, François Pinault. Lui aussi a fait initialement fortune grâce à la courte échelle de l'Etat, notamment au moment de l'affaire de la Chapelle-Darblay.

Dans le même mouvement, Bernard Arnault soigne ses réseaux d'influence. Il embauche d'anciens hauts fonctionnaires à la direction de son groupe. Exceptionnellement un haut fonctionnaire issu de la gauche ; fréquemment des collaborateurs de premier plan, proche de sa propre sensibilité. Le patron de l'empire du luxe débauche ainsi de la banque Rothschild, à la fin des années 1990, Nicolas Bazire, ami de Nicolas Sarkozy et ancien directeur de cabinet d'Edouard Balladur à Matignon, pour en faire l'un de ses principaux collaborateurs. A la même époque, le puissant PDG affiche de manière de plus en plus visible son amitié avec Nicolas Sarkozy : il l'invite à passer ses vacances chez lui, et est l'un de ses témoins lors de son mariage avec Cécilia.

Dans ce capitalisme de connivence, Bernard Arnault franchit donc assez logiquement le pas. Même si la presse n'est pas son métier, il décide de s'y intéresser. Non pas pour engager une diversification industrielle ; bien plutôt dans une logique d'influence. Vieille tentation, celle de la « danseuse » ! Mais le malheur, pour Bernard Arnault, c'est que des années durant, il ne parvient pas à ses fins. S'il prend le contrôle de Radio Classique, d'*Investir*, de la *Tribune* et de quelques publications annexes, il ne réussit pas à « croquer » l'un des très gros titres de la presse.

Longtemps, il multiplie des tractations secrètes avec le groupe Hersant, dans l'espoir de prendre le

contrôle du *Figaro*, éventuellement en association avec le groupe Lagardère. En vain ! C'est, pour finir, un autre industriel dont la presse n'est pas plus le métier qui lui souffle l'affaire : un sénateur de l'UMP, proche de l'Élysée et dépendant des commandes publiques, un dénommé... Serge Dassault !

Durant des années, nul ne prend vraiment garde à ce qui se passe à l'intérieur du seul quotidien, *La Tribune*, que contrôle Bernard Arnault. Les protestations des journalistes sont pourtant fréquentes. Une fois seulement, élection présidentielle oblige, l'affaire fait grand bruit. L'incident survient le 4 septembre 2006. Ce jour-là, le quotidien publie un sondage réalisé par l'institut CSA. Mais, juste avant publication, la principale surprise apportée par cette enquête d'opinion est censurée. Alors que les personnes interrogées sur la crédibilité économique des candidats à l'élection présidentielle placent Ségolène Royal largement devant Nicolas Sarkozy (54% contre 49%), ce volet du sondage, le plus inattendu et donc le plus susceptible de faire la « manchette », est tout bonnement jeté à la poubelle, malgré les protestations de la Société des journalistes du quotidien.

Cette interférence n'est évidemment pas la seule. Sous couvert d'anonymat, un directeur de la rédaction, qui a officié dans le passé à la *Tribune*, témoigne d'un interventionnisme permanent de la direction du groupe LVMH. Par ailleurs, plusieurs sources confidentielles de premier plan assurent qu'aucun directeur de la rédaction de *La Tribune* n'a été nommé ces dernières années par la direction de LVMH sans que le conseiller en communication de Bernard Arnault, Michel Calzaroni (qui conseille par ailleurs de nombreux autres PDG connus, dont Vincent Bolloré), n'ait au préalable été consulté et n'ait donné un avis favorable.

L'auteur de ces lignes peut lui-même en témoigner. Présent au début de janvier 1996 à la cérémonie des vœux de Jacques Chirac à la presse, il a vu fondre le secrétaire général-adjoint de l'Élysée, Jean-Pierre Denis, sur l'un des principaux responsables de la rédaction de *La Tribune* pour l'interpeller publiquement : « *Nous avons fait le décompte : vous avez fait ces dernières semaines seize titres défavorables au gouvernement Juppé. Nous avons fait part de notre mécontentement à qui de droit* ». Et « *qui de droit* » s'est effectivement manifesté peu après. La direction de LVMH a prestement fait savoir au même responsable qu'il fallait se montrer plus aimable à l'égard du gouvernement Juppé.

Beaucoup de directeurs de la rédaction de la *Tribune* l'avouent en privé. Bernard Arnault n'hésite pas lui-même à décrocher son téléphone pour que son journal soit plus docile dans le traitement de l'actualité qui concerne son propre groupe. L'un se souvient ainsi que le PDG du groupe l'a appelé pour s'étonner qu'il n'ait pas été fait mention dans les colonnes du journal que la capitalisation boursière du groupe ait dépassé celle d'Elf. Un autre a en mémoire de s'être fait réprimander par Bernard Arnault pour avoir accordé une place jugée insuffisante aux résultats semestriels du groupe LVMH.

Du même coup, on comprend mieux le tollé que suscite Bernard Arnault quand, en juin 2007, au lendemain de l'élection présidentielle, il fait savoir qu'il vient de signer avec le groupe britannique Pearson (éditeur du *Financial Times*), une clause d'exclusivité en vue de lui racheter le quotidien *Les Echos* et qu'il va revendre ensuite *La Tribune* ? Même si la rédaction des *Echos* a la réputation de

n'être pas franchement frondeuse à l'encontre du monde patronal – sans lui faire offense, on peut même dire qu'elle a fréquemment défendu dans ses prises de positions éditoriales un point de vue proche du Medef et, avant, du CNPF -, c'est une levée immédiate de boucliers. Pétitions, grèves : les journalistes recourent à des moyens d'action sans précédent pour ce quotidien.

Les raisons de cette inquiétude sont transparentes. D'abord, aux *Echos*, nul n'ignore ce que la rédaction du quotidien d'en face, *La Tribune*, a enduré ces dernières années. De surcroît, toute la place financière de Paris rie sous cape car le « deal » financier qui se prépare est une sorte d'aveu : si Bernard Arnault a décidé de mettre sur la table 240 millions d'euros pour « s'offrir » un quotidien dont la valorisation, selon les meilleurs spécialistes, est compris seulement entre 160 et 180 millions d'euros, voire au grand maximum 200 millions d'euros, c'est qu'on est sorti de la rationalité économique. Pour entrer dans une autre rationalité, plus politique celle-là.

En bref, le PDG de LVMH a choisi de s'offrir le journal au prix du marché, majoré d'une fabuleuse prime complémentaire. Et les journalistes sont trop experts en économie pour ne pas comprendre les raisons de ce surcoût : c'est le prix de l'influence.

Les journalistes comprennent aussi que le mélange des genres ne s'arrête pas là. Il y a un risque majeur de conflits d'intérêt. Les comptes sont vite faits : quand, en juin, Bernard Arnault signe sa clause d'exclusivité avec Pearson, la rédaction des *Echos* peut calculer que le PDG a déjà été cité 130 fois dans le journal depuis le 1^{er} janvier précédent. A la tête du numéro un mondial du luxe, contrôlant un nombre incalculable d'enseignes et de marques, de Louis Vuitton jusqu'à Dior en passant par Céline ou Kenzo, sans parler de la distribution avec Le Bon Marché ou Séphora, les vins et spiritueux avec les champagnes Moët&Chandon, Veuve Clicquot ou Château d'Yquem, le groupe est un acteur majeur de l'économie française. Comment donc écrire sur un tel groupe, sans craindre des pressions ? Comment, pour un lecteur, pouvoir lire un quotidien contrôlé par un tel actionnaire sans être en état de suspicion ?

La rédaction des *Echos* entre donc en guerre. Elle sait que le groupe LVMH est l'un des groupes charnières du capitalisme parisien, et compte parmi ses administrateurs des industriels ou financiers aussi puissants qu'Arnaud Lagardère (patron du groupe éponyme) ou encore le financier belge Albert Frère, premier actionnaire des groupes Total, Suez ou encore Lafarge. De son côté, Bernard Arnault est lui-même membre du conseil de surveillance du groupe Lagardère, le deuxième actionnaire du géant de la distribution Carrefour, membre du conseil de M6. LVMH est enfin l'un des premiers annonceurs publicitaires français.

La riposte commence donc à s'organiser. Aussi bien à *La Tribune*, où les rédacteurs redoutent de voir leur journal revendu dans la pire des conditions, qu'aux *Echos*, où l'inquiétude porte d'abord sur la question de l'indépendance. Une riposte qui, pourtant, va rapidement prendre une étrange tournure. Aux *Echos*, le débat déontologique se brouille quelque peu car la hiérarchie cherche à promouvoir une autre solution de reprise, autour de l'industriel Marc Ladreit de Lacharrière, le patron et propriétaire du groupe Fimalac, qui possède notamment Fitch, la troisième agence mondiale de notation financière. Entre Bernard Arnault, dont la rédaction des *Echos* ne veut pas, et le « chevalier blanc », dont elle pourrait s'accommoder, c'est en réalité bonnet blanc et blanc bonnet : les

conflits d'intérêt potentiels sont aussi forts dans un cas que dans l'autre...

En externe, la bataille de pétition que lance la rédaction des *Echos* révèle aussi assez vite « *l'illibéralisme* » des milieux d'affaires dominants. La prise de position n'a pourtant rien d'un brûlot : « *Au moment où le groupe Pearson annonce son intention de vendre 'Les Echos', nous, lecteurs du premier quotidien économique français, tenons à manifester notre profond attachement à l'indépendance de ce titre et de son équipe rédactionnelle. Sa pérennité nous apparaît indispensable pour garantir la qualité d'une information économique et financière crédible et rigoureuse dans un monde de plus en plus complexe* ».

Les choses sont donc dites doucement, sans anathème. Et pourtant, les prises de positions seront peu nombreuses. Si la gauche signe (Marie-George Buffet, Laurent Fabius, François Hollande, Lionel Jospin...), tout comme l'UDF (François Bayrou...) et le mouvement syndical (Jean-Claude Mailly, Bruno Julliard...), les prises de positions à droite sont peu nombreuses. Dans les milieux d'affaires, elles sont timides. Il y a certes le clan de François Pinault, grand rival de Bernard Arnault, qui cherche à mobiliser mais les résultats sont peu convaincants.

C'est une sorte de test *in vivo* : libéraux en économie, du moins en parole, la majorité des grands patrons du CAC 40 ne sont pas des libéraux en politique. Ils ne s'offusquent pas – en tout cas, pas publiquement - que le principal quotidien économique français tombe entre les mains d'un actionnaire dont la presse n'est pas le métier.

Les récalcitrants, ceux qui signent, sont vivement rappelés à l'ordre, tantôt par des proches de Nicolas Sarkozy, tantôt par des collaborateurs de Bernard Arnault. Plusieurs signataires, pourtant influents dans la vie des affaires parisiennes, racontent qu'ils ont reçu le matin même de la publication de leur prise de position un coup de téléphone comminatoire de Nicolas Bazire les enjoignant de retirer leur signature, sauf à risquer de ne plus jamais travailler avec LVMH.

Dans le même temps, comme le révèle à l'époque *Le Canard enchaîné* (daté du 27 juin), Matignon demande au Haut commissaire aux solidarités actives, Martin Hirsch, qui avait signé la pétition, de retirer son soutien. D'autres personnalités de la majorité - le secrétaire d'Etat chargé des entreprises, Hervé Novelli ; le secrétaire général de l'UMP, Patrick Devedjian ; l'ancien premier ministre, Jean-Pierre Raffarin - sont dissuadés, eux aussi, d'apporter leur soutien aux journalistes des *Echos*. La consigne vient de l'Elysée.

Le 5 novembre, le groupe Pearson confirme que la cession à Bernard Arnault a bel et bien été conclue, malgré les inquiétudes de la rédaction. Et, symbole pour symbole, c'est Nicolas Sarkozy en personne qui révèle à un groupe de journalistes des *Echos*, venus l'interroger sur l'actualité, l'identité de leur futur patron, choisi par LVMH : Nicolas Beytout. « *Cette provocation alimente le soupçon et le discrédit sur les médias et illustre les liaisons malsaines qui se sont installées ces dernières années entre la presse et les pouvoirs économiques et politiques* », estime peu après le Forum des sociétés de journalistes, qui rassemble 25 sociétés de journalistes, dont celle des *Echos*. Il s'agit d'une « *collusion totale entre le pouvoir, les entreprises et les groupes d'information* ».

s'indigne pour sa part le socialiste François Hollande.

A droite, c'est un silence assourdissant ! Une seule personne, l'historien et essayiste Nicolas Baverez, pourtant proche de Nicolas Sarkozy, a l'honnêteté de faire un geste d'éclat, pour signifier que l'affaire n'est décidément pas en conformité avec les idées libérales qu'il professe. Annonçant qu'il interrompt les chroniques qu'il tient dans *Les Echos* depuis sept ans, il s'indigne, dans son dernier « papier » du sort auquel est promis le journal : « *Les conditions de son rachat ne me semblent conformes ni au juste équilibre des pouvoirs dans une démocratie, ni à l'éthique du capitalisme, ni à la fiabilité et au pluralisme de l'information financière dont la crise de l'été 2007 a montré l'importance pour le fonctionnement d'une économie de marché* », écrit-il.

L'insolent n'a pas d'écho : dans le petit microcosme de la vie parisienne des affaires, le geste est longuement commenté ; nul ne s'aventure à l'imiter. Pas question de braver l'Élysée, le chroniqueur fût-il un habitué du Palais! Quant aux journalistes de *La Tribune*, ils ont au même moment mille raisons de d'inquiéter pour leur avenir. Les motifs ne sont pas de même nature, car la personnalité qui, deux jours après la cession des *Echos*, se déclare candidat au rachat de leur quotidien, n'a rien de commun avec Bernard Arnault : il s'agit d'un homme de presse, Alain Weill, dont le groupe NextRadioTV contrôle BFM, BFM-TV ou encore RMC.

Ignorant les dessous de la négociation et craignant que le journal paie un très lourd tribut (notamment au plan social), les journalistes font grève plusieurs jours, fin novembre, pour contraindre LVMH à engager au préalable des négociations avec eux. Triste épilogue ! En quelques mois, la presse économique française a été dévastée. C'est aussi, parmi d'autres, l'un des constats qui est à l'origine du projet MediaPart et de l'une de ses ambitions : contribuer à refonder « *la fiabilité* » et « *le pluralisme de l'information financière* », en réhabilitant notamment l'investigation économique.