ENSC-(n° d'ordre)

THÈSE DE DOCTORAT
DE L'ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE DE CACHAN

Présentée par
Camille DUPUY

pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE DE CACHAN

Domaine
SCIENCES SOCIALES/PHILOSOPHIE/ART
Sociologie

Dynamiques professionnelles et salariales des journalistes

Thèse présentée et soutenue à Cachan le 29 novembre 2013 devant le jury composé de :

Gilles BASTIN	Maître de Conférences *PACTE – IEP Grenoble*	Examinateur
Antoine BEVORT	Professeur *LISE – CNAM*	Rapporteur
Florent CHAMPY	Directeur de recherche au CNRS *CMH – EHESS / ENS*	Rapporteur
Claude DIDRY	Directeur de recherche au CNRS *IDHE – ENS Cachan*	Directeur de thèse
Annette JOBERT	Directrice de recherche au CNRS *IDHE – ENS Cachan*	Examinatrice
Denis RUELLAN	Professeur *CRAPE – Université Rennes 1*	Examinateur

IDHE - ENS Cachan
61, Avenue du Président Wilson
94235 Cachan Cedex (France)

« *Combat* a aujourd'hui un nombre de lecteurs qui, pour un journal sans ambition, devrait suffire à assurer son existence. Simplement, les conditions d'exploitation d'un quotidien sont devenues telles que seuls des journaux à grand tirage peuvent équilibrer réellement leur budget. Je laisse à penser ce que signifie une loi économique semblable en ce qui concerne la liberté de l'esprit. »

A. Camus, *Combat*, 3 juin 1947

Remerciements

Mes premiers remerciements vont à Claude Didry, qui a dirigé cette thèse et les mémoires de Master qui l'ont précédée avec une attention toujours soutenue. Il m'a initiée à la pratique de la recherche et à la rigueur de l'écriture. Son soutien, sa confiance, ses orientations et ses conseils ont largement contribué à la confirmation de mes premières intuitions sur les journalistes. Je tiens à lui exprimer ma reconnaissance pour le temps qu'il m'a consacré, sa disponibilité, ses critiques bienveillantes et constructives, pour avoir cru en mon travail, l'avoir nourri et enrichi.

Pierre Boisard et Annette Jobert ont également guidé cette recherche et m'ont fait profiter de leur expérience au cours de nombreuses discussions et relectures. Je les en remercie très chaleureusement. Merci aux membres du jury d'avoir accepté de prendre part à l'évaluation de cette thèse.

J'ai eu la chance d'être accueillie, pendant ces quatre années, au sein du laboratoire IDHE de l'ENS Cachan qui offre une ambiance de travail et de réflexion propice à la conduite de la recherche. Les chercheurs du laboratoire accompagnent le travail des doctorants au cours des journées des doctorants, mais aussi tout au long de leur parcours. Je tiens à exprimer ma gratitude à toute l'équipe, et particulièrement à Christian Bessy, Elodie Béthoux et Arnaud Mias, pour les échanges réguliers (voire quotidiens) qu'ils ont pris le temps d'avoir avec moi, et pour avoir alimenté mes réflexions. L'amitié entre les doctorants constitue également un soutien important. Je tiens tout d'abord à remercier Julie Garda, avec qui j'ai partagé un bureau mais aussi les soucis et les joies inhérents au travail de thèse. Les réflexions collectives qui sont nées du séminaire des doctorants « Enquêtes, terrains, outils » m'ont beaucoup apporté. Je tiens à saluer tous ses participants, et notamment Hervé Champin, Anton Perdoncin, Jules Simha et Zhenzhen Yi, pour ces échanges scientifiques et amicaux. Certains membres du laboratoire se sont prêtés à la relecture de versions antérieures du texte. Parmi ceux que je n'ai pas encore nommés, merci à Maxime Quijoux et Sophie Rétif.

Le travail de thèse ne serait rien sans les enquêtés. Merci à tous ceux qui ont bien voulu me rencontrer, partager avec moi leurs expériences et une partie de leurs combats. Parmi eux, je tiens à saluer particulièrement Yves Agnès, Michel Delberghe et Jean-Michel Dumay, dont les luttes associatives, syndicales ou au sein des sociétés de journalistes ont particulièrement alimenté mes recherches. Je pense également à Guy Bernière, François Boissarie et François Simon qui m'ont consacré beaucoup de leur temps.

L'accomplissement de ce travail doit encore à beaucoup. Je tiens tout d'abord à remercier Denis Ruellan dont les travaux sur les journalistes ont nourri un grand nombre de mes réflexions. Il m'a accueillie à Lannion avec beaucoup de gentillesse et a toujours été disponible pour discuter de mes travaux. Les dimensions historiques de cette recherche doivent beaucoup à Patrick Eveno, avec qui j'ai pu échanger au sein des Comités d'histoire d'Audiens et de l'APCP. Le réseau thématique relations professionnelles de l'Association française de sociologie a été l'occasion d'un dialogue constructif à propos de ce sous-champ.

Je tiens à remercier l'ensemble de ses membres. Eric Lagneau a également accompagné ce travail. Ces remarques pragmatiques et son amitié ont contribué à son amélioration.

Mon entourage m'a aidée à mener cette thèse à son terme. Ma mère constitue un soutien sans faille depuis toujours et je ne pourrai jamais suffisamment la remercier. Je regrette que mon père n'ait pu m'accompagner dans cette aventure qui lui doit tout de même beaucoup. Je remercie aussi mes frère et sœurs pour leur appui, et particulièrement Marie-Pierre pour, entre autres choses, m'avoir transmis le goût d'étudier. Le soutien de mes amis a également beaucoup compté. Sans pouvoir tous les citer, je leur suis reconnaissante d'avoir partagé mes avancées et mes doutes, de leurs encouragements et de leur amitié qui sont des ressources inestimables. Merci à Alix, Marine, Nicolas et Sandrine, pour leurs relectures de la dernière version du texte et à Glenn-Marie pour nos séjours communs d'écriture. Merci également à Laura et Léa. Depuis la préparation de l'agrégation, Roberto m'accompagne dans les joies et les épreuves. Pour son travail sur l'illustration du texte, pour avoir accepté que la thèse entre dans nos vies et y prenne une place croissante, pour ses encouragements, sa patience et son soutien au quotidien, mes derniers remerciements sont pour lui.

Sommaire

Remerciements 1

Sommaire 3

Introduction générale. Du journaliste producteur d'informations au journaliste professionnel salarié 5

Première Partie. Le journaliste professionnel : un travailleur comme les autres ? 37

Introduction (I). Constitution et institutionnalisation d'une catégorie professionnelle de journaliste salarié 39

Chapitre 1. La construction d'une catégorie de journaliste professionnel salarié encarté 41

Chapitre 2. Le travail juridique de définition de la catégorie de journaliste : la carte d'identité des journalistes professionnels. 91

Chapitre 3. Protéger, réglementer et encadrer la profession : du statut individuel aux garanties collectives 133

Conclusion (I). Entre autonomie professionnelle et salariat 181

Deuxième Partie. Les instances collectives des journalistes : représenter un groupe professionnel salarié et spécifique 183

Introduction (II). Étudier les journalistes par la multitude des acteurs les représentant : du groupe professionnel aux relations professionnelles 185

Chapitre 4. Les syndicats de journalistes : des revendications professionnelles aux questions sociales 189

Chapitre 5. Les sociétés de journalistes : accéder à des droits spécifiques pour « sortir » du salariat 239

Chapitre 6. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse : défendre collectivement la qualité de l'information 285

Conclusion (II). Multiplicité d'acteurs et conceptions du journaliste 319

Troisième Partie. Trois formes de mobilisation pour l'autonomie professionnelle : résister au changement ou l'accompagner ? 321
Introduction (III). La diversité des mobilisations face à la « normalisation » de l'entreprise et de l'activité journalistique 323
Chapitre 7. Des journalistes salariés triplement indépendants : s'opposer à la réforme des statuts de l'Agence France-Presse 327
Chapitre 8. De l'actionnariat salarié au salariat : accompagner les licenciements et la recapitalisation du Groupe Le Monde 371
Chapitre 9. L'innovation pour une autonomie technique : encourager le changement d'outil éditorial au Monde Interactif 413
Conclusion (III). Dynamiques salariales et professionnelles des journalistes en entreprise .. 445

Conclusion générale. Perspectives de recherche 447

Bibliographie 457

Annexes 485

Principaux sigles utilisés dans la thèse 537

Table des matières 539

Table des illustrations 556

Introduction générale

Du journaliste producteur d'informations au journaliste professionnel salarié

Entre juillet 2008 et mars 2009, environ soixante-dix journalistes ont quitté la rédaction du quotidien *Le Monde*, qui a subi un plan de licenciement collectif sans précédent. En janvier 2011, le titre *La Tribune* a été placé en procédure de sauvegarde devant le Tribunal de commerce. La parution papier a cessé le 30 janvier 2012 après 4 093 numéros. Un plan de départs volontaires est négocié à *l'Express* depuis janvier 2013. Ces quelques exemples illustrent les difficultés que traverse le secteur de l'information en France. J.-M. Charon (2012) a recensé les « événements concernant l'emploi dans les médias », à partir de plusieurs sources syndicales et éditoriales. Selon lui, en 2012, près de cinq cents journalistes auraient perdu leur emploi (*infra*, cf. tableau 1). C'est le secteur entier qui semble être en restructuration, faisant face à des difficultés économiques liées notamment aux transformations technologiques (développement d'Internet) et à une perte de confiance du public.

L'analyse des restructurations, quel que soit le secteur (automobile, ferroviaire, etc.) conduit à interroger les salariés qui en sont à la fois la cible et les négociateurs, par l'intermédiaire de leurs institutions représentatives du personnel qui y jouent un rôle majeur (Didry, Jobert, 2010, p. 14). Dans cette situation économique difficile, les journalistes apparaissent comme des salariés appartenant à une entreprise, situation analogue à celle des ouvriers de l'automobile ou des cheminots. C'est alors leur similitude avec les salariés des autres secteurs qui semble dominer. Or, dans l'abondante littérature sur le journalisme et les journalistes, c'est au contraire la plupart du temps le caractère singulier de leur profession qui est mis en avant. Dans un manuel sur le journalisme, J.-M. Charon (2007, p. 21) explique ainsi qu'« il revient […] au journaliste d'exercer un rôle de critique des idées et des actes, qui constitue un contre pouvoir, au service du public, en l'occurrence, dans une démocratie, au service du citoyen ». Cela justifie la tenue d'« États Généraux » (2008) en charge de sauver une partie du secteur (la presse écrite) afin de « préserver l'un des biens les plus précieux de notre démocratie » (Livre Vert, 2009, p. 4).

En passant d'une « crise » de la presse aux restructurations des entreprises, le point de vue change. Sans nier le caractère « particulier » du produit (l'information), les journalistes sont ici envisagés comme des salariés (presque) comme les autres dans des entreprises (presque) comme les autres. Après avoir présenté l'objet de recherche (les journalistes professionnels), les entreprises dans lesquelles ils exercent et leur situation économique (1), on verra que la sociologie des journalistes les conçoit principalement comme des « professionnels » à partir de leur mission de « producteur de l'information », centrale dans

une société démocratique (2). Cette conception peut être complétée par une autre manière de les envisager, dans le prolongement des travaux de Max Weber sur le capitalisme, à partir de la réalité des pratiques des journalistes qui exercent dans des entreprises soumises aux règles commerciales. On verra alors que leur condition salariale n'est pas seulement une contrainte mais ouvre aussi des marges de manœuvre dans l'exercice d'une autonomie professionnelle (3). Cela amènera à suivre trois pistes de recherche qui structurent la réflexion (4). Le dispositif d'enquête (5) puis l'organisation de la thèse (6) seront enfin présentés.

1. Journalistes professionnels et entreprises de presse dans un secteur en crise

Le groupe professionnel des journalistes en France est composé de salariés dont le statut est défini dans le Code du travail et qui exercent dans des entreprises. Face aux difficultés que rencontre le secteur, l'analyse de ces professionnels peut être renouvelée en les concevant non seulement comme les producteurs de l'information (activité de travail) mais aussi dans leurs dynamiques salariales.

1.1. Des salariés professionnels travaillant dans des entreprises de presse

En 2012, 37 012 journalistes se sont vus reconnaître la qualité de « professionnels » par les autorités compétentes[1] et ont reçu une carte d'identité de journaliste professionnel (ou carte de presse). Ils répondent à la définition du Code du travail qui précise qu'un « journaliste professionnel » est « une personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources »[2]. Avec la reconnaissance de leur statut dans le Code du travail en 1935, les journalistes sont devenus des « professionnels salariés ». Ils bénéficient depuis 1974, quelle que soit la nature de la convention qu'ils signent avec leur employeur, d'une présomption de salariat[3]. La relation entre un journaliste et son employeur est supposée être définie par un

[1] La Commission de la carte d'identité de journaliste professionnel (CCIJP), la Commission d'appel ou la juridiction administrative.

[2] Article L. 7111-3 du Code du travail.

[3] « Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel, est présumée être un contrat de travail. Cette présomption [de salariat] subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. » (Article L. 7112-1 du Code du travail.)

contrat de travail (salarié). Ces professionnels exercent dans des entreprises spécifiques dont la production de l'information constitue l'objet social. Ces entreprises sont « éditrices » c'est-à-dire « éditant […] une publication de presse ou un service de presse en ligne »[4] ou bien audiovisuelles. Le « flou » entourant leur qualification ne permet pas de les recenser[5]. Le nombre de rédactions est en revanche connu : en 2012, les journalistes professionnels se répartissent parmi 3 614 rédactions[6]. Ces entreprises (publiques ou privées) sont soumises au droit des sociétés le plus classique. Elles sont de même nature que les autres entreprises du système « capitaliste » c'est-à-dire « commandées par la gestion et l'organisation la plus productive » (au sens de Weber selon Lallement, 2000, p. 199). Les difficultés que rencontre le « monde de production »[7] (Salais, Storper, 1993) de l'information peuvent être envisagées par rapport aux mutations du secteur : la presse papier et audiovisuelle vacille tandis que la presse numérique dégage peu de bénéfices et explore différents modèles.

1.2. Un monde de production en crise : déplacer le regard sociologique

Les difficultés du secteur ne s'expliquent pas seulement par la conjoncture économique (apparition d'un modèle d'information gratuite remettant en cause le modèle des médias traditionnels, concurrences et concentrations accrues, etc.). Les causes en sont multiples et complexes : recul de la confiance du public envers les journalistes ou mutations sociales du lectorat notamment. Malgré ces difficultés, le nombre de journalistes professionnels en France a plus que triplé entre 1975 (13 635) et 2009 (37 904)[8]. La variable d'ajustement semble avoir plutôt portée sur les effectifs des catégories non journalistes. Cependant, les journalistes en subissent également les effets ces dernières années : leurs effectifs salariaux stagnent, voire reculent, depuis 2010. « *Ça me fait un peu penser au radeau de la méduse, le métier il prend l'eau de toutes parts et nous, on essaie de le maintenir* » explique un journaliste au cours d'un entretien mené au début de la recherche. Les syndicats de journalistes dénoncent « *la précarisation de la profession, les crises successives de la presse et les coupes claires dans les effectifs* »[9]. Les conditions d'exercice sont de plus en plus précaires (augmentation de la part des contrats à durée déterminée ou pigistes, Frisque, Saïtta, 2011). Face à ces difficultés,

[4] Article 2 de la loi n° 86-897 du 1er août 1986.

[5] Ce point sera détaillé dans le Chapitre 1 : 3.2.1.

[6] D'après le décompte entrepris par C. Leteinturier en 2013 à partir des déclarations à la CCIJP.

[7] Un monde de production détermine un cadre commun de références partagées dans lequel le travailleur agit.

[8] Il a été multiplié par 3,6. Ces chiffres sont produits par la CCIJP, et repris dans différents rapports de l'Observatoire des métiers de la presse.

[9] A. Bellanger (Premier secrétaire du Syndicat national de journalistes), « Qualité », Editorial du supplément au *Journaliste* n° 304, mars 2012.

les entreprises adoptent des stratégies variables, qui vont de la cessation d'activité au plan de départs volontaires, en passant par la mise en vente, les licenciements secs ou le changement de périodicité (cf. tableau 1[10]).

Tableau 1 - Suppressions d'emploi et cessations d'activité les plus importantes en 2012

Secteur	*Entreprise ou Groupe*	*Emplois journalistes supprimés*	*Emplois non journalistes supprimés*	*Cessation d'activité*
Presse quotidienne nationale	France Soir	101	27	Oui
	La Tribune	47	68	Partielle (arrêt de la formule imprimée)
	Le Parisien	17	26	Non
	L'Équipe	36	10	Non
	Les Échos	15	40	Non
	Le Monde	0	159	Imprimerie
Presse quotidienne régionale	Paris Normandie	18	65	En vente
	EBRA	110	0	Non
	Sud Ouest / Midi Libre	68	90	Non
Presse magazine	Lagardère Active	0	19	Changement de périodicité
	Mondadori	37	0	Non
	Roularta / L'expansion	7	0	Non
	Témoignage chrétien	5	0	Non
Audiovisuel	Skyrock	0	17	Non
		461	**521**	

La crise économique que traverse ce monde de production affecte les journalistes de la même manière que toutes les catégories de salariés (même si c'est à une moindre échelle). Cela invite à déplacer le regard sociologique porté sur les journalistes tandis que la majorité des contributions en sciences sociales analyse le journalisme comme une profession spécifique (en lien avec sa contribution à la démocratie) et les journalistes dans leur fonction de producteur de l'information. E. Neveu ramène ainsi la sociologie du journalisme à l'étude

[10] À partir des données produites par J.-M. Charon (2012) et présentées lors des Assises internationales du journalisme de 2012.

des « pratiques journalistiques » qui permettent d'« aborder des questions tenues pour […] essentielles sur les pouvoirs de la profession, son rôle politique, son devenir » (2004, p. 6). L'enjeu général de cette thèse est de compléter cette approche, en saisissant les journalistes non seulement comme les membres d'un groupe professionnel, mais également comme des salariés exerçant leur activité dans des entreprises, aux côtés d'autres salariés, dans une division du travail conduisant à la réalisation d'un produit commun. Il s'agit de saisir les journalistes comme un groupe professionnel salarié en examinant comment cette « profession » s'institue dans un système économique capitaliste.

2. D'une sociologie des journalistes à une sociologie des journalistes salariés

La recherche sur les journalistes (ses objets, ses questions, ses méthodes) s'inscrit généralement dans une sociologie de la communication et des médias. Un rapide retour sur cette sociologie permet de comprendre comment le journaliste est devenu un objet d'étude sociologique et pourquoi les questions de recherche se sont centrées sur son rôle de producteur de l'information. Les sociologues ont interrogé les liens entre la production journalistique et la démocratie, puis entre le journalisme et l'économie, sans que les dynamiques salariales inhérentes à cette production ne soient directement envisagées.

2.1. La presse et la démocratie

Les premiers sociologues entretiennent des relations étroites avec le monde de la presse. Cependant, ils ont la plupart du temps analysé les médias et ses professionnels de manière seulement indirecte. Par exemple, E. Durkheim s'intéresse à la production médiatique afin de mesurer si l'exposition aux médias (qui « constituent un puissant instrument de diffusion ») encourage le suicide (par effet d'imitation). Il pose l'hypothèse selon laquelle « si l'imitation est pour quelque chose dans le développement des suicides, on doit les voir varier suivant la place que les journaux occupent dans l'attention publique » (Durkheim, 1976, p. 132). Il remet en cause l'influence directe de la presse sur l'opinion. Ce lien de causalité est également questionné dans les travaux de G. Tarde, qui montrent que les relations interpersonnelles influencent les opinions de manière beaucoup plus systématique que les journaux (Maigret, 2008, pp. 30-32). Chez ces auteurs, la presse n'est étudiée que de manière détournée, pour son influence (supposée) sur l'opinion, sans que sa production ou ses professionnels ne soient directement envisagés. Max Weber a pour sa part entrepris un vrai

programme de recherche sur la presse et ses salariés, mais qui n'aboutira pas (*infra*). Les premiers travaux concernant directement les journalistes sont ceux de R. E. Park, dans une sociologie qui se situe dans la continuité de son activité journalistique. Il a exercé comme journaliste et attaché de presse, avant de débuter à cinquante ans une carrière académique en sociologie au sein de l'École de Chicago (en 1913). Il est l'auteur de sept publications portant sur les journalistes (six articles et une préface), entre 1920 et 1941 selon le recensement réalisé par S. Bourmeau (1988)[11]. Park adopte une approche « culturelle » de la presse en analysant les contenus journalistiques comme des « formes culturelles » qui attesteraient de l'avancement de la démocratie et participeraient à la création de socles culturels communs[12]. L'activité journalistique est analysée dans sa contribution à la démocratie (en lien avec le développement de la presse de masse). Après avoir étudié les comportements journalistiques (« Histoire naturelle de la presse », 1923), cet auteur analyse le rôle et la fonction de la presse (trois écrits de 1940-1941[13]). Selon lui, la presse ne doit pas informer le public mais lui permettre de s'orienter, en traduisant l'information dans son propre « univers discursif ». Le journaliste doit présenter les faits « sans les colorer, ni les commenter plus qu'il n'est nécessaire pour les rendre intelligibles et lisibles à ceux auxquels il s'adresse » (2008, p. 96). La presse participe à la vie démocratique en « fournissant la matière des débats qui voient l'opinion publique se former » (*op. cit.*, p. 87). C'est leur contribution au processus démocratique qui justifie que l'on s'intéresse aux professionnels de la presse.

La sociologie de la communication et des médias qui se développe dans les années 1930 prolonge ces questionnements liés à la démocratie. Avec le développement de la presse de masse, les sociologues interrogent la place des médias dans la société. Mais contrairement aux conclusions de Park, les effets néfastes de la production médiatique sont dénoncés (notamment au sein de l'École de Francfort). Ses producteurs (et notamment les journalistes) sont décrédibilisés et ne font plus l'objet de recherches. Les journalistes redeviennent un objet d'étude sociologique pertinent à partir des années 1960, avec l'évolution des problématiques de la sociologie de la communication et des médias. Les conclusions alarmistes précédentes sont nuancées par la prise en compte du contexte d'émission et de réception du message

[11] Dont une partie est traduite dans un recueil : PARK R.E., 2008.

[12] D'après les explications de G. Mulhmann, 2008, pp. 22-30.

[13] 1940, « Quand l'humain est au cœur de l'information », HUGHES H. M., *News and the human interest story*, Chicago, University of Chigago Press, pp. XI-XXIII ; 1940, « De l'information comme forme de connaissance », *American Journal of Sociology*, n° XLV, pp. 669-686 ; 1941, « L'information et le pouvoir de la presse », *American Journal of Sociology*, n° XLVII, pp. 1-11 ; reproduits dans PARK R. E., 2008, respectivement pp. 66-89 ; 92-104 ; 105-120.

médiatique. Les médias ne sont plus envisagés comme un déterminant externe de l'espace social mais comme l'un de ses éléments, explique E. Maigret (2008, p. 12). Le travail concret des professionnels des médias, dont les journalistes, et de manière plus générale les influences de l'environnement sur leur production, sont analysés (contexte d'émission). Le public transforme ensuite le message médiatique en fonction de sa situation (contexte de réception). Les questions posées par la sociologie des médias influencent (voire déterminent) celles qui sont posées aux journalistes. En centrant l'analyse sur les liens entre le produit médiatique et l'environnement social, économique et culturel dans lequel il est créé, c'est la manière dont le journaliste produit de l'information (chaîne médiatique) qui est au cœur des recherches sur ces professionnels. La sociologie française des médias qui se développe dans les années 1970 poursuit ces recherches sur l'influence de la production médiatique et notamment du journalisme sur le public (et plus généralement sur la démocratie). Le contexte de production est encore au centre des analyses. Les différents travaux mettent au jour trois niveaux d'influence : les interactions organisationnelles (avec le milieu), les influences socioculturelles (appartenance sociale et transmission de codes culturels), les structures économiques (avec le marché) (Maigret, 2008). Les journalistes sont définis comme des « fournisseurs de contenus rédactionnels » (Vuillod, 2009, p. 436) et toujours analysés dans leur fonction de producteur de l'information. P. Bourdieu dénonce l'influence des journalistes qui selon lui « peuvent imposer à l'ensemble de la société leurs principes, leurs visions du monde, leurs problématiques, leurs points de vue » (2008, p. 53). Ces analyses ouvrent sur la question du « pouvoir » des médias sur les champs politique et culturel (Rieffel, 2005a, 2009) et sur le pouvoir des journalistes. Dans ces différents travaux, le journaliste est conçu comme un acteur pris dans un champ de forces dont sa production dépend, sans que soient envisagées les dynamiques économiques inhérentes à cette production.

2.2. La presse et l'argent

La manière d'étudier le « champ médiatique » prend un « tournant » avec l'article de Pierre Bourdieu sur « l'emprise du journalisme » (1994) (Eveno, 2003, p. 14). L'accent se déplace des rapports entre la presse et le politique aux rapports entre la presse et l'argent. Cette nouvelle façon d'étudier les médias est illustrée dans les années 2000, par une invitation à « analyser les effets que les contraintes économiques […] ont entraîné sur la fabrication de l'information » (Champagne, 2000, p. 4). Les travaux de J. Duval proposent par exemple d'étudier l'effet des mécanismes économiques sur la production journalistique, à travers la

figure du journaliste économique, en observant l'exercice de son activité au sein de l'entreprise (2004). Dans ces différents travaux, les règles économiques s'imposent au journaliste et ont des conséquences sur sa production, comme le résume bien P. Eveno qui propose d'étudier « en quoi la gestion des entreprises de presse […] influe sur le produit particulier, le journal, et sur son contenu, l'information » (*op. cit.*, p. 7).

Bien que ces travaux renouvellent l'étude du journalisme et introduisent des dimensions économiques, le journaliste y est toujours envisagé comme un producteur dans son entreprise. Cette sociologie est centrée sur l'activité du travail médiatique derrière laquelle l'entreprise est occultée ou n'apparaît que comme une source de contraintes. N. Brousteau *et al.* listent « les représentations que les chercheurs peuvent eux-mêmes se faire du journalisme » parmi lesquelles n'apparaît pas le journaliste salarié : « le journaliste entendu comme un socle de la démocratie, comme l'expression de la liberté d'informer, comme un champ professionnel, comme une pratique d'auteur ou une pratique fortement contrainte par des interdépendances économiques, politiques, culturelles » (2012, p. 8). Pour compléter l'approche économique développée sur les journalistes, et tenter de la renouveler à partir d'une nouvelle représentation de ces travailleurs, on propose ici d'étudier le journaliste dans son environnement économique (monde de production de l'information) non pas comme un producteur indépendant, mais comme un salarié inscrivant son activité dans une division du travail au sein d'une entreprise. Il s'agit de lier sociologie des groupes professionnels et sociologie du salariat pour analyser comment ces dimensions se croisent dans les activités concrètes des journalistes pris dans les dynamiques capitalistes.

3. Le journaliste entre salariat et autonomie professionnelle

Dans la continuité des travaux de Max Weber qui invite à penser les journalistes et la presse dans le « capitalisme », il s'agit de considérer le journaliste salarié et de concevoir conjointement l'autonomie professionnelle et le salariat.

3.1. Presse et capitalisme, le projet inachevé de Max Weber

M. Weber n'est pas connu pour être un sociologue de la presse. On ne trouve pas de traces de ces questions dans les nombreuses présentations de son de œuvre[14], centrées sur ses analyses de l'économie (du capitalisme) et des religions, à l'exception de la mention qu'il a

[14] Voir par exemple les présentations de Weber par M. Lallement (2000) ou par J.-P. Delas et B. Milly (2009).

été « occasionnellement journaliste politique » (Aron, 2000, p. 9). G. Bastin montre pourtant qu'il a entretenu des liens importants avec le monde des médias, à la fois par ses contributions régulières à des journaux[15], mais aussi parce qu'il a porté un intérêt particulier à la presse et au travail des journalistes (Bastin, 2009a, p. 124). Pour Weber, le journaliste est un « déclassé » qualifié d'« orateurs à gages » appartenant à « une sorte de caste de parias que la société juge toujours socialement d'après le comportement de ses représentants les plus indignes du point de vue de la moralité » (1986, pp. 158 et 194). Il souhaite cependant réhabiliter cette profession et la responsabilité qui lui incombe (Bastin, *op. cit.*, p. 127). Il met en avant « l'importance de la presse » comme élément fondateur de la société contemporaine. Le journaliste contribue selon lui à construire l'homme (« la personnalité subjective de l'homme moderne », Weber, 2001, p. 199) et la société moderne (« la personnalité subjective de la culture moderne », *ibid*.). Il serait ainsi le premier représentant des « démagogues », entendus comme ceux qui « dirigent l'ecclésia souveraine du démos athénien » (1986, p. 158), représenterait un élément constitutif de la démocratie et aurait une responsabilité « bien supérieure à celle du savant » (*op. cit.*, p. 159). Ainsi, il interroge : « Que serait la vie moderne sans le caractère public spécifique engendré par la presse ? » (1992, p. 103). C'est pour cela, explique-t-il dans son discours sur « la vocation d'homme politique » en 1918, que « la sociologie du journalisme moderne » doit constituer « un chapitre à part » dans l'étude sociologique. Il tente ainsi de relancer l'ambition qui avait déjà était la sienne en 1910, de fonder une sociologie de la presse et d'instituer le journaliste et son entreprise comme des objets de recherche sociologiques.

Dès 1910[16], M. Weber explique ainsi que la presse est « le premier des sujets que [la] Société [allemande de sociologie] juge propre à subir un traitement purement scientifique » (1992, p. 103). Il élabore un programme scientifique précis de sociologie de la presse, dont on trouve trace dans deux textes datant de 1910 : un rapport préliminaire pour une proposition d'enquête sur la sociologie de la presse (qui a fait l'objet d'une traduction et d'une analyse détaillée par G. Bastin, 2001) et une allocution prononcée à l'occasion des premières assises de la sociologie allemande (traduit par G. Musy, 1992). La sociologie de la presse que propose M. Weber s'inscrit dans un projet d'enquête collective de la Société allemande de sociologie. Une commission en charge de la réalisation de l'enquête est créée le 6 mars 1911

[15] Il a notamment écrit une série d'articles sur la politique allemande pour le *Frankfurter Algemeine Zeitung* en 1917, traduits dans un recueil : *Œuvres politiques* (1895-1919), pp. 307-455, 2004.

[16] Voir 1908, selon KUTSCH A., 1988, « Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die Zeitungs-Enquête und eine Redakteurs- Umfrage », Publizistik, 33(1) cité par BASTIN, 2001, p. 176.

et questionne « la fonction sociale de la presse » (1992, p. 106), les « effets engendrés » par le journal (*op. cit.*, p. 107) et *in fine*, « son apport à la spécificité de l'homme moderne » (*op. cit.*, p. 108). Cette enquête a pour « but ultime » de « s'affronter aux grands problèmes culturels [de l'époque] » (2001, p. 199). Au premier abord, elle ne semble pas s'éloigner des questionnements classiques de la sociologie des médias. Il s'agirait notamment d'étudier « les rapports de la presse avec […] les innombrables groupes et intérêts qui influencent l'opinion et sont influencés par elle » (1992, p. 104). Cependant, le point de départ de l'analyse est tout à fait original, les « buts ultimes » étant différents de l'« objet de recherche » (2001, p. 199). Weber propose ainsi de partir de l'entreprise de presse : « Pour examiner la presse sous l'aspect sociologique, il est fondamental de constater d'abord qu'elle est nécessairement, de nos jours, une grande entreprise privée capitaliste » (1992, p. 104). Le plan de travail qu'il présente comporte deux parties : l'étude de l'« économie » du journal puis de l'« esprit » de celui-ci. La première partie correspond à la structure économique de l'entreprise de presse (propriété du capital, besoins en capitaux, coûts, recettes, annonces, concurrence, monopole), à sa chaîne de production (mode d'obtention de la matière, organisation interne, mode de partage), mais aussi aux salariés eux-mêmes, journalistes ou non (carrière, statut et organisation). La deuxième partie correspond à la formation de l'identité d'un journal au sein de l'entreprise, en lien avec les éléments mis en avant dans la première partie (tradition, influences extérieures et intérieures), ainsi que son rôle sur l'opinion publique, c'est-à-dire sur la façon de s'exprimer et de penser en langue allemande. Ce projet d'enquête sur la presse n'aboutira pas. Cela tient notamment à une situation conflictuelle résultant des prises de position de Weber contre un article qu'il juge diffamatoire sur un cercle féministe dont sa femme fait partie. Il se trouve alors engagé dans trois procès en diffamation entre 1911 et 1913 (contre l'auteur de cet article, puis contre un article à la source anonyme l'accusant de ne pas avoir voulu défendre l'honneur de sa femme et enfin contre le collègue qui s'avère être cette source anonyme : Bastin, 2001, pp. 178-180). De manière plus fondamentale, cet échec s'explique par celui de la Société allemande de sociologie, structure porteuse du projet, qui rencontre peu de succès (Bastin, *op. cit*, p. 181).

Malgré l'échec du projet, M. Weber propose un cadre d'analyse novateur pour penser les journalistes. Le programme de recherche, centré sur l'entreprise de presse, dépasse les questions générales de son influence. G. Bastin explique ainsi qu'il transparaît « une volonté de compréhension objective des conditions d'exercice de cette activité dont la portée dépasse largement celle des questions politiques de l'époque », attestant ainsi d'un « glissement du

politique vers l'économique » (2001, p. 174). Comme l'explique Weber lui-même, « il faudra commencer par le fait que le mode de fonctionnement de tout le travail culturel de la presse aujourd'hui est lié aux conditions d'existence d'entreprises privées et qu'il ne peut en être autrement : il est nécessaire en d'autres termes d'examiner d'abord et avant tout l'entreprise de presse » (Weber, 2001, p. 199). Ce « glissement » renvoie aux préoccupations plus générales de Weber sur le capitalisme. Son œuvre est consacrée à « comprendre le monde moderne » (Lallement, 2000, p. 198). La question générale que pose cet auteur est celle de « l'apparition du capitalisme d'entreprise bourgeois » (Weber, 1996, p. 500). Il définit le capitalisme comme « la recherche du profit dans le cadre d'une activité capitaliste rationnelle et continue, […] d'un profit toujours renouvelé, […] de rentabilité » (*op. cit.*, p. 493). Si le capitalisme a pris différentes formes selon les époques et les lieux, il atteint selon Weber son état le plus avancé en Occident où il s'accompagne d'une « organisation rationnelle du travail libre sous la forme d'entreprises » (*op. cit.*, p. 500). Dans cette optique, la presse et les journalistes doivent être envisagés, selon l'auteur, à partir des questions plus générales de rationalisation économique. Le produit de la presse (l'information) est un produit comme les autres et le journalisme constitue une « activité économique » capitaliste, c'est-à-dire exercée en toute rationalité et orientée vers le profit. « Il refuse délibérément de considérer la production des entreprises de presse […] comme un produit original par rapport à d'autres productions économiques » en déduit ainsi G. Bastin dans son analyse du rapport préliminaire (2001, p. 184). Ce projet sociologique déplace le regard porté par la sociologie des médias sur les journalistes en invitant à les étudier dans une « sociologie économique du capitalisme moderne » (*op. cit.*, p. 196). En centrant la recherche sur l'entreprise de presse et ses membres, Weber suggère que la production de ces entreprises est une production comme une autre, soumise à une division du travail dont le journaliste n'est qu'un élément. Le modèle qui se dégage de ces intuitions représente un point de départ essentiel pour saisir le journaliste comme un salarié d'une entreprise classique du système capitaliste dont le travail concourt à la production de l'information, et ainsi l'étudier par une sociologie du travailleur salarié du système capitaliste. Le plan de travail adopté ici est cependant décalé par rapport à celui que proposait Max Weber (*infra*).

3.2. Penser conjointement salariat et autonomie professionnelle

Le journaliste est donc envisagé à partir de sa situation de salarié dans une entreprise, ce qui engage plusieurs éléments et notamment la subordination juridique à l'employeur. Cette

subordination interroge les marges d'action qui s'offrent aux salariés pour conquérir ou défendre une autonomie professionnelle, fondée sur « le poids des groupes professionnels dans la définition de leur travail » (Boussard *et al.*, 2010, p. 158). D. Demazière et C. Gadéa soulignent l'existence de « tensions (ou des articulations originales visant à parer ces tensions) entre des professionnels qui cherchent à préserver et améliorer leur emprise sur leur propre travail et des mécanismes de contrôle externe, portés par des réformes managériales, des responsables hiérarchiques, d'autres catégories de travailleurs » (2009, p. 21). Mais pour S. Monchatre (2009), cette tension correspond en fait à une opposition entre deux formes de métiers : le « métier individuel » (du salarié) et le « métier d'entreprise » (lié aux besoins de l'entreprise). Cela tient à ce que « contrairement aux membres d'un groupe professionnel, les salariés disposent de peu de ressources de négociation pour agir sur la définition de leur mandat » (p. 91). Dans cette perspective, l'autonomie des professions libérales est opposée à la subordination salariale qui serait réduite à la contrainte exercée par l'employeur.

Cette opposition paraît trop réductrice pour envisager les professions salariées. Dans le cas des artistes, P.-M. Menger (2002) étudiant la place des arts dans « l'économie capitaliste » montre que ce secteur de production obéit aux mêmes règles économiques que les autres. Les arts ne sont ni « extérieurs » ni « assujettis » aux logiques économiques du capitalisme. Tout en s'inscrivant dans le salariat des entreprises classiques, la production artistique ne renonce pas à toute autonomie qu'empêcherait la subordination salariale. Les « termes de la partition » entre indépendance et salariat évoluent selon l'auteur (*op. cit.*, p. 76). De même, l'observation de l'activité journalistique permet de réfuter les deux thèses opposées (comme dans le cas des artistes) du « complet assujettissement » et de « la liberté absolument préservée » des journalistes (Lemieux, 2011, p. 12). Celle-ci est prise entre contraintes organisationnelles et économiques et besoins d'indépendance. Elle bénéficie d'une autonomie encadrée et constitue en cela une de ces professions à « pratiques prudentielles », de celles qui « cumulent une pratique prudentielle significative avec des protections qui leur ont été conférées pour garantir leur autonomie dans la conduite leur travail » (Champy, 2009, p. 189). Ainsi, le statut de salarié ne se réduit pas à une contrainte avec laquelle devrait composer l'autonomie professionnelle. Le salarié s'inscrit dans une collectivité avec laquelle il se coordonne et dans laquelle il pèse, jusqu'à un certain point, sur le contenu et le produit de l'activité (Didry, 2012a). Les journalistes peuvent alors être envisagés dans la configuration institutionnelle du capitalisme afin de mesurer les marges d'action dont ils disposent pour peser sur leur activité. L'autonomie professionnelle et la condition salariale des journalistes sont conçues à partir de

l'analyse conjointe des dynamiques salariales (défense du salariat) et des dynamiques professionnelles (défense de l'autonomie professionnelle). Comment les dimensions institutionnelles de la profession et du salariat pèsent-elles sur la manière dont se structure et se mobilise ce groupe professionnel ? Cette problématique générale est envisagée à partir de trois pistes de réflexion.

4. Du groupe professionnel aux relations professionnelles

L'articulation entre autonomie professionnelle et salariat peut être appréhendée à partir de plusieurs pistes de recherche, qui ne se limitent pas à l'observation de l'activité individuelle de travail mais conduisent à analyser le journaliste dans son environnement institutionnel plus général. Il s'agit de concevoir le groupe professionnel des journalistes à partir des différents dispositifs institutionnels qui encadrent et structurent cette profession, pris comme supports des mobilisations collectives. Cela permet de revenir à la démarche suggérée par Max Weber dans son projet d'enquête sur le journalisme (2001, pp. 200-205), en insistant sur le journalisme comme activité salariée, et ainsi comme base d'une revendication professionnelle.

4.1. Une profession floue et éclatée prise dans une catégorie juridique

Les deux premières questions que pose Max Weber portent sur les « propriétaires des journaux », les « besoins en capitaux », et plus généralement sur le statut de l'entreprise productrice d'information (2001, p. 200). Ce point de départ est au fondement d'une recherche qui envisage ces entreprises comme des entreprises normales. On laisse de côté les points qui portent sur l'organisation du secteur (coûts, recettes, concurrence et monopole) et de la production (mode d'obtention de la matière) pour se centrer sur le point de recherche « journal et journalismes », et notamment sur « la nature et le développement de la position économique et sociale du métier de journaliste », ainsi que sur les frontières du groupe (« changement d'emplois de et vers d'autres activités » : *op. cit.*, p. 204). À partir de cette conception spécifique de l'activité journalistique comme activité salariée, il s'agit d'analyser la constitution d'un groupe professionnel de journaliste, pour laquelle l'exercice d'une activité similaire ne suffit pas. Au-delà de l'« exercice d'une activité ayant le même nom », les membres du groupe doivent être « dotés d'une visibilité sociale, bénéficiant d'une identification et d'une reconnaissance, occupant une place différenciée dans la division

sociale du travail et caractérisés par une légitimité symbolique » (Demazière, Gadéa, 2009, p. 20). Le groupe professionnel du journaliste est flou, hétérogène et mouvant. D. Ruellan montre que celui-ci se maintient grâce à un « professionnalisme du flou » c'est-à-dire en n'imposant pas de normes trop strictes. Cela lui permet de gérer son hétérogénéité (2007). Cette hétérogénéité des journalistes fait l'objet de nombreux travaux. J.-M. Charon met au jour un « éclatement » croissant de la profession entre différents « univers » liés à des médias distincts entre lesquels les journalistes circulent peu (1993, p. 26). E Neveu définit à sa suite cinq « galaxies du journalisme » qui engendrent des « manières d'être journaliste » plurielles (2004, pp. 28-35). C. Leteinturier pour sa part met en avant un certain nombre de facteurs significatifs de différenciation entre journalistes (2003). Les recherches qui se concentrent sur le contenu de l'activité professionnelle concluent donc à une diversité constitutive des journalistes.

On cherche à envisager l'unité du groupe au-delà de cette diversité. À partir des institutions du travail, il s'agit alors de « penser ensemble l'unité de la culture professionnelle et les variations de ses activations » (Champy, 2009, p. 127). En effet, l'unité de ce groupe repose sur le statut commun de « journaliste professionnel » défini dans le Code du travail. La « nature » de ce groupe (salarié ou indépendant), qu'interroge Weber, a évolué pour passer d'une activité de travail autonome à une activité salariée dans des entreprises. La constitution des dispositifs salariaux, ainsi que leur état actuel, sont envisagés dans un double mouvement de salarisation et d'autonomisation du travail. Les journalistes se rassemblent alors dans un « groupe professionnel salarié », structuré par un certain nombre de dispositifs (statut dans le Code du travail, statut des entreprises d'information, carte d'identité de journaliste professionnel, etc.) qui en font une catégorie juridique de salarié ordinaire qui exerce dans des entreprises normales. Toutefois, ils revendiquent des valeurs qui se retrouvent plutôt dans les professions libérales (code de déontologie, instance éthique, etc.). La manière dont les catégories « journalistes professionnels » et « entreprises d'information » se sont constituées témoigne bien de l'inscription de ce groupe dans le salariat mais aussi du modèle des professions libérales qu'il véhicule.

4.2. Des instances de représentation salariales et professionnelles

La dimension salariale de l'activité journalistique étant établie, les dimensions professionnelles de cette collectivité (que n'envisage pas M. Weber) sont à analyser. En effet, l'appartenance à un même groupe professionnel pousse les journalistes salariés à se

rassembler dans un certains nombre de structures, dans les entreprises, mais aussi au niveau du secteur, et ce depuis les premières associations à la fin du XIXème siècle (Ruellan, 2011). Ces structures suggèrent l'inscription des journalistes dans une dimension collective qui constitue la base des relations professionnelles (Didry, 2012a) et s'inscrivent dans un « système » qui se formalise autour des rapports entre les salariés et leurs représentants, les employeurs et leurs représentants et les pouvoirs publics, noués dans des situations de changements (ou de tentatives de changements) au cours desquelles les acteurs se mobilisent (Bevort, Jobert, 2011). Le groupe professionnel se réalise ainsi en partie à travers sa structuration dans des instances collectives (syndicats, comités d'entreprises, etc.) qui illustrent la dimension collective du salariat. Mais ces structures sont concurrencées par d'autres qui mettent l'accent sur les dimensions plus spécifiquement professionnelles.

Les journalistes sont alors représentés par une « multitude » (Groux, 2012a) de structures collectives qui occupent la « position » de représentants des journalistes salariés professionnels. Ils sont défendus, de manière classique, par des syndicats et au sein des instances représentatives du personnel (comité d'entreprise et délégation du personnel) qui soulignent leur statut de salarié. À côté des ces institutions « représentatives » du personnel, d'autres structures formelles ou informelles les regroupent. Ces structures qui se constituent en dehors du champ traditionnel de la négociation collective représentent (ou entendent représenter) les journalistes et se mobilisent autour d'enjeux propres à la profession (indépendance par rapport aux actionnaires, respect de la déontologie journalistique, etc.). À côté des sept syndicats, se créent des sociétés de journalistes (qui regroupent les membres d'une rédaction : Ruellan, 2012) et des associations professionnelles. Cette diversité illustre les pluralités d'identités des journalistes (salariat classique et profession particulière). Chaque forme de structuration collective porte une certaine idée du journaliste et de son entreprise, du travailleur salarié à l'indépendant. Étudier cette multitude est un point d'entrée pertinent pour analyser comment les journalistes se regroupent et se mobilisent à la fois comme les membres d'un groupe professionnel spécifique et comme des salariés classiques. Une approche en termes de sociologie des relations « professionnelles » (ou « industrielles »), jouant sur le registre du salariat et de la profession, permet ainsi d'envisager les journalistes à partir de dimensions collectives jusque-là peu étudiées.

4.3. Les mobilisations des journalistes face à la « normalisation » de leur profession

Les journalistes se mobilisent dans leurs entreprises, par l'intermédiaire de ces structures, pour défendre et réguler leur condition salariale, leur autonomie professionnelle et plus généralement les produits qu'ils contribuent à réaliser. Dans son programme de recherche, M. Weber invite à mener des monographies d'entreprises et notamment de celles en difficulté : « l'examen attentif des livres de compte d'un grand journal ayant cessé de paraître serait en soit souhaitable » (*op. cit.*, p. 200). Pour compléter cette analyse des institutions salariales et des structures collectives, il s'agit donc, si on suit les prescriptions de Weber, d'analyser les journalistes dans leurs entreprises en crise. Sans rentrer, comme il le préconise, dans le détail des coûts et des recettes, on propose d'étudier des entreprises en situation de restructurations et de les envisager à partir des mobilisations de leurs journalistes. La négociation s'est fortement développée au niveau des entreprises depuis le début des années 1980, s'accompagnant d'une participation accrue des représentants des salariés aux décisions engageant leurs entreprises (Jobert, 2013). Par des procédures de négociations et de délibérations avec leurs employeurs ou leurs propriétaires, les salariés accompagnent ou « s'opposent » aux changements (et aussi « proposent » : Bélanger, Thuderoz, 2010). Ils utilisent diverses stratégies pour contourner les impératifs économiques qui tentent de s'imposer à eux lors des procédures de restructurations qui affectent l'entreprise et ses emplois (de manière quantitative ou qualitative) (Didry, Jobert, 2010).

Les changements qui font l'objet de mobilisations constituent des moments clés pour l'analyse sociologique car ils font ressortir la condition salariale en prise avec des logiques qui vont au-delà du salariat dans l'entreprise (la qualité ou l'indépendance notamment). Ces situations sont révélatrices des logiques de structuration du groupe professionnel. Elles permettent d'analyser les « capacités » (Didry, 2013) des journalistes à gérer leur inscription dans le salariat tout en se ménageant des espaces d'autonomie (avec l'inscription de dispositifs dérogatoires). Dans les restructurations, c'est la « normalisation » de l'entreprise, c'est-à-dire sa « standardisation », qui se joue puisque le journaliste doit accepter son statut de salarié dans une entreprise comme les autres. Dans l'entreprise, les journalistes font l'expérience quotidienne d'un collectif de travail qui les dépasse et intègre l'ensemble des catégories. Les restructurations sont l'occasion de repenser les frontières professionnelles et d'envisager les journalistes à partir des liens qu'ils entretiennent avec les autres catégories de salariés. Des monographies d'entreprises permettent d'envisager les journalistes en action dans le paysage institutionnel qu'ils se sont construits et la manière dont ils gèrent à la fois les

dynamiques salariales classiques (salaires, conditions de travail etc.) et les dimensions spécifiques de leur activité professionnelle (indépendance rédactionnelle, qualité de l'information etc.). Le dispositif d'enquête a été choisi en fonction des différentes questions de recherche établies.

5. Dispositif d'enquête : une sociologie compréhensive du journaliste salarié et de ses institutions

Une démarche qualitative socio-historique qui s'appuie sur une pluralité de sources (entretiens, observations et écrits) a été choisie pour répondre aux questions de recherche détaillées *supra*.

5.1. Une méthode qualitative socio-historique

L'analyse porte sur les processus de construction du groupe, son contexte et la manière dont concrètement les institutions traduisent sa complexité et ses ambivalences (entre salariat et autonomie professionnelle). La méthode qualitative est plus adaptée au « mode de connaissance » qui est ici privilégié à savoir « un refus des vastes totalisations et un souci de coller à l'expérience immédiate » (Desrosières, 2008, p. 144) à partir d'une « analyse narrative » (« rendre compte de processus ») et non pas « causale » (mettre en relation des variables) (Becker, 2002). C'est à la fois « l'institué » et « l'action d'instituer » qui sont interrogés, en suivant la définition d'E. Durkheim qui pose la sociologie comme « la science des institutions, de leur genèse et de leur fonctionnement » (Didry, 2012b, p. 413). Cette thèse s'inscrit dans une dynamique de socio-histoire (Noiriel, 2006) qui considère que les phénomènes contemporains ne peuvent être compris sans étudier leur genèse. « Les données empiriques auxquelles l'observateur a accès […] ne peuvent être interprétées sans qu'il ait élucidé leur genèse, leur place et leur rôle dans des conventions et le contexte d'interprétation correspondant […] C'est la condition herméneutique pour accéder au sens de ce qu'il veut observer » explique R. Salais (1994, p. 378). Cela permet de ne pas réifier les concepts et les situations présentes : avant le début du XXème siècle, les journalistes étaient indépendants ; les sociétés de journalistes sont nées dans les années 1950 dans un contexte favorable à la participation des salariés à la gestion de l'entreprise ; le syndicalisme des journalistes a longtemps été uniquement catégoriel ; etc. On propose d'analyser comment émergent et se consolident au cours du temps les institutions du travail et collectives afin de comprendre leurs configurations actuelles. La perspective qualitative est complétée par des données

quantitatives à partir d'une analyse des statistiques publiques produites sur les journalistes professionnels français et leurs entreprises. Suivant la prescription méthodologique de J. Peneff (1995) de systématiquement « mesurer » et « compter » au cours des observations, j'ai par ailleurs produit des données chiffrées (nombre de participants, récurrence des thématiques, nombre d'interventions, etc.) sur mes différents terrains.

5.2. Des institutions et leurs représentants : les dimensions collectives de l'activité

Il y a une pluralité de manières d'enquêter sur les journalistes professionnels. À partir de l'exemple de l'ethnomusicologie, H. Becker montre que l'enquêteur doit nécessairement procéder à des choix sur son terrain : « Dans la pratique, l'exhaustivité ne peut pas vraiment être atteinte […] Il y a forcément une sélection » (2002, p. 28). Cette sélection s'opère en fonction des questions spécifiques posées à l'objet de recherche. Envisager le journaliste à partir de son statut de salarié et non pas dans sa fonction de producteur modifie la manière de conduire l'enquête : l'attention porte sur les dimensions collectives de l'activité plutôt que sur ses dimensions individuelles. Pour expliquer concrètement la différence méthodologique liée à ces deux questions, prendre un exemple concret paraît le plus simple. On peut comparer les méthodes de deux enquêtes que j'ai conduites dans la même entreprise (l'Agence France-Presse) portant toutes deux sur ses journalistes.

J'ai mené une première enquête entre septembre 2011 et mai 2012 au sein de l'Agence[17], au cours de laquelle j'ai étudié les journalistes salariés dans un contexte spécifique de restructuration (modification des statuts de l'Agence). Il s'agissait de montrer à partir de leurs mobilisations collectives comment ils parvenaient à faire cohabiter leur statut de salarié et leur autonomie professionnelle (statut d'entreprise dérogatoire au droit commun qui protège leur indépendance). Lors de cette première enquête, j'ai rencontré les responsables des structures collectives (syndicats et sociétés de journalistes) et travaillé sur la littérature que ces acteurs spécifiques produisent (procès verbaux en comité d'entreprise, tracts syndicaux, etc.). Les représentants du collectif cristallisent une forme de connaissance sociale sur les motivations des acteurs. Si l'activité de travail est au centre des mobilisations (c'est l'indépendance dans la réalisation du produit qui est au cœur des préoccupations), c'est l'analyse de l'activité collective de mobilisation plutôt que de la production concrète de

[17] Elle fera l'objet du Chapitre 7.

travail qui est privilégiée. Une deuxième enquête conduite entre janvier et mai 2012[18], guidée par une question tout à fait différente, a mené à adopter une démarche distincte. L'objet de cette deuxième enquête était d'étudier comment les journalistes politiques traitaient et produisaient l'information au cours de la campagne puis de l'élection présidentielle française de 2012. Dans ce cas au contraire, l'activité de travail individuelle est au cœur de l'analyse sociologique et c'est par l'observation (au sein du service politique) que cette enquête a été menée. Si les structures collectives peuvent influencer la manière générale dont est conduite l'activité (négociation sur les conditions de travail, droit de regard sur la ligne rédactionnelle, etc.), l'activité collective n'est pas centrale dans cette deuxième enquête.

Cette comparaison permet de comprendre la manière dont est construite la démarche empirique. En concevant le groupe professionnel des journalistes à partir des institutions qui l'encadrent et le structurent, l'enquête porte sur les éléments qui engagent le collectif. Ce qui est étudié, ce sont les dispositifs institutionnels (loi, Code du travail), les structures collectives (commissions paritaires, syndicats, sociétés de journalistes, associations professionnelles) et leurs représentants (élus du personnels, délégués syndicaux, responsable d'associations, etc.). L'enquête se déroule en diverses occasions (négociations collectives, conférences professionnelles, etc.), dans une pluralité de lieux au niveau de la branche (sièges des syndicats, Forum des sociétés de journalistes, Assises internationales du journalisme, etc.) mais aussi dans plusieurs entreprises (Agence France-Presse, Le Monde, Le Monde Interactif, Mediapart et Rue 89).

5.3. Présentation des corpus

Plusieurs méthodes ont été mobilisées au cours de l'enquête de terrain. Le pluralisme méthodologique est intéressant car les méthodes apportent des résultats différents qui donnent des informations complémentaires. Elles sont présentées successivement mais ont en fait été utilisées en parallèle. La présentation qui est faite ici du corpus est succincte (et se trouve résumée sous la forme d'un tableau synoptique[19], p. 33). Elle renvoie aux sections

[18] Au cours de l'encadrement des étudiants d'un séminaire de terrain de Master 1 à l'EHESS coordonné par C. Lemieux et E. Lagneau.

[19] NOTE IMPORTANTE : Certains entretiens ont traité de différents sujets et sont alors comptés deux fois dans le tableau synoptique. Par exemple, j'ai rencontré à deux reprises le secrétaire général de l'Union des journalistes CFDT qui est également journaliste à l'AFP. Les entretiens ont porté à la fois sur le syndicat des journalistes CFDT et sur la réforme des statuts de l'Agence. Il est donc cité pour les chapitres 4 et 7. De même, les entretiens réalisés avec des représentants de sociétés de journalistes en entreprises (chapitre 7, 8 et 9) ont pu être utilisés pour alimenter les réflexions générales sur ces sociétés (chapitre 5). Cela explique que le total soit supérieur à 81.

« méthodologie et corpus » dans l'introduction de chaque chapitre, où sont présentés de manière plus détaillée les éléments de terrain qui sont mobilisés. Dans ces présentations, la première personne du singulier est utilisée pour signifier l'inscription du chercheur dans le travail de terrain, tandis que la démonstration est faite à la troisième personne.

5.3.1. Les entretiens

Tout d'abord, cette thèse s'appuie sur soixante et onze entretiens menés entre novembre 2009 et juin 2012, auxquels s'ajoutent dix entretiens menés l'année précédant l'entrée en doctorat[20]. Au cours de ces quatre-vingt-un entretiens (répertoriés dans l'annexe 1), soixante dix personnes différentes ont été rencontrées (décrites dans l'annexe 2). Ils sont « semi-directifs » c'est à dire qu'ils respectent l'ordre discursif de l'enquêté tout en encadrant sa parole autour de thèmes de questionnements. L'usage de l'entretien est très répandu dans les enquêtes sur le journalisme. Entre autres explications, cette tendance tient au fait qu'une partie des chercheurs qui travaillent sur ces questions ont reçu une formation au journalisme ou exercé un emploi dans les médias (Brousteau *et al.*, 2012, p. 8) (ce qui n'est pas mon cas). Les entretiens permettent de revenir sur le sens que les acteurs donnent à leurs actions et d'en comprendre la logique. Le niveau des pratiques (« comment ») est difficile à atteindre par cette méthode qui donne plutôt à voir les systèmes de représentations (« pourquoi »), c'est-à-dire de comprendre les significations et interprétations des processus de l'action.

Parmi mes enquêtés, 73 % sont journalistes. Les autres appartiennent à d'autres catégories professionnelles (ouvrier, employé, cadre, expert comptable et magistrat). Les ouvriers du Livre[21], les employés et les cadres participent, aux côtés des journalistes, à la production du journal sans prendre part à la production de l'information (réservée aux journalistes). Cette division du travail se traduit dans le système institutionnel : statut de journaliste, collèges électoraux et syndicats spécifiques, etc. Les catégories socioprofessionnelles non journalistes ne sont pas étudiées en tant que telles mais on les retrouve en creux dans les analyses et on les voit apparaître régulièrement au fil de la thèse dans le collectif de travail qu'ils forment avec les journalistes. Un certain nombre de mes entretiens (14,3 %) se sont ciblés sur ces populations non journalistes. Ceux-ci éclairent la catégorie de journaliste et permet de l'envisager dans sa relation et ses interférence avec les

[20] Ces dix entretiens ont été menés entre novembre 2008 et mars 2009 dans le cadre du mémoire de recherche en sociologie de Master 2, *Conflits au sein d'un groupe de presse, le cas de la restructuration du* Monde, présenté et soutenu en juin 2009, et dont les résultats sont exposés dans la seconde section du Chapitre 8.

[21] Largement étudiés, et notamment dans les travaux historiques de Madeleine Rébérioux (1981).

autres catégories professionnelles, suivant en cela la prescription d'A. Abbott d'étudier les professions en interaction les unes avec les autres (1988). Les journalistes sont également en prise avec leurs employeurs et actionnaires. J'ai rencontré certains de leurs représentants (8,6 % des entretiens). J'ai enfin rencontré un magistrat (à la Commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels) et deux experts mandatés auprès des comités d'entreprise (4,3 % des entretiens). Plus de 70 % des personnes rencontrées sont titulaires, au moment de l'enquête, d'un mandat au niveau national (représentant dans une instance paritaire ou responsable d'une instance collective, syndicale ou non) ou dans l'entreprise (délégué du personnel, élu au comité d'entreprise, responsable de la société des journalistes ou de personnels)[22]. La plupart des autres ont eu des mandats mais n'en ont plus. Cela explique la surreprésentation des hommes (80 %) face à « un déficit de représentation des femmes dans les instances de direction des syndicats » en Europe (Silvera, 2006, p.146). Le décalage persistant entre le taux de syndicalisation des femmes et leur niveau de participation aux instances dirigeantes, doublée d'une féminisation récente de la profession expliquent ce phénomène. De même, les responsabilités sont davantage confiées à des salariés plus âgés ce qui explique que la moyenne d'âge du corpus soit d'environ 48 ans (contre 41,7 pour la moyenne des journalistes[23]). Six enquêtés sont retraités. Les autres sont en activité.

Certains chercheurs se sont interrogés sur la spécificité de la méthode de l'entretien dans les enquêtes avec des journalistes, dans la mesure où eux-mêmes recourent régulièrement à cette méthode[24]. Les conditions concrètes de réalisation des entretiens sont dans mon cas similaires à celles qui sont utilisées pour d'autres « populations ». Les entretiens étaient sollicités par voie électronique (courriel) ou par téléphone. Dans la mesure où mes enquêtés sont ciblés selon leur fonction, il était aisé d'expliquer la raison de mon choix (« en tant que délégué CGT », « en tant que président de la société des journalistes », etc.). Habitués à solliciter des entretiens, les journalistes se soumettaient sans crainte à l'exercice. Mes demandes sont très rarement restées sans réponse. Les entretiens duraient généralement entre une heure et une heure et demi, la plupart du temps sur le lieu de travail de la personne ou à proximité. Ils commençaient par un cadrage biographique avant de demander aux enquêtés de raconter leurs actions prises dans les situations. Ils ont tous (à l'exception de deux refus) été

[22] Dans l'annexe 1, un mandat au niveau national est noté « oui N » et au niveau de l'entreprise « oui E ».
[23] *Observatoire des métiers,* 2012, p. 9.
[24] Ces réflexions sont rassemblée dans le premier numéro de la revue « Sur Le Journalisme » : « L'entretien de recherche avec des journalistes ».

enregistrés et intégralement retranscrits par mes soins[25]. Ce sont sur les délais des résultats que la spécificité de la population journalistique apparaît. Mes enquêtés étaient parfois gênés des délais de production de la connaissance, le temps de l'information étant nettement plus court que celui de la recherche. Par ailleurs, les journalistes ont l'habitude que leurs « sources » relisent leurs déclarations après une entrevue, ce qui n'est pas l'usage en sociologie. L'un des journalistes a demandé à relire les extraits d'entretiens utilisés avant publication. Comme dans le « cas Mathieu » présenté par Gilles Bastin (2012a) (cas de la retranscription d'un entretien avec un journaliste de Bruxelles), ce journaliste a été heurté par l'usage d'un « langage parlé » dans les écrits. On reviendra dans chaque chapitre sur le nombre précis d'entretiens sur lequel s'appuie celui-ci et les questions qui y ont été posées.

5.3.2. Les observations

J'ai également travaillé par observation pour les instances qui étaient « ouvertes » (ce qui est rare : les réunions syndicales, comités d'entreprises, commission paritaires, etc. sont le plus souvent « fermées »). L'observation permet de saisir les acteurs en interaction et en contexte. Cette méthode permet d'assister à des séquences concrètes d'activités et ainsi d'accéder au registre des pratiques. J'ai adopté trois positions selon les lieux. Certaines pratiques ne peuvent être observées qu'en participant soi-même à l'activité (position « participante »). En revanche, certaines manifestations de journalistes sont ouvertes à tous et notamment aux chercheurs. J'y ai alors assisté comme membre du public (position « public »). Enfin, j'ai assisté à des « procès » avec la posture de « pur observateur ». Les groupes, lieux et dates des observations sont répertoriées dans l'annexe 3.

Mes observations participantes ont consisté à suivre le travail de plusieurs groupes dans différentes associations. Tout d'abord, j'ai suivi les travaux de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP) entre avril 2011 et décembre 2012. Suite à un entretien avec son président, celui-ci m'a proposé d'adhérer à son association. J'ai assisté à dix-sept réunions rassemblant tous les mois ses membres à Paris. Par cet intermédiaire, j'ai rejoint les travaux de l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) au sein duquel j'ai représenté l'APCP pendant quatre réunions préparatoires à sa création (entre janvier et septembre 2012). J'ai continué à y participer en mon nom propre après sa création au cours de trois autres réunions (septembre à décembre 2012) et de son assemblée générale d'avril 2013. Je

[25] La retranscription partielle me parait compliquée car elle implique de faire des sélections très en amont de l'analyse qui orientent nécessairement cette dernière.

reviendrai plus en détails sur mon positionnement dans ces associations dans les chapitres qui traitent de ces structures[26] mais quelques éléments généraux peuvent être abordés dès à présent. J'ai adopté au sein de ces associations une position « à découvert » c'est-à-dire que j'ai été présentée comme doctorante en sociologie. Lorsque l'on prend un rôle dans une situation que l'on observe, la position de « pur observateur » ne peut être tenue (Junker, 1960). Tout en essayant de ne pas interférer dans le cours des actions, il est difficile de ne pas participer de quelque manière que ce soit lorsque l'on s'inscrit dans un collectif dans la durée. Ma position dans ces deux associations a évolué d'« observateur comme participant » à « participant comme observateur » (*ibid*.). Les enquêtés ont peu à peu oublié la raison de ma présence et ont sollicité une certaine implication de ma part[27]. Pour ne pas risquer de « virer indigène », j'ai suspendu mes participations aux réunions de l'APCP et de l'ODI à partir de décembre 2012 et ai démissionné de mes fonctions[28] au sein de l'ODI lors de son assemblée générale d'avril 2013. Le moment de l'analyse de ces instances ne me semblait en effet pas compatible avec un « engagement » sur le terrain. Si la position « participante » peut poser certains « problèmes » liés à la neutralité du chercheur, elle a ici présenté des avantages. Cette posture permet d'accéder à des interactions dont les récits menés au cours des entretiens sont des reconstructions, et ainsi de mesurer l'écart entre les actions et les représentations. Je fais également partie depuis janvier 2013 du Conseil d'administration de l'Alliance internationale de journalistes (qui souhaite promouvoir des réflexions sur la responsabilité des journalistes et des médias envers la société). Les réunions sont espacées et mêlent chercheurs et journalistes. Ma position y était donc plus claire.

Par ailleurs, j'ai observé les journalistes professionnels en action dans un certain nombre de lieux publics. J'ai assisté au déroulement de la Conférence nationale des métiers du journalisme (CNMJ qui rassemble annuellement une centaine de personnes intéressées aux questions de formation des journalistes) au Grand Palais, à Paris, lors de sa deuxième (29 septembre 2011) et sa troisième éditions (27 et 28 septembre 2012) ainsi qu'aux Assises internationales du journalisme (trois jours de réflexion qui réunissent sept à huit cents professionnels et membres du public) aux éditions de 2011 (8, 9 et 10 novembre) et de 2012 (2, 3 et 4 octobre) à Poitiers et à une édition spéciale à Paris en juin 2013. Les fonctions de ces « lieux où l'on cause » (Dollé, 2011, p. 42) sont détaillées dans le corps des chapitres. Au

[26] Les conditions de mon entrée, de ma sortie et les détails ces différents positionnements seront développés dans les chapitres 3 et 6 qui s'appuient spécifiquement sur ces observations.

[27] Dont je donnerai des exemples dans le Chapitre 6.

[28] J'ai été désignée trésorière adjointe en septembre 2012 mais n'ai pas exercé cette fonction, la trésorerie étant parfaitement réalisée par le trésorier.

cours de l'édition 2012 des Assises, ma position était plus ambiguë dans la mesure où mon voyage était financé par l'Alliance internationale de journalistes et que je participais à la présentation publique de l'Observatoire de la déontologie de l'information. J'ai également observé un colloque organisé par le SNJ le 6 décembre 2011 sur la santé au travail, qui s'est tenu au Conseil Général de Paris et qui a réuni environ cent personnes (syndiqués et chercheurs). De manière générale, une observation « incognito » dans ces lieux était impossible : j'avais rencontré une partie des militants au cours d'entretiens ou d'observations. Cela me permettait à la fois de voir les journalistes dans les interactions officielles (au moment des ateliers et des présentations) mais aussi de discuter avec eux de manière plus informelle pour recueillir leurs impressions sur les échanges.

J'ai enfin été invitée à observer le déroulement d'une séance de la Commission supérieure de la carte d'identité des journalistes puis ai assisté à une audience publique devant le Tribunal administratif de Paris dans des affaires concernant la carte de presse. Dans ces deux cas, ma position était celle de « pur observateur » (aucune interaction).

5.3.3. Le recours aux écrits

Si certains lieux ne sont pas « ouverts » à la présence des chercheurs, les échanges peuvent pour autant être retracés et donner lieu à des publications. Je dispose d'une documentation, que j'appelle « interne », riche et variée. Celle-ci est tout d'abord composée de documents produits au sein des entreprises (procès verbaux du comité d'entreprise, bilans sociaux, etc.). On y trouve ensuite des documents produits par les journalistes eux-mêmes (tracts syndicaux, bulletins d'information syndicale, communiqués des sociétés de journalistes, etc.). Enfin, sont rassemblés des éléments produits par des instances (jurisprudence interne de la carte de presse, décisions de justice et notamment cinquante arrêts rendus par le Conseil d'État sur la carte de presse entre 1972 et 2007, etc.). Cette « littérature grise » est également présentée de manière plus détaillée dans chaque chapitre.

Enfin, pour mener à bien la perspective historique que cette thèse souhaite prendre, j'ai travaillé à partir d'archives. J'ai tout d'abord pu consulter les archives personnelles de Jean Schwoebel et Denis Perier Daville, anciens journalistes fondateurs du mouvement des sociétés de journalistes. Elles ont été regroupées par Jérôme Bouvier, journaliste à Radio France, et confiées à Denis Ruellan qui les a classées avec l'aide de Joël Langonnée. Ces archives regroupent une multitude de documents (correspondance personnelle, statuts juridiques, comptes rendus de réunions, coupures de presse, etc.) sur les syndicats, les sociétés

de journalistes et le statut de l'entreprise de presse entre les années 1960 et 1996. Elles alimentent mes réflexions sur le statut de journaliste, de son entreprise et sur les structures collectives qui les regroupent. J'ai également pu consulter les archives personnelles de Guy Bernière, ancien journaliste à l'Agence France-Presse, qui retracent les négociations autour du statut de l'Agence depuis la fin des années 1990 (rapports d'expertises, projets de réformes, tracts syndicaux, procès verbaux de réunions, etc.). Les textes de loi (statut du journaliste, statut de l'Agence France-Presse, statut des entreprises de presse, etc.) constituent enfin une source essentielle de ce travail.

5.3.4. La protection de l'anonymat

Les lieux de discussion (Assises internationales du journalisme, Observatoire de la déontologie de l'information, etc.) et les entreprises n'ont pu être anonymisés dans ce travail. Il n'y a par exemple qu'une association qui milite pour un conseil de presse (l'APCP) et qu'une agence de presse dont les statuts sont garantis par la loi (l'AFP). Pour protéger malgré tout l'anonymat des acteurs, certains éléments biographiques ne sont pas précisés. Par exemple, la mention « membre de la Commission » est préférée celle de « président de la Commission ». De même, les affiliations partisanes telles que « délégué syndical journaliste CFDT au *Monde* » sont le plus souvent masquées au profit de mentions plus neutres (« délégué syndical journaliste »). Il y a en effet, pour reprendre ces deux exemples, un seul président de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels et un seul délégué syndical journaliste CFDT au *Monde*. L'usage de pseudonyme ne permet pas ici de garantir l'anonymat des acteurs. Dans le « cas Mathieu » développé par Gilles Bastin dans un article sur un entretien avec un journaliste, la richesse des détails qui sont donnés sur la position de l'enquêté dans le champ journalistique (2012a, p 42) (son statut, ses affaires et les scandales dont il est à l'origine) pourraient, dans le cas de mon corpus, permettre de facilement révéler l'identité de l'enquêté malgré le changement de nom. En effet, le monde des journalistes français mandatés est assez restreint. C'est pourquoi j'ai choisi de ne mentionner les titres et affiliations que lorsque cela est strictement nécessaire à la compréhension. Les annexes 1 (statut, sexe, affiliation, exercice d'un mandat et âge de l'enquêté ; date(s) de l'entretien) et 2 (répartition des enquêtés selon le genre, l'organisation, la fonction et le mandat) qui présentent le corpus des enquêtés donnent des éléments qui permettent de saisir sa composition sans révéler l'identité exacte des personnes. De même,

dans les notes d'observation, les personnes ne sont nommément citées que si cela a un sens pour l'analyse. L'annexe 3 rend compte des dates et lieux des différentes observations.

La période à laquelle chaque enquête a été conduite est précisée dans les introductions de chapitres. Les dates ne sont pas répétées (sauf quand cela a un sens particulier) lorsque les acteurs sont cités dans le corps du texte.

	Chapitre 1	Chapitre 2	Chapitre 3	Chapitre 4	Chapitre 5	Chapitre 6	Chapitre 7	Chapitre 8	Chapitre 9
Objet d'étude	La constitution du groupe professionnel salarié	La carte de presse	Entreprise, déontologie et éthique des journalistes	Les syndicats de journalistes	Les sociétés de journalistes	Les associations de journalistes	Cas 1 : AFP	Cas 2 : Le Monde	Cas 3 : Le Monde Interactif
Entretiens	Question régulièrement abordée dans différents entretiens	Avec des commissaires de première instance (8) et des magistrats (1)		Avec des représentants des syndicats de salariés ou d'employeurs (branche et entreprises) (23)	Avec des représentants des sociétés de journalistes (branche et entreprise) (17)	Avec des membres de l'Association (5)	Avec des salariés et des représentants des employeurs (17)	Avec des salariés et des représentants de la direction et des actionnaires (23)	Avec des salariés et des représentants de la direction (7+5+4)
Observations		Séance de la Commission d'appel Audience devant le tribunal administratif de Paris	APCP (17 réunions) ODI (8 réunions) CNMJ (2 conférences) Assises du journalisme (3 éditions)			APCP (17 réunions) ODI (8 réunions)			Utilisation du logiciel SEPT
Archives				Archives personnelles de J. Schwoebel et D. Perier Daville	Archives personnelles de J. Schwoebel et D. Perier Daville		Archives personnelles de G. Bernière		
Documents internes		Jurisprudence interne Arrêts du Conseil d'État (50)	Bulletins de l'APCP	Bulletins des syndicats SNJ et SNJ-CGT Professions de foi élections CCIJP	Communiqués du Forum des sociétés de journalistes	Bulletins de l'APCP Documents internes (maquettes etc.)	Procès verbaux des comités d'entreprise, tracts syndicaux, etc.	Procès verbaux des comités d'entreprise, tracts syndicaux, etc.	Procès verbaux des comités d'entreprise, tracts syndicaux, etc.
Autres	Recueil Dalloz Code du travail	Code du travail	Droit des sociétés		Essais de journalistes		Statut de 1957	Revue de presse	

6. Présentation de la démarche

L'objet de la thèse est donc d'envisager les journalistes comme des professionnels salariés dans des entreprises et d'évaluer la marge de manœuvre que le salariat offre à l'exercice d'une autonomie professionnelle.

La **première partie** étudie la construction sociohistorique des dispositifs institutionnels qui encadrent cette catégorie de salariés et ce qu'ils sont aujourd'hui. Afin d'analyser les formes et les mobilisations des instances de représentation des journalistes, il convient d'étudier ceux qui sont représentés ainsi que le monde de production dans lequel elles prennent place. Le **chapitre 1** retrace la construction de la catégorie de journaliste salarié depuis sa constitution en groupe d'intérêt jusqu'à son unification en une catégorie juridique symbolisée par la carte de presse. Pour comprendre la construction des frontières de la catégorie, le **chapitre 2** analyse le travail des instances chargées de délivrer cette carte. Enfin, le **chapitre 3** étudie les modalités externes au droit du travail d'encadrement de cette catégorie, en interrogeant l'existence d'éventuelles dispositions collectives (statut de l'entreprise, charte ou instance de régulation propre). On met au jour une tension apparente entre l'aspiration des journalistes à un modèle de travail indépendant (carte de presse, charte de déontologie, conseil de presse, clause de conscience) et leur inscription dans la subordination salariale des entreprises privées. Malgré certains arrangements et correctifs, ces professionnels n'ont pas réussi à s'extraire des logiques financières (recherche d'un équilibre). Les journalistes professionnels sont des salariés dans des entreprises comme les autres.

La **deuxième partie** analyse les formes que prend la structuration collective de ces salariés. Différentes instances s'expriment en leur nom et défendent leurs intérêts. Il ne s'agit pas d'étudier seulement les institutions légalement représentatives des salariés (reconnues par le droit du travail) mais aussi la multitude des organisations formelles ou informelles de travailleurs qui représentent (ou entendent représenter) le groupe des journalistes et concourent (ou entendent concourir) à sa régulation et à sa coordination. Le **chapitre 4** porte sur les institutions légalement représentatives : les syndicats de journalistes. Chez les journalistes, à côté des syndicats, se sont créés des sociétés de journalistes (dans les entreprises, **chapitre 5**) et des associations de journalistes (et notamment l'Association de préfiguration d'un conseil de presse, **chapitre 6**). On montre comment ces instances, qui représentent à la fois les dimensions salariées et professionnelles de l'activité, participent conjointement au système de régulation et de coordination de ces travailleurs.

La **troisième partie** propose d'entrer dans les entreprises pour étudier les mobilisations de ces salariés au moment de restructurations. Les monographies d'entreprises permettent d'étudier les formes de la mobilisation collective et les arrangements entre ces différentes formes de représentation. Comment les règles sont mobilisées et, *in fine*, modifiées dans les négociations et délibérations ? À partir de monographies de restructurations dans plusieurs entreprises d'information dans des situations diverses de changement (création, restructuration, rachat, changement technologique, changement de statut), on propose d'analyser différentes mobilisations. Parmi les entreprises qui ont fait l'objet d'une étude, certaines sont caractéristiques et font l'objet d'un traitement central tandis que les autres cas viendront éclairer les dynamiques mises au jour. Les deux premiers cas renvoient aux paradoxes de la multi-représentation et exemplifient dans un cas le rejet de la « normalisation » (**chapitre 7** : modification des statuts de l'Agence France-Presse) et dans l'autre cas son acceptation (**chapitre 8** : restructuration et vente du groupe Le Monde). Par ailleurs, pour souligner le caractère à la fois positif et négatif des restructurations, on étudie une entreprise en restructuration en bonne santé économique, dans laquelle les salariés sont directement impliqués (**chapitre 9** : innovation technique au Monde Interactif). On montre que les multiples mobilisations correspondent à autant de combinaisons entre dynamiques salariales et autonomie professionnelle.

On montre enfin en conclusion comment la sociologie des groupes professionnels et des relations professionnelles permet d'éclairer d'une manière inédite les journalistes, et inversement ce que cette analyse des journalistes peut apporter à la sociologie plus générale, avant d'envisager des perspectives de recherche.

Première Partie

Le journaliste professionnel : un travailleur comme les autres ?

Introduction (I). Constitution et institutionnalisation d'une catégorie professionnelle de journaliste salarié

Le fait de pratiquer une activité de travail similaire (en l'occurrence, pour les journalistes, la production de l'information) ne suffit pas à constituer un groupe professionnel. En effet, au-delà de la pratique d'une même activité, les membres de celui-ci disposent d'une légitimité symbolique et occupent une place spécifique dans la division du travail (Demazière, Gadéa, 2009, p. 20). Dans cette perspective, cette première partie vise à analyser la constitution d'une catégorie juridique de « journaliste professionnel », à partir de cadres institutionnels tels que les lois, les règles déontologiques, etc. Pour cela, le point de départ est, dans le prolongement des analyses wébériennes, une « sociologie du journalisme moderne » dans laquelle les journalistes sont appréhendés comme des salariés exerçant leur activité dans des entreprises (marchandes, à capitaux privés ou publics) soumises aux règles de fonctionnement d'un système capitaliste (dominé par les impératifs de gestion et de rentabilité). Étudier les journalistes et leur monde de production permet d'examiner la question des différences et des similitudes entre les processus et les modes d'organisation économiques et sociaux spécifiques à cette activité et ceux que l'on rencontre dans d'autres activités. Sans remettre en cause la particularité du bien que constitue l'information et ce qui le différencie des produits industriels, on cherche à déconstruire le présupposé selon lequel le journaliste est un travailleur particulier. Il partage la condition de salarié avec de nombreux autres travailleurs, tels que, dans l'univers de la presse, les ouvriers du Livre. Comme dans le cas des artistes (Menger, 2002), c'est de cette inscription dans des sphères économiques classiques que naît l'interrogation sur la spécificité du groupe professionnel des journalistes. Dans ce sens, les journalistes (comme les artistes) peuvent être analysés comme des salariés « comme les autres » dans un monde de production normal. Cela suppose de renverser le raisonnement classique, dans lequel la profession est envisagée au prisme de ses particularités, pour la concevoir dans un cadre salarial susceptible d'altérer l'autonomie du professionnel dans une organisation économique.

Pour saisir cette dynamique de constitution d'une profession salariée, une perspective socio-historique est adoptée, en vue d'analyser la genèse du statut de journaliste dans le droit du travail et ses développements contemporains. Ce retour sur la construction du groupe à partir de tels cadres institutionnels permet d'éviter de postuler son existence *a posteriori*. Cette orientation se retrouve dans l'analyse des avocats que propose L. Karpik (1995). Dans

un retour réflexif sur son travail (2003), il explique que l'histoire du groupe professionnel (dynamiques internes et externes de la communauté, moyens employés pour acquérir des pouvoirs et des privilèges) met au jour les dynamiques sociales que recouvre le nom d'un métier (trois dans le cas des avocats). Il montre alors le caractère discontinu et construit du groupe professionnel. Le travail socio-historique d'explicitation des catégories de journaliste (comme journaliste salarié) et d'entreprise de presse (le monde de production dans lequel ils exercent) apparaît ainsi comme un préalable nécessaire avant d'analyser les formes et les mobilisations des instances qui les représentent. Il en résulte, dans cette partie, une référence régulière aux évolutions passées pour analyser les enjeux actuels.

À partir d'une relecture de la littérature historique et sociologique sur les journalistes, la double question des dynamiques classiques ou spécifiques de cette profession est posée. La manière dont s'articulent le salariat journalistique (des travailleurs comme les autres dans des entreprises comme les autres) et les dynamiques de distinctions professionnelles sont étudiés. L'analyse des règles qui ont réussi à s'imposer (statut dans le Code du travail, carte de presse) mais aussi des cadres qui n'ont pas réussi à être adoptés malgré les revendications des professionnels (chartes, codes et statut d'entreprise), conduit à envisager le journaliste comme un salarié qui travaille dans une entreprise et ne bénéficie pas des dispositions spécifiques (diplôme, règles professionnelles, charte, etc.) que l'on rencontre classiquement dans une profession. Le **chapitre 1** revient sur la manière dont une partie des travailleurs concourant à la production d'un journal, à savoir les producteurs de l'information, est arrivée à constituer un groupe professionnel en revendiquant la reconnaissance législative d'un statut de « journaliste professionnel ». Le processus de professionnalisation (pris au sens large comme la constitution d'un groupe professionnel « doté d'une visibilité sociale et d'une légitimité politique suffisantes » : Dubar, 2003, p. 51) a coïncidé avec l'inscription de ces travailleurs dans le salariat. Sur cette base, le groupe professionnel s'est affirmé autour du symbole que représente la carte de presse. Pour comprendre la structuration concrète de ce groupe et ses limites en termes de « professionnalisation », le **chapitre 2** analyse le fonctionnement des instances chargées de délivrer cette carte. Enfin, le **chapitre 3** étudie les tentatives pour encadrer ce monde de production par des dispositions spécifiques liées aux revendications d'autonomie professionnelle (statut de l'entreprise, charte ou instance de régulation propre) dont les échecs sont le signe de la difficulté à dépasser le caractère « classique » du travailleur journaliste, conçu comme un salarié pris dans une division du travail qui mène à la réalisation du produit.

Chapitre 1. La construction d'une catégorie de journaliste professionnel salarié encarté

Qu'est-ce qu'un journaliste ?

L'histoire des journalistes permet d'étudier la manière dont cette profession a évolué depuis la création de la première gazette régulière en 1631 jusqu'à l'ère pluri-média et au « journalisme citoyen » d'aujourd'hui. Il existe une pluralité de définitions changeantes et évolutives associées à la notion de « journaliste ». Denis Perier Daville, ancien rédacteur du *Figaro* et grande figure du syndicalisme journaliste, en expose à la fois la polysémie et la dimension « enchantée » d'un travailleur particulier (1978, p. 177) :

> « Qu'est-ce qu'un journaliste ?
>
> Pour son employeur, c'est un salarié. Pour les propriétaires de journaux, c'est un prolétaire. Pour le grand public, une vedette. Les ouvriers du Livre le considèrent comme un « cadre », un bourgeois ; les employés de presse comme un privilégié ; les publicitaires comme un parasite. Les policiers voient en lui un gêneur ; les magistrats, un indiscret ; les militaires, un espion. Ceux qui ont eu à souffrir de la presse à sensation le traitent de gangster ou de voyou. Pour les politiciens, c'est un homme à ménager ; pour le patronat, un homme à acheter. Le journaliste, c'est le témoin qui regarde et qui note ; pour qui a quelque chose à cacher, c'est l'homme par lequel le scandale arrive ; pour celui qui désespère de voir reconnaître son bon droit, c'est l'ultime recours. Il est la voix des hommes sans voix et, pour le démocrate, le défenseur naturel de la liberté. »

Parmi cet ensemble de définitions, celle qui fait du journaliste un salarié lié à son entreprise pris dans un système capitaliste est ici privilégiée (en suivant les indications de Max Weber, 1910a, 1910b). Cette définition n'a pas toujours été opérante. Les regroupements de travailleurs dans des groupes professionnels peuvent adopter des dimensions et des statuts divers. Le journalisme n'a pas toujours été une activité professionnelle et ses travailleurs des salariés. La constitution d'un groupe de journaliste, à la fois variable et flou, se traduit dans la statistique française par la dénomination d'une « profession et catégorie socioprofessionnelle » de « journaliste » (352a dans la nomenclature INSEE) créée en 1982 (Desrosières, Thévenot, 1988, p. 79). C'est l'institutionnalisation d'une catégorie plus restreinte, celle de « journaliste professionnel », qui est étudiée ici. Elle est définie dans le Code du travail et regroupe les 37 000 journalistes français salariés et reconnus comme « professionnels » par leurs pairs (encartés). Ce chapitre étudie l'émergence d'un groupe professionnel de journaliste et son inscription progressive dans le salariat, par la création de cette catégorie juridique, en parallèle de la professionnalisation de l'activité.

La genèse d'une catégorie professionnelle de journaliste, salarié et encarté

Les « noms de métiers et de catégories professionnelles » nécessitent une mise en perspective historique qui permet de comprendre comment se construisent des catégories professionnelles à la rencontre entre plusieurs « acteurs de la nomination » (État, exécuteurs et enregistreurs, institutions, travailleurs etc., Hanne *et al*., 2010). Dire qu'une catégorie ou une institution est socialement construite signifie que celle-ci n'est pas naturelle et aurait pu être différente dans une autre configuration sociale ou historique mais qu'elle est généralement tenue pour naturelle (Hacking, 2001). Si l'analogie de la construction n'est pas parfaite, M. Loriol rappelle que c'est avant tout un procédé heuristique qui permet d'étudier le monde social d'une certaine manière, en envisageant « les processus historiques et sociaux de production du sens et leurs effets en retour sur la réalité sociale » (2012, p. 13). Il faut pour cela prendre en compte les mobilisations sociales, les contextes politiques, les évolutions des rapports de force, les stratégies des différents acteurs, les compromis, les négociations et les conditions organisationnelles qui participent à l'institution et à la pérennité du monde social.

La catégorie de « journaliste » ne recouvre pas la même réalité sociale selon les époques et les lieux. Il s'agit de mettre au jour la genèse de cette catégorie, qui suppose l'exercice d'une profession, s'avère structurante des comportements sociaux et dans laquelle se retrouve une certaine homogénéité grâce à ses dimensions performative (elle nomme les emplois : Chenu, 2012) et prudentielle (elle crée de l'autonomie professionnelle : Champy, 2009). En considérant la catégorie comme une « convention d'équivalence », les travaux d'A. Desrosières montrent que, dans une logique discursive, elle a un pouvoir de classification du monde social par les individus qui se l'approprient : « Elles reconfigurent et transforment le monde, par leur existence même » (2008, p. 12). La catégorie juridique de journaliste professionnel crée de l'unité au-delà de la diversité des pratiques. Lorsque cette catégorie est dotée d'une forme d'action collective, elle est le support des relations professionnelles. Il faut donc comprendre la genèse de la catégorie pour comprendre comment elle s'organise pour la défense de ses intérêts collectifs[1].

Le processus de constitution d'une catégorie de journaliste s'est fait dans un double mouvement de professionnalisation d'une activité de travail et de salarisation des travailleurs. Étudier la construction de la catégorie de journaliste permet de penser la professionnalisation des travailleurs et le salariat comme des processus et non comme des états. La catégorie de

[1] Cette question sera traitée dans la seconde partie de la thèse.

journaliste se construit comme un regroupement de travailleurs salariés dans des entreprises productrices d'information, parallèlement aux mouvements de professionnalisation, de salarisation et d'institutionnalisation (cf. tableau 2). Ce double mouvement d'autonomisation du groupe professionnel et de subordination juridique salariale est étudié afin d'envisager leurs éventuelles contradictions, à partir d'une analyse socio-historique de la construction de la catégorie de journaliste professionnel salarié encarté et de sa forme actuelle.

Tableau 2 - Points de repères chronologiques

1631	Création de la première publication régulière par Théophraste Renaudot : *La Gazette*
1789	La Déclaration des droits de l'homme et du citoyen instaure la liberté d'expression
1881	Loi sur la liberté de la presse
1918	Création du premier syndicat de journalistes
1925	Première loi spécifique aux journalistes (congé)
1931	Premier contrat collectif
1935	Loi Brachard qui instaure un statut de journaliste professionnel dans le Code du travail
1937	Première convention collective (salaire minimum, limitation des heures de travail, etc.)
1944	Ordonnances qui redéfinissent les règles du secteur
1974	Loi Cressard : les pigistes sont assimilés aux journalistes titulaires et la présomption se salariat est instaurée
1976	Deuxième convention collective
1982	Loi sur les journalistes de l'audiovisuel
2009	Loi sur les journalistes de l'information en ligne

Méthodologie et corpus

À partir d'une relecture du corpus de travaux historiques et sociologiques sur le groupe des journalistes, ce chapitre met en avant les mécanismes de construction de la catégorie de journaliste professionnel, salarié et encarté. Si cette question affleure dans de nombreux travaux, elle n'a jamais été l'objet central de l'histoire ou de la sociologie des journalistes qui ont étudié la construction de la profession plutôt que celle de la catégorie juridique de journaliste. Les dynamiques socio-historiques sont interrogées à partir de la double question de la professionnalisation de l'activité productive et de l'institutionnalisation d'un statut de journaliste salarié. Le corpus général d'entretiens et d'observations permet d'enrichir l'analyse en mettant au jour les dynamiques actuelles de ce groupe. Ces questions, portant sur la constitution d'une catégorie professionnelle de journaliste, sont suffisamment vastes pour

qu'un certain nombre des enquêtés y fasse référence, notamment au cours d'une enquête que j'ai menée auprès des instances délivrant la carte de presse[2].

L'institutionnalisation d'un groupe professionnel de journalistes salarié est interrogée. La construction de la catégorie de journaliste professionnel (1) et son inscription dans le salariat (2) sont analysés. Si la diversité des pratiques est inhérente à toute profession (3), la carte de presse permet de penser l'unité des journalistes (4).

Section 1 : La professionnalisation d'une activité de travail de journaliste

Dans sa définition la plus élémentaire, le journaliste est « une personne qui fait *métier* d'informer à travers les médias » (Simon, 2005, p. 17). Le journaliste y est défini comme un professionnel dans la mesure où il exerce cette activité dans le cadre de sa profession ou de son métier dans une entreprise. La construction d'une catégorie homogène de travailleurs pratiquant le journalisme dans des entreprises spécifiques est un corollaire de la professionnalisation de cette activité de travail. La « professionnalisation » renvoie à des acceptions multiples et peut porter sur la division du travail (spécialisation des activités du travail, définition de statuts, de métiers etc.) ou de la formation (définition des savoirs propres à une profession) (Demazière et *al.*, 2012, pp. 4-5). La « mettre en objet » signifie s'interroger sur le processus complexe et dynamique qui mène à la maîtrise par les professionnels de la définition de leur travail (autonomie professionnelle) (*op. cit.*, p. 9). On définit ici la professionnalisation des journalistes comme le processus historique qui vise à faire reconnaître les journalistes comme une catégorie de travailleurs à part disposant d'un savoir spécifique dans une entreprise et à en exclure les amateurs.

1.1. Une activité de travail dépendante et temporaire

De l'apparition des premiers journaux au milieu du XVIIème siècle au développement de la presse populaire, le journalisme reste une activité de travail ponctuelle et non professionnelle, soumise au pouvoir royal.

[2] Le corpus et les résultats de cette enquête seront détaillés dans le deuxième chapitre, mais j'en tire dès à présent certaines données de terrain afin de compléter les enquêtes menées par d'autres.

1.1.1. Le processus de professionnalisation

Le concept de professionnalisation a été largement utilisé par la sociologie fonctionnaliste, première sociologie à avoir analysé de manière systématique les professions. La théorie fonctionnaliste considère que tous les groupes professionnels aspirent à se faire reconnaître comme une profession établie (*profession* au sens anglo-saxon), comme une « communauté » (Goode, 1957). Les travaux de Merton (1957) ont permis de théoriser ce processus de transformation. Dans ses analyses sur la profession médicale, il montre que si la création d'associations de médecins joue un rôle non négligeable dans le processus, c'est surtout la constitution de cursus spécifiques (la faculté de médecine) qui est importante, dans la mesure où cela transforme des connaissances empiriques en savoirs scientifiques. Le processus de professionnalisation est abouti lorsque la profession a acquis six attributs fonctionnels : exercice à plein temps ; règles d'activité ; formations et écoles spécialisées ; organisations professionnelles ; protection légale du monopole ; code de déontologie (Wilensky, 1964). Plutôt que de demander si une activité professionnelle est devenue une profession, la sociologie interactionniste propose d'interroger les circonstances qui ont poussé les membres d'une activité à se regrouper dans une profession. Dans cette théorie, l'autonomie professionnelle acquise par certaines professions est contingente. Elle dépend uniquement du travail des acteurs. Une troisième voie propose de concevoir l'autonomie des acteurs comme un construit non contingent en envisageant l'apparition de dimensions prudentielles dans l'activité (autonomie et délibération : Champy, 2009). Chez les journalistes, cette autonomie s'acquiert par leur reconnaissance comme un groupe de travailleurs spécifique au sein d'une entreprise, dans une dialectique entre « des individus engagés dans une activité professionnelle […] et divers acteurs avec lesquels ils interagissent dans le cadre de cette activité » (Demazière *et al.*, 2012, p. 11). Étudier la genèse de cette « catégorie professionnelle » situe le travail dans une dynamique différente de celle de l'étude de la « profession ». L'homogénéité de la profession se trouve dans sa culture professionnelle tandis que l'unité de la catégorie professionnelle se traduit par l'existence d'institutions collectives structurées et structurantes. Cependant, ces notions sont liées : le processus de professionnalisation de l'activité est la première étape de la construction d'une catégorie juridique de journaliste professionnel que l'on se propose d'interroger.

1.1.2. La naissance de la presse

Il est difficile de fixer un point de départ de l'histoire de la presse française. Cependant, on a coutume de dire qu'elle est née avec Théophraste Renaudot, considéré comme le fondateur des médias en France et « le premier des journalistes » (Agnès, 2010a, p. 8). Le premier exemplaire de sa *Gazette* est imprimé le 30 mai 1631 sur quatre pages. Publiée une fois par semaine, elle présente les informations par ordre chronologique. Unique publication autorisée par le pouvoir royal de Louis XIII, cet imprimé se doit d'être complaisant à son égard. Cela s'inscrit dans un « journalisme de transmission » dont la mission consiste à relayer les informations favorables au pouvoir (Charon J. *et al.*, 1996).

Le terme « journaliste » apparaît pour la première fois en 1684 et est attribué à Pierre Bayle. Ce penseur cherche à développer une « République des Lettres » dans laquelle les journaux viseraient un public plus large que les seuls savants (Rieffel, 2005b, p. 113). Le terme de « journaliste » vient progressivement remplacer celui de « gazetier ». Les journalistes exercent alors cette activité comme une occupation « à côté » ou temporaire et n'en font pas leur métier. Avant la Révolution, il est peu honorable d'exercer le journalisme : « les trois quarts des journalistes étaient des hommes à gages, destinés à servir la passion ou le caprice des grands seigneurs » explique P. Eveno (2010a, p. 28). Par ailleurs, ils ne bénéficient d'aucune autonomie. Les journaux qui se développent se doivent d'être bienveillants à l'égard du pouvoir royal. En effet, la presse et ses journalistes restent soumis à l'absolutisme, comme en témoigne par exemple cette déclaration royale d'avril 1757 :

> « Tous ceux qui seront convaincus d'avoir composé, fait composer et imprimer des écrits tendant à attaquer la religion, à émouvoir les esprits, à donner atteinte à notre autorité, à troubler l'ordre et la tranquillité de nos états, seront punis de mort. » (Citée par Lemieux, 2000, p. 30.)

Le premier quotidien est créé à Paris le 1er janvier 1777. *Le Journal de Paris* ne parle pas de politique mais publie des annonces et quelques articles. En 1785, le paysage médiatique français est composé de plus de quatre-vingts périodiques. Si certains considèrent qu'émerge au XVIIIème siècle un « espace public de discussion » (Chupin *et al.*, 2009, pp. 15-16), d'autres considèrent au contraire qu'à cette époque, les journaux « sont destinés à amuser la ville et la cour […] mais n'ont aucun cachet politique » (Eveno, 2010a, p. 28).

1.1.3. Une liberté d'exercice en tension

Les journaux et les journalistes indépendants se développent parallèlement à la liberté d'expression, mais aussi à la liberté d'échanger et d'entreprendre, qui émerge à la faveur de la

Révolution de 1789. Le comte de Mirabeau est considéré comme celui qui a ouvert la voie à la liberté de la presse en France. Il se dresse contre la censure de son *Journal des États généraux*, interdit dès sa publication en mai 1789 (Charon, 1991, p .31). Cette liberté est finalement reconnue et inscrite dans la déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen :

> « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme. Tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas prévus par la loi. » (Article XI.)

C. Lemieux (2000) montre que les principes défendus comme des principes absolus par les journalistes sont en fait la réponse à des événements historiques précis. Par exemple, la liberté de la presse et d'expression est instituée pendant la Révolution pour répondre à deux critiques : celle des établis qui accusent les journalistes de bassesse intellectuelle et celle des gens au pouvoir qui les accusent d'irresponsabilité et de partialité. La liberté d'expression des journalistes est mise à mal dès 1792 avec l'instauration d'un processus d'épuration des journalistes contre-révolutionnaires et l'interdiction des propos en faveur du rétablissement de la royauté. Certains journalistes accusés d'être des conspirateurs sont exécutés. Sous l'Empire, la presse se remet au service du pouvoir politique. Une autorisation préalable est nécessaire pour la publication et les rédacteurs en chef sont nommés par le ministre de la police et révocables à son gré. À part quelques sursauts (les Cent Jours de 1815 ; 1828-1830), la censure est de mise jusqu'à la Monarchie de Juillet (1830-1848) qui adoucit la législation (avant de la renforcer en 1835 suite à un attentat contre le roi).

Si le journalisme constitue une activité de travail, celle-ci demeure temporaire et dépendante du pouvoir politique jusqu'au milieu du XVIIIème siècle ce qui suscite peu de réflexion collective sur la pratique. La période suivante voit les débuts du processus de professionnalisation d'une activité d'indépendants, avec la constitution progressive d'un champ journalistique autonome du champ politique.

1.2. La multiplication des journaux et des journalistes

Le développement de la presse populaire et la multiplication des travailleurs pratiquant le journalisme suscite les premiers rassemblements de journalistes.

1.2.1. Liberté d'entreprendre et réflexion collective

La liberté d'entreprendre a permis aux journaux de fleurir à Paris et en province : cent trente-deux journaux d'information sont fondés à Paris et vingt-six en province en 1789 (Chupin *et al.*, 2009, p. 18). Entre 1789 et 1799 un millier de journalistes sont recensés, en

majorité des hommes entre trente et quarante ans (Bertaud, 2010, p. 23). On les appelle aussi « publicistes », c'est à dire un « écrivain ou journaliste s'intéressant aux affaires publiques » (Le Bohec, 2010, p. 485)[3]. L'enregistrement statistique témoigne à la fois de la cristallisation d'une dénomination professionnelle tout en la suscitant : « L'enquête démographique constitue un acte social important dans la construction des identités des individus qu'elle s'efforce de circonscrire », expliquent G. Hanne *et al.* (2010, p. 18). Cela fait écho aux conclusions d'A. Desrosières sur l'argument statistique, qui selon lui « contribue à faire du langage commun » (2008, p. 15).

À cette période, les journalistes sont des entrepreneurs de presse avec un statut d'indépendants. Ils sont les créateurs et les porteurs d'initiatives. On assiste ainsi à la création du premier journal ouvrier, *L'Echo des fabriques* (journal des canuts lyonnais), qui paraît entre le 30 octobre 1831 et le 4 mai 1834 (Frobert, 2010). La liberté d'expression et le développement de l'industrie rendent possible l'expression de la classe ouvrière et la régulation des activités de travail (publication des tarifs : Hupfel, 2010).

> « Les infortunés ouvriers ont choisi, pour arme défensive de leurs droits, la publicité. Par-là, ils se proposent de faire connaître avec précision et franchise à une population de plus de 150 000 âmes, dont ils sont la majeure partie, la cause du malaise général dont souffre cette même population, et les moyens d'établir un équilibre qui, sans léser les intérêts généraux des chefs de fabrique, apporterait une amélioration dans le sort de ceux qui sont sous leur dépendance. C'est dans cet unique but qu'un journal par actions, spécialement consacré à la manufacture d'étoffes de soie et de toutes les industries qui s'y rattachent, paraîtra tous les Dimanches, à dater du 30 octobre prochain. » (Prospectus de lancement, 1831[4].)

Malgré la croissance du nombre de journalistes, ces travailleurs demeurent éclatés et ne développent pas de conscience commune. Ce n'est qu'à partir des années 1830 que naissent les premières réflexions collectives de journalistes. Emile de Girardin œuvre au début des années 1830 pour le développement d'une presse bon marché et grand public ; une presse nouvelle et populaire. Pour abaisser les prix, il recommande la suppression du timbre et du cautionnement. Il introduit pour la première fois la publicité, qui représentera jusqu'à 20 à 30 % des recettes totales de *La Presse*. Dans le premier numéro, daté du 15 juin 1836, il théorise son nouveau modèle économique des journaux. L'entreprise de presse devient une entreprise commerciale qui emploie des journalistes et produit un bien de consommation.

[3] Ce terme est encore employé un siècle plus tard, dans l'œuvre de Maupassant dont le *Bel-Ami* (Georges Duroy) travaille comme « publiciste » à *La Vie française* (1885).

[4] Reproduit [En ligne] [URL : http://echo-fabrique.ens-lyon.fr/sommaire.php?id=61&type=numero], consulté le 3 septembre 2013.

Pour fidéliser un lectorat plus populaire, le prix d'abonnement est divisé par deux (quarante francs) et les romans feuilletons font leur apparition (Eveno, 2010b, p. 57). Ainsi, entre 1836 et 1845, les principaux quotidiens parisiens doublent leurs tirages (Chupin *et al.*, 2009, p. 30). La croissance du nombre de journaux et de journalistes suscite une réflexion sur la pratique journalistique. C'est le premier signe de la constitution d'une identité collective.

1.2.2. Professionnalisation et développement de la presse

La liberté de la presse est réaffirmée lors de la révolution de 1848 (Seconde République) mais est rapidement remise en cause après le coup d'État de Louis-Napoléon Bonaparte (1851). La censure se relâche en 1868 (suppression de l'autorisation préalable de publication). Jusqu'en 1851, le *Dictionnaire des professions* renvoie « journaliste » à « homme de lettres ». L'entrée « journaliste » apparaît au début des années 1860. Cela constitue le premier pas vers la reconnaissance d'une catégorie unifiée de travailleurs : en nommant les emplois, la catégorie a un rôle performatif. D'après le *Dictionnaire des contemporains*, le nombre de personnes exerçant le métier de journaliste passe de 471 en 1858 à 640 en 1870[5] (Ruellan, 2011, p. 57). Le développement des entreprises de presse conjugué à une plus grande liberté d'expression expliquent la multiplication du nombre de journalistes et les prémices de leur unification dans une catégorie de travail. La fin du Second Empire marque l'avènement d'une presse populaire et le développement des effectifs. Alors qu'en 1814 *Le journal des débats* des frères Bertin, premier quotidien du pays, compte 13 000 abonnés, *Le Petit Journal* fondé en 1863 par Moïse Millaud et vendu à un sou, tire en 1869 à 340 000 exemplaires (Chupin *et al.*, 2009, p. 27). Le développement d'une presse populaire à forts tirages et à destination de toutes les classes sociales a pour conséquence un besoin de journalistes. Plusieurs milliers de personnes s'y consacrent à temps plein et en tirent suffisamment de ressources pour en vivre.

1.2.3. Journaliste, écrivain et politique

Le Petit Journal tire à 600 000 exemplaires en 1880 tandis que les dix plus forts tirages parisiens dépassent le million (Ruellan, 2011, p. 50). La professionnalisation de l'activité est un effet émergent d'une série de circonstances congruentes dont l'horizon n'était pas nécessairement la formation d'une catégorie professionnelle. Le développement de la professionnalisation des journalistes est le fruit d'un certains nombre de facteurs qui vont dans

5 Les chiffres sont à prendre avec des précautions étant données la variabilité des définitions et les limites des sources de dénombrement.

le même sens : mutations technologiques (télégramme, téléphone, rotatives, chemin de fer etc.), développement économique, progrès de l'instruction du peuple, liberté d'expression etc.

Cependant, jusqu'en 1880, le mépris de « l'écrivain au quotidien » reste la norme (Van den Dungen, 2008). Le journaliste a du mal à se défaire de sa « double ascendance » politique et littéraire (Ferenczi, 1993, p. 268). Le journalisme français possède deux singularités. Tout d'abord, il s caractérise par un penchant littéraire. Les journalistes ne bénéficient d'aucune compétence professionnelle spécifique à part le brio du style. Ainsi, de nombreux écrivains collaborent à des journaux. Par exemple, E. Zola publie ses premiers contes dans *La Revue du mois* en 1863. Après être passé dans plusieurs rédactions, il est chroniqueur pour le *Figaro* à partir de 1880 (Mitterand, 2010, p. 82). Mais le journalisme français de la Belle Epoque est aussi politique, comme en atteste son « J'Accuse » (publié dans *L'Aurore*, de G. Clémenceau, le 5 juin 1899). Les titres s'identifient à des courants de pensée (Neveu, 2004, pp. 13-14), comme pour *L'Humanité* fondée par Jean Jaurès en 1904. L'effectif des journalistes se développe sans que le contenu de leur activité soit encore stabilisé.

1.3. Les journalistes s'organisent (1880-1914)

Suite à la réglementation de la liberté de la presse, on assiste à la véritable constitution d'une collectivité professionnelle de journalistes, avec notamment l'apparition d'associations professionnelles.

1.3.1. La liberté de la presse

Après les législations fluctuantes qui se succèdent au cours des régimes précédents, la Troisième République marque le retour de la liberté de la presse (que la France a connu entre 1789 et 1792). Le timbre et le cautionnement sont supprimés dès 1870. La loi du 29 juillet 1881 instaure formellement la liberté de la presse et abroge toutes les dispositions antérieures (325 articles et 42 lois). Le député Eugène Lisbonne, rapporteur de la loi, qui avait promis « une loi d'affranchissement et de liberté » déclare alors : « *Nous ne proclamons pas la liberté, nous faisons mieux, nous la réalisons* »[6].

En instituant l'indépendance de l'information à l'égard de l'État, le régime de la presse français est le plus libéral d'Europe (Delporte, 1999). Cependant, cette liberté reste encadrée dans des dispositifs juridiques. La puissance publique dispose du pouvoir de sanctionner les

[6] *Journal Officiel*, Débats parlementaires, Chambre des députés, 21 juillet 1881, cité par C. Delporte, 2009, p. 19.

abus (crimes et délits : diffamation, injure ou provocation). La liberté de la presse reste donc conditionnée à une réglementation. Ce qui concerne la liberté d'expression ne dépend plus du ministère de l'Intérieur mais de la Justice. En cas de rectification ou de provocation, la responsabilité pénale incombe en premier lieu au gérant de l'entreprise (éditeur) puis aux auteurs (poursuivis pour complicité) et enfin aux imprimeurs puis aux vendeurs[7]. En ce qui concerne la responsabilité pécuniaire, la charge des amendes est supportée par le propriétaire du titre[8]. Ainsi, la loi ignore pour partie le journaliste. Ce régime de responsabilité montre que la liberté de la presse s'exerce dès la fin du XIXème siècle dans des entreprises de presse (dotées d'un propriétaire et d'un gérant) dans lesquelles les journalistes sont employés. Elle crée ainsi la subordination juridique du journaliste à son employeur qui annonce la constitution du salariat. On assiste à un processus similaire en Italie[9]. Le développement dans les années 1880 d'un type nouveau de journalisme dont la mission est d'informer le grand public entraîne une évolution du modèle économique de la presse : l'entreprise de presse devient une entreprise industrielle administrée comme une industrie.

Le groupe des journalistes s'étoffe rapidement après les années 1880. Ils sont environ 2 000 en 1885 et presque 6 000 en 1910 (Paris et province), majoritairement issus des classes moyennes. À Paris, entre 1870 et 1910, les tirages passent de un à plus de cinq millions et demi d'exemplaires par jour. *Le Petit Journal, Le Petit Parisien, Le Matin* et *Le Journal* tirent alors chacun à plus d'un million d'exemplaires. Le reportage se développe (Palmer, 1983, p. 65). La massification de la presse entraîne une augmentation des effectifs. En 1900, ces quatre grands quotidiens emploient chacun entre cinquante et cent cinquante journalistes (Van den Dungen, 2008) et forment ainsi des collectifs de travail réunis dans des rédactions. C'est le début du processus de salarisation de la profession qui se développe en parallèle du mouvement général de constitution d'un « monde du travail » salarié en France (Didry, 2012a). Dès le début du XXème siècle les affaires devant les tribunaux de commerce opposant des journalistes aux propriétaires de l'entreprise attestent de ce processus. En effet, ces affaires permettent de qualifier le lien juridique qui les unit en l'absence de contrat. Cette qualification ne dépend pas de l'existence d'un contrat ni même de la dénomination que les parties donnent au contrat mais des conditions de fait dans lesquelles s'exerce l'activité de travail (Jeammaud, 2001). Si un jugement de 1896 invoque « une mutuelle indépendance »

[7] Article 42 de la loi.
[8] Article 44 de la loi.
[9] Rapport de M. A. Cantalupi sur le fonctionnement des conseils de Prud'hommes dans les associations de presse en Italie, XXIIème congrès international de la presse, 1908.

nécessaire entre les parties et affirme le statut d'indépendant du journaliste, la jurisprudence s'inverse à partir de 1897. Plusieurs jugements estiment que les collaborateurs d'un journal doivent être assimilés aux employés protégés par le Code civil. En cas de licenciement sans motif, ils ont donc droit à une indemnité : « Les termes généraux de l'article 1780 [du Code civil : contrat de louage de services] s'appliquent à tous ceux qui louent leur travail sans distinguer suivant la nature de ce travail » (extrait d'un jugement, *Dalloz Périodique* 2, 1909).

Par exemple, en 1908, le tribunal de commerce de Bordeaux attribue une indemnité de 15 000 francs au journaliste directeur des publications *Le Nouvelliste* et *Les Nouvelles du Sud-Ouest*, révoqué sans motif le 21 octobre 1907. Bien que le journaliste ne soit lié par aucun contrat à la société éditrice (statut d'indépendant), le jugement rapporte une présomption de salariat[10] : le directeur est subordonné au conseil d'administration qui a le pouvoir de le nommer ou de le révoquer et le lien qui les unit est celui d'un employé qui s'engage personnellement dans l'entreprise. Les journalistes bénéficient ainsi de la protection réservée aux employés dans la mesure où ils sont subordonnés à leur employeur.

> « [Les journalistes directeurs] nommés et révoqués par le conseil d'administration dont ils ne font pas partie, dont ils tiennent leurs pouvoirs, dont ils sont, par conséquent, les subordonnés […] ne sont pas des mandataires, mais bien des employés supérieurs de la société […] Le contrat qui lie ces directeurs à la société est certainement un louage de services, quand bien même, à certains égards et par la force des choses, ce louage participerait du mandat. En conséquence, en cas d'engagement indéterminé, l'article 1780 du Code civil doit s'appliquer à eux. » (Commentaires du jugement, *Dalloz Périodique* 2, 1909.)

La reconnaissance de cette subordination juridique parallèle à la constitution de collectifs de travail dans des rédactions suscite le rassemblement des journalistes dans des structures collectives.

1.3.2. L'organisation de la profession

Il ne faut pas « réduire le processus à son débouché » et se contenter de « mesurer le chemin parcouru » (Demazière, 2009, p. 87). Pour étudier la manière dont le journalisme est devenu une catégorie professionnelle, il faut étudier les effectifs mais aussi mettre au jour ce que D. Demazière envisage comme un « processus de reconnaissance et d'autonomie de catégories de travailleurs et de leur stabilisation et légitimation comme groupes professionnels » (2009, p. 86). Dans ce processus, la constitution d'organisations collectives représentant les intérêts du groupe professionnel est structurante.

[10] Affaire au tribunal de commerce de Bordeaux, 2 avril 1908, Paul Duché contre *Le Nouvelliste de Bordeaux*, *Dalloz Pérdiodique* 2, 1909.

La première association professionnelle de journalistes, l'Organisation de la presse républicaine départementale, voit le jour en 1879. L'Association professionnelle des journalistes républicains lui fait suite en 1881. Ces associations ont pour mission de porter secours et assistance à ses membres (Ruellan, 2011, p. 64). En 1899 est créé le Comité général des associations de la presse française qui regroupe six des principales associations de journalistes et entend représenter la profession comme « délégué du quatrième pouvoir » auprès du pouvoir politique (Van Den Dungen, 2008). La liberté d'association consacrée en 1901 suscite le développement de ces structures. Pour D. Ruellan, le développement de ces associations est la marque d'un mouvement de professionnalisation dans la mesure où elles cherchent à faire reconnaître la légitimité de la profession de journaliste et à en faire une profession honorable et respectable[11] (Ruellan, *ibid.*). Le thème de la professionnalisation est une rhétorique des acteurs qui cherchent à légitimer leur existence en tant que groupe social par la construction d'une identité collective. En constituant des associations professionnelles, puis une première École en 1899, les journalistes s'organisent en groupe professionnel et consacrent le professionnalisme de leur activité. En tant qu'employés dans des entreprises de presse, ils s'éloignent du statut d'amateur ou de bénévole[12]. Le journaliste professionnel exerce son activité de manière compétente et en échange d'un revenu. Au-delà d'une logique de professionnalisation, c'est une logique d'exclusion pour unifier le corps des journalistes salariés. La création des *Annuaires de la presse* (*op. cit*, p. 59) qui comptent les journalistes ainsi que l'apparition de ces associations professionnelles sont le signe de l'unification d'une catégorie de travailleurs.

Cependant, les associations ont un simple but d'union professionnelle et d'aide mutuelle et ne constituent pas une véritable force de défense collective. En revanche, la création du premier syndicat de journalistes en mars 1888[13], la Corporation des publicistes chrétiens, est le signe d'une organisation collective autour des intérêts de la corporation et, ici encore, du mouvement d'émergence du salariat. Les syndicats de journalistes CFTC et CFDT se déclarent héritiers de ce premier syndicat de journalistes. Les lettres à en tête des journalistes CFDT « Syndicat de journalistes depuis 1888 » (décrites par un responsable confédéral CFDT au cours d'un entretien) en témoignent, tout comme ce délégué CFDT :

[11] On reviendra sur la réussite ou l'échec de cette entreprise au Chapitre 3.

[12] C'est à ce titre que l'attribution d'une carte de presse en seconde instance en 2012 à un journaliste bénévole a suscité une vague de protestations chez les journalistes.

[13] La loi Waldeck-Rousseau du 21 mars 1884 autorise les syndicats et les groupements professionnels.

> « Pour l'histoire du syndicalisme journaliste, il faut savoir que le Syndicat des journalistes CFTC est le premier syndicat de journalistes en France, bien avant le SNJ. À l'époque, c'était un syndicat chrétien de journalistes, vers 1895 [1888]. Il y a une carte d'adhérent d'Hubert Beuve-Méry [le premier directeur du *Monde*] à ce vieux syndicat de journaliste ! » (Entretien.)

L'existence d'un syndicat professionnel qui réunit les travailleurs montre le caractère salarial de cette catégorie de travailleurs. Cependant, elle reste fragile sans statut de journaliste professionnel.

Ce mouvement est mis entre parenthèses pendant la Première Guerre mondiale qui voit le retour du contrôle étatique des opinions. La liberté d'expression est suspendue en août 1914. Un régime d'exception est mis entre les mains des militaires, qui disposent d'un pouvoir discrétionnaire et de décision sur ce qui peut ou non être publié. Ces dispositions renvoient à des lois antérieures à celle de 1881 et constituent une remise en cause provisoire de la liberté de la presse[14].

Après la loi qui consacre la liberté de la presse, l'activité journalistique se professionnalise progressivement et se constitue en catégorie professionnelle salariée par l'intermédiaire de structures collectives excluant les amateurs, c'est-à-dire ceux qui exercent le journalisme sans que cela soit leur activité professionnelle première. Cependant, la liberté des journalistes consacrée par la loi ne formalise par leur autonomie professionnelle. Pour acquérir une réelle autonomie, l'étape suivante est de les protéger par un statut.

Section 2 : L'institutionnalisation d'une catégorie professionnelle salariée

À la sortie de la Première Guerre mondiale, les journalistes revendiquent l'inscription de leur profession dans le salariat. Ils accélèrent ainsi le processus de salarisation enclenché dès la fin du XIXème siècle. L'obtention d'un statut de journaliste salarié, inscrit dans le Code du travail en 1935, constitue une étape fondamentale de l'institutionnalisation de ce groupe professionnel. Le statut fait exister un groupe fermé et le reconnaît légitime à exercer une activité en lui donnant un statut spécifique. Un régime juridique spécifique est appliqué aux journalistes.

[14] D'après F. Hennequin, « Du régime de la presse pendant la guerre », extrait de la *Revue pénitentiaire et de droit pénal* de mars-avril 1916.

2.1. Négocier un statut de journaliste (1918-1937)

Les journalistes cherchent à se faire reconnaître un statut spécifique à partir de 1918. Après l'échec des négociations paritaires, la voie législative aboutit en 1935, suivie de près par l'instauration d'une convention collective en 1937.

2.1.1. Une profession déclassée en quête d'un redressement moral et matériel

On considère que la Première Guerre mondiale sert de « détonateur à l'institutionnalisation de la profession » (Neveu, 2004, p. 15). Celle-ci est en quête d'un redressement moral et matériel qui pousse les journalistes à demander l'instauration d'un statut professionnel spécifique à leur catégorie professionnelle. La vénalité de la presse, dont l'effet sur l'opinion publique semble être restée modeste (Eveno, 2003, p. 95), est dénoncée[15]. L'« américanisation » des journaux (rachat des entreprises de presse par des hommes d'affaires en quête de profits) est également décriée. Avec l'industrialisation de la production d'information, la rédaction est comparée à une usine. (Delporte, 1995, pp. 159-160). La presse est également accusée d'avoir activement participé à la propagande de guerre. Les journalistes souhaitent donc une meilleure régulation de leur activité[16]. Le Syndicat des journalistes (SJ) se crée en 1918, sous la direction de Lucien Descaves. Comme pour les autres professions intellectuelles, les premières revendications du SJ se fondent sur la dimension morale des activités (Sapiro, 2006, p. 6). L'action fondatrice du syndicat est la rédaction d'un « code d'honneur », publié dans son premier bulletin mensuel en décembre 1918 et destiné à réhabiliter la morale de la profession[17].

Si ces arguments moraux ne sont pas négligeables, les revendications syndicales répondent également à des logiques économiques, que l'on retrouve dans les autres professions intellectuelles qui se structurent à cette époque : « Sous couvert de moralisation de la profession, les instances visaient à la fois à réguler la concurrence interne et à asseoir son autorité dans un domaine de compétence dont elle revendiquait l'exclusivité » explique G. Sapiro (*op. cit.*, p. 11). En cherchant à contrôler le groupe des journalistes professionnels, c'est aussi le marché du travail que les représentants de la profession entendent contrôler. La situation matérielle des journalistes s'est nettement détériorée, avec notamment une

[15] On y reviendra dans le Chapitre 3 : 1.2.1.

[16] Il est intéressant de voir que ce sont les mêmes raisons qui sont évoquées, après la Seconde Guerre mondiale, pour demander un statut spécifique pour l'entreprise de presse.

[17] On reviendra sur cette charte dans le chapitre 3.

diminution de leurs rémunérations et de leurs pensions, entretenant chez les journalistes un sentiment de déclassement (Chupin *et al.*, 2009, p. 47). Cela transparaît dans ce plaidoyer d'un syndicaliste : « *Les amateurs* […] *tiennent la place de ceux qui légitimement prétendent vivre du métier de journaliste* »[18]. La question de l'amateurisme est d'autant plus importante qu'un nouveau type de journaliste apparaît (journaliste radio) et que le journalisme s'exerce sans qu'une formation professionnelle ne soit pré-requise[19]. Ces amateurs dégradent, selon les syndicalistes, les conditions matérielles des journalistes. L'« amateur » constitue en fait plutôt une « figure » contre laquelle il faut lutter qu'un groupe de personnes pratiquant effectivement le journalisme de manière occasionnelle ou sans que cela soit leur métier. L'ampleur du phénomène et leurs caractéristiques ne sont jamais détaillées. Parmi ceux qui sont qualifiés d'amateurs, les fonctionnaires (dont la pratique du journalisme constitue, selon ceux dont c'est la « profession », une forme de concurrence déloyale car ils jouissent d'informations privilégiées) sont régulièrement cités (Ruellan, 2007, p. 65). Une démarche similaire de constitution d'une catégorie professionnelle par l'exclusion des amateurs est entreprise chez les artistes à la même époque, sans que cette catégorie ne soit davantage explicitée. Face à la montée du chômage, l'Union des artistes souhaite clôturer le marché du travail en instaurant une licence professionnelle. Cette licence permettrait de réguler le marché du travail et de « *faire la différence entre ceux qui ont droit au travail par leurs qualités et ceux qui, dénués de tout talent, feraient mieux de choisir une autre profession* »[20]. Ici aussi, l'idée est d'exclure les amateurs pour laisser la place aux professionnels (Grégoire, 2009b ; 2009c).

Pour le Syndicat des journalistes, le journaliste est celui dont le journalisme est l'activité principale. Dans le second article des statuts du Syndicat des journalistes, le journaliste est ainsi défini comme celui qui « a pour occupation principale, régulière et rétribuée, depuis trois années au moins, un travail de rédaction dans une publication périodique éditée en France ou dans une agence d'information française ». Le journaliste contribue à la publication, est un employé, tire le principal de ses revenus de son activité de journaliste, est attaché à un organe de presse et a accompli une période d'apprentissage. Cela permet d'exclure les ouvriers de presse, les indépendants, les occasionnels, les pigistes et les amateurs (Delporte, 1999, p. 252). Le Syndicat des journalistes n'est pas « corporatiste » dans le sens où il ne regroupe

[18] Georges Bourdon en1931, cité par A. Mercier, 1994, pp. 222-3.
[19] Malgré la création d'une première école de journalisme à Paris en 1899, rattachée à l'École des hautes études sociales, puis l'École supérieure de journalisme à Lille en 1924.
[20] *Bulletin de l'Union des Artistes*, n° 30, juillet-août 1930, cité par M. Grégoire, 2009b, p. 142.

pas les rédacteurs et directeurs dans des mêmes structures. À côté des associations qui se sont constituées à la fin du XIXème siècle avec un rôle d'organisations de secours mutuel, le Syndicat porte des revendications matérielles et morales. L'action syndicale entend aller plus loin que celle des associations :

> « Nous rendons hommage aux associations de presse dont nous sommes heureux de faire partie. Sociétés de secours mutuel et de retraites, elles ont rendu, elles rendent chaque jour de notables services. Et c'est précisément pour continuer leurs efforts, en accomplissant à côté d'elles une tâche qu'elles n'ont pas spécialement entreprise [la défense de la corporation], que nous créons le Syndicat des journalistes. » (Appel adressé aux journalistes par les membres fondateurs du Syndicat, le 10 mars 1918[21].)

Le nouveau syndicat œuvre pour s'imposer comme le seul représentant légitime de la profession, dans un « jeu concurrentiel » avec le Syndicat des journalistes français (syndicat chrétien créé en 1886 qui entend représenter conjointement les employeurs et les salariés) et le Comité général des associations de presse (qui rassemble les associations de secours mutuel constituées à la fin du XIXème siècle)[22]. Le Syndicat des journalistes est la seule organisation reconnue représentative dans les litiges par le tribunal de commerce de Paris à partir de 1923. Il devient ainsi le Syndicat *national* des journalistes (SNJ) en 1928[23] (Mercier, 1994, p. 224) et demeure l'interlocuteur privilégié dans les négociations qui ont lieu avec les patrons de presse tout au long des années 1920-1930.

2.1.2. Le journaliste : un intellectuel entre indépendant et salarié

Les métiers intellectuels peuvent être régis par à trois types de statut : indépendant, fonctionnaire et employé. Les processus de rationalisation de la production et d'industrialisation ont suscité la croissance d'une catégorie d'intellectuels employés (Sapiro, 2006, p. 5). Avant la constitution du contrat de travail et du droit du travail, la condition salariale est réglementée par un contrat de louage dans le Code civil qui précise « le louage des gens de travail qui s'engagent au service de quelqu'un »[24]. Le salariat se répand et devient la norme pour les travailleurs en France au début du XXème siècle, comme en atteste la création d'un Code du travail (salarié) en 1910. À la sortie de la Première Guerre mondiale, le salariat est majoritaire chez les journalistes. Le processus de différenciation des groupes professionnels a conduit le journaliste à s'orienter vers le salariat, afin de se distinguer des

[21] Reproduit dans le Bulletin du SNJ spécial 90 ans, *Le Journaliste*, octobre 2008.
[22] Le chapitre 4 revient de manière détaillée sur les différents syndicats et leurs concurrences.
[23] On reviendra sur ce processus de légitimation engagé par le SNJ dans le chapitre 4.
[24] Article 1799 du Code civil, alinéa 1, cité par E. Serverin, 2008, p. 13.

éditeurs, des fonctionnaires et des amateurs notamment (Renoux, 2011, p. 352). Pourtant, l'adoption du salariat par les journalistes ne va pas de soi par la tension qu'il crée avec les dimensions d'autonomie professionnelle. Les journalistes restent en effet attachés au statut d'indépendant des journalistes écrivains de l'avant-guerre. Le rapprochement du Syndicat des journalistes de la Confédération des travailleurs intellectuels fondée en 1920 (Chatriot, 2006, p. 79) et non de la Fédération du Livre CGT l'atteste (Delporte, 1995, p. 163). Les journalistes choisissent de s'allier avec les professions libérales et intellectuelles plutôt qu'avec les ouvriers de la presse. Cela souligne une tension entre une logique de distinction sociale (intellectuel) et une logique de reconnaissance professionnelle (presse). Cependant, les affaires portées devant les juridictions civiles montrent que le journaliste bénéficie des protections liées au rapport salarial. Ainsi, dans une affaire devant la cour d'appel de Paris de 1923, après le licenciement des rédacteurs de *La Petite République* sans préavis en août 1914, les journalistes se voient ici encore appliquer l'article 1780 du Code civil qui alloue une indemnité en cas de brusque rupture du contrat de louage de services. Ils sont donc considérés comme des salariés et non comme des indépendants par les juridictions. Finalement, la condition salariale s'avère plus protectrice que le statut d'indépendant et n'est plus considérée comme contradictoire avec l'autonomie professionnelle du journaliste.

La qualification du lien juridique qui lie le travailleur à son patron permet de déclencher l'application des normes du droit du travail (Jeammaud, Serverin, 2012). La qualification salariale étant démontrée, les journalistes bénéficient des dispositions sociales en vigueur pour les salariés (délai-congé, mode de paiement et saisie du salariale, allocations familiales etc.). Dès 1919 une négociation s'ouvre entre les patrons de presse et le SNJ pour l'obtention d'un statut spécifique pour la profession (suite à la première loi sur les conventions collectives). Georges Bourdon (cf. encadré 1), journaliste au *Figaro*, devient en 1922 secrétaire général puis président du Syndicat des journalistes, et le reste jusqu'à sa mort en 1938.

Encadré 1- Georges Bourdon, la figure mythique du SNJ

Il est né le 15 janvier 1868 dans les Ardennes. Après des études à Paris au lycée Condorcet, il entre comme journaliste au *Figaro* où il passe la plus grande partie de sa carrière comme reporter. Il est cofondateur de la Ligue des droits de l'homme (en 1898, en parallèle de son engagement dreyfusard). Il ne compte pas parmi les membres fondateurs du Syndicat des journalistes mais y adhère tout de suite. Il fait partie des rédacteurs de la charte de 1918. Il est secrétaire général du SJ à partir de 1922 puis son président de 1933 à sa mort en 1938. (Agnès, 2010b)

C'est sous son mandat que sont obtenus plusieurs avancées pour les journalistes : avantages fiscaux[25] et repos hebdomadaire (1925) ; salaire mensuel minimum garanti[26] (1927) ; création d'une caisse de retraite (1927) ; création d'une caisse de chômage autonome (1932) ; demi-tarif sur le chemin de fer (1936).

Les termes d'un statut propre au journaliste salarié sont négociés à partir de 1929. L'enjeu de ces négociations est l'institutionnalisation de la profession, par la création d'une catégorie juridique de journaliste professionnel dans le Code du travail. Suite aux premières conventions collectives de 1919 (Didry, 2002), un accord est trouvé en 1931 après deux ans de négociations entre les six délégués du SNJ, les deux délégués du Comité général des associations de presse et la Fédération des journaux. Le « contrat collectif » de quarante-six articles règle les contrats individuels de travail du « journaliste professionnel » c'est-à-dire celui dont c'est l'occupation principale (article 1 et 2). Cette première convention collective protège les journalistes : indemnité de travail de nuit (article 6) ; repos hebdomadaire (article 7) ; congés pays (article 8) ; secret professionnel (article 13) ; minimum de salaire (article 16). Il est également établi la « clause de conscience » qui permet aux journalistes de bénéficier d'indemnités en cas de rupture de la collaboration résultant d'une situation « incompatible avec leur dignité professionnelle » (articles 30 et 31 : changement d'orientation politique ou de ligne de conduite). La signature d'un contrat collectif fait exister juridiquement la catégorie de journaliste professionnel et l'inscrit dans le salariat. Cependant, l'accord est désavoué par les directeurs des journaux de province qui refusent le principe de la clause de conscience. Face à cet échec, le SNJ s'engage sur la voie parlementaire.

2.1.3. Le statut du journaliste et la convention collective

Suite à la dénonciation unilatérale du contrat collectif et l'échec de la négociation, le SNJ s'engage seul dans la voie parlementaire. Une proposition de loi, rédigée ave le concours de Georges Bourdon, est déposée en 1933 par Henri Guernut (parlementaire membre du SNJ). Elle reprend les dispositions de l'accord de 1931. Le projet est adopté par la commission du travail de la Chambre en décembre 1934 qui confie le soin à Emile Brachard (député radical-socialiste) d'en faire le rapport.

Dans ce rapport, il explique que le statut professionnel « *est destiné à apporter à une profession livrée au bon plaisir, des garanties qui, de jour en jour, apparaissent plus*

[25] Qui donnera lieu à un abattement fiscal de 30% à partir de 1934.
[26] 1 200 francs à Paris, 800 francs en province.

nécessaires » (Brachard, 1935, p. 30). Face à la faible protection législative des journalistes, le Parlement doit selon lui intervenir en faveur de cette profession « *petite par le nombre, importante par le service social* » qui est *« capitale dans un ordre démocratique* » (*op. cit.*, p. 14 et 6). Il faut assurer à la fois une protection morale et des conditions de travail décentes. La déclaration de l'urgence enclenche une procédure particulière au cours de laquelle le texte de loi n'est pas discuté. L'idée s'est répandue que la moralisation de la presse est urgente et passe par l'instauration d'un statut pour le journaliste. La proposition est adoptée par la Chambre des députés le 14 mars 1935 puis par le Sénat. La loi est promulguée le 29 mars 1935. Elle consacre le caractère salarial du journaliste en inscrivant son statut dans le Code du travail. La loi prend la forme de neuf articles additionnels au Code du travail. Le journaliste est défini comme :

> « Celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une publication quotidienne ou périodique éditée en France ou dans une agence française d'informations, et qui en tire le principal des ressources nécessaires à son existence. » (Article 29b.)

Les journalistes ne sont pas seulement « les rédacteurs, qui écrivent » (Brachard, 1935, p. 30.). La loi assimile aux journalistes les « collaborateurs directs de la rédaction »[27]. Si le rapport Brachard mentionne également le journaliste radio, « *Nous avons aussi le journaliste qui n'écrit pas, mais qui parle* », ainsi que celui du film, « *Ne voyons-nous pas aussi se développer de plus en plus l'information donnée par le film ?* », ces deux catégories sont pourtant ignorées dans la loi. Enfin, en sont exclus les agents de publicité et les rédacteurs occasionnels. Le statut précise les conditions de congédiement, prévoit la mise en place d'une carte professionnelle et d'une commission chargées de la délivrer, d'une Commission arbitrale[28] et établit la clause de conscience. C'est la première catégorie de travailleurs de l'économie privée qui bénéficie d'un congé annuel payé (article 29i). Cet usage est admis dans les entreprises de presse. En le codifiant, la loi unit les journalistes sous des dispositions partagées : « *En introduisant le congé payé dans le statut, nous nous bornons à codifier un usage admis. Mais nous faisons un pas de plus en l'unifiant* » commentent les rédacteurs[29].

[27] Rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-reviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes (article 29b).

[28] La Commission arbitrale est en charge de déterminer le montant des indemnités de départ après quinze ans d'ancienneté ou licenciement pour faute grave. Elle est définie aujourd'hui par l'article L. 7112-4 du Code du travail et est composée de deux représentants des employeurs et de deux représentants des journalistes désignés par les organisations patronales et de salariés en cause.

[29] *Dalloz Péridoique* 4, 1936.

Par l'institution légale d'un statut de journaliste professionnel, est créée la catégorie juridique de « journaliste professionnel ».

Suite à la loi du 24 juin 1936 sur les conventions collectives de branche, la première convention pour les journalistes est signée le 23 novembre 1937 entre la Fédération nationale de la presse et le SNJ. Les treize articles détaillent les conditions d'embauche, de licenciement, de congés et fixent les barèmes de salaires et des indemnités retraites (40 % du salaire). La convention collective est dénoncée par la fédération patronale dès 1939 mais reste en vigueur jusqu'en 1957 (Delporte, 1995, p. 171). Ce n'est que quarante ans plus tard, en novembre 1976, qu'une nouvelle convention collective nationale de travail des journalistes est signée par les partenaires sociaux. Elle est mise à jour en octobre 1987 et fait l'objet d'un arrêté d'extension, la rendant obligatoire pour tous les employeurs de tous les salariés compris dans son champ d'application, en février 1988.

Le SNJ joue un rôle central dans la constitution d'une catégorie juridique de journaliste, en insistant sur l'unité des journalistes plutôt que sur leur diversité. Au terme d'un processus de professionnalisation d'une activité de travail et de son inscription dans le salariat, les journalistes sont regroupés dans une catégorie juridique spécifique. Il s'agit d'analyser ce que cette catégorisation juridique fait à leur activité.

2.2. Le régime juridique des journalistes

Suite à la loi Brachard, les journalistes bénéficient d'un statut spécifique, dont les deux éléments forts sont la clause de conscience et la carte d'identité des journalistes professionnels.

2.2.1. Un régime dérogatoire ?

Dans la présentation de la loi qui est faite en 1936, ses commentateurs la qualifie de « dérogatoire au droit commun sur plusieurs point capitaux »[30]. Ainsi, E. Derieux estime que « les journalistes constituent la catégorie professionnelles dont le statut apparaît le plus spécifique […] par le nombre, l'ampleur et, plus encore, la nature de ses éléments propres » (1999, p. 296). Au-delà de certains privilèges ou avantages matériels (congés, indemnités, avantages fiscaux etc.) qui se sont par la suite étendus aux autres salariés, les journalistes bénéficient de garanties morales « qui visent à assurer leur liberté, et par eux, la liberté de communication et le respect des droits du public » (*ibid*.). Les dispositions du statut sont

[30] *Dalloz Périodique* 4, 1936.

justifiées par la mission de service public assignée à cette profession : « l'analyse de l'organisation implique nécessairement la prise en compte de son rapport à l'intérêt général », explique ainsi N. Maggi-Germain (2000, p. 225). Le rapport Brachard pose que le journaliste est « un salarié d'une espèce particulière » (*op. cit.*, p. 15) et que « le journal n'est pas une denrée assimilable aux autres » (*op. cit.*, p. 34). Les dispositions juridiques destinées à protéger le journaliste ont à la fois traduit et stimulé les croyances dans les fonctions civiques de ces professionnels.

Pourtant, le statut de journaliste professionnel demeure dans le domaine du salariat. Il n'est donc pas d'une *nature* différente mais d'un *degré* différent par rapport aux autres salariés. L'état de subordination est-il incompatible avec l'indépendance revendiquée des journalistes ? N. Maggi-Germain s'interroge sur cette contradiction : « Un dilemme se pose entre octroyer un statut protecteur, celui du salariat […] et assurer à ce même journaliste une indépendance effective que n'induit pas *a priori* une relation de travail de type salarial, caractérisée entre autres par l'existence d'un lien de subordination » (2000, p. 226). Dans le cas des intermittents du spectacle, soumis au même « dilemme », M. Grégoire dépasse cette apparente contradiction en montrant que le salariat a aussi des dimensions émancipatrices (Grégoire, 2009a). Loin d'aliéner le journaliste à un employeur qui lui ôterait son indépendance, le statut de salarié lui permet, au contraire, de jouir de la liberté inhérente à son statut. Pour affirmer l'autonomie des journalistes, consubstantielle au salariat, deux éléments spécifiques leur ont été accordés : la clause de conscience et la carte de presse.

2.2.2. La clause de conscience : l'extension de la rupture du contrat

La particularité du statut de journaliste réside dans les dispositions particulières pour la rupture de son contrat de travail. Un journaliste peut rompre son contrat et bénéficier des clauses prévues en cas de licenciement s'il invoque l'une des raisons suivantes : « cession du journal » ; « cessation de la publication du journal pour quelque cause que ce soit » ; « changement notable dans le caractère ou l'orientation du journal »[31]. Comment expliquer l'existence de cette disposition et quelle est son utilité ? Les défenseurs de la clause de conscience mettent en avant le caractère « particulier » du salarié journaliste. Georges Bourdon écrit ainsi en 1931 dans le bulletin syndical du SNJ :

[31] Article 29e de la loi, reproduit dans l'article L. 7112-5 du Code du travail.

> « [Le rédacteur] est, parmi les salariés, un salarié d'une espèce particulière, auquel il convient d'assurer une existence digne et libre, et qui doit garder sa liberté de jugement et de décision à l'égard des variations de doctrine du journal auquel il collabore. »[32]

La clause de conscience est la traduction du caractère moral, et non pas seulement économique, qui lie le salarié à son entreprise. Le contrat de travail engage donc plus que l'échange d'un service (rédaction d'articles) en contrepartie d'un salaire. C'est « l'honneur, la réputation ou, d'une manière générale, les intérêts moraux »[33] qui sont en jeu dans le contrat de travail puisqu'il peut être rompu pour ces motifs. Ces dispositions constituent une prolongation du principe général selon lequel « un contrat ne saurait contenir aucune stipulation contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, à peine de nullité »[34]. Tout salarié peut rompre un contrat dont l'exécution est contraire à sa conscience morale mais dans le cas des journalistes, la codification explicite d'une « clause de conscience » facilite les recours. Cette disposition spécifique aux journalistes se retrouve ailleurs en Europe. En Italie, par exemple, le journaliste peut demander la résiliation de son contrat avec allocation d'indemnité en cas de « modification essentielle de principe dans l'orientation du journal »[35]. Les garanties morales sont liées à l'assurance matérielle conférée par la clause de conscience. Cela permet d'assurer l'indépendance du journaliste professionnel, fondé à « ne pas accepter les nouveaux maîtres » (Brachard, 1935, p. 25) comme l'explique ce journaliste :

> « Cela provient (c'est très vieux) d'une volonté de la profession d'assurer son indépendance […] Ces clauses, avec la capacité qu'elles donnent, dans la mesure où elles ouvrent la possibilité pour des journalistes de partir dans des conditions relativement avantageuses, permettent de faire le choix de partir ou de rester. » (Entretien, responsable national SNJ.)

En cas de changements dans la propriété du capital, ces dispositions sont automatiquement appliquées. On parle alors de « clause de cession », comme lors de la vente du groupe Le Monde en novembre 2010[36] : « *Les clauses de cession aujourd'hui c'est autre chose, c'est vraiment une mécanique presque automatique* », explique un journaliste (entretien). Les journalistes éprouvent peu de difficultés à faire reconnaître leurs avantages en cas de cession de l'entreprise ou de cessation de la publication. Il est en revanche nettement plus difficile d'invoquer ces dispositions dans le cas d'un « changement notable dans la ligne

[32] Cité par Agnès, 2011, p. 141.
[33] Article L 7112-5 du Code du travail.
[34] Commentaires de la loi de 1935, *Dalloz Périodique 4*, 1936.
[35] Rapport de M. A. Cantalupi sur le fonctionnement des conseils de Prud'hommes dans les associations de presse en Italie, XXIIème congrès international de la presse, 1908.
[36] Ce cas fera l'objet de la troisième section du Chapitre 8.

éditoriale ». On parle alors de « clause de conscience ». La charge de la preuve incombe au journaliste, comme en témoigne ce délégué syndical : « *Il faut faire la preuve effectivement, que la ligne éditoriale a changé. Donc on rentre vraiment dans des arguments beaucoup plus subjectifs* » (entretien).

Le contexte économique actuel freine l'utilisation de ces clauses (chômage et précarité sur le marché du travail des journalistes) :

> « La clause a été utile il y a vingt ou trente ans car on était encore en période de plein emploi. On faisait un bras d'honneur à son employeur, dans les quinze jours on en avait trouvé un autre […] Malheureusement le contexte économique a considérablement réduit son efficacité. » (Entretien, syndicaliste SNJ.)

La clause de conscience permet d'assurer, dans les textes, l'indépendance des journalistes par rapport à leur rédaction. Cependant, cette indépendance formelle n'est pas toujours exerçable par les acteurs. Le dispositif législatif du statut de journaliste est enfin complété par la carte de presse.

2.2.3. La CCIJP : instituer une carte d'identité

Suite à la loi de 1935 qui institue une catégorie de « journalistes professionnel » dans le Code du travail, le décret du 17 janvier 1936 crée la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), chargée de délivrer une carte d'identité aux journalistes qu'elle reconnaît être « professionnels »[37]. Ce terme de « carte d'identité » montre la solidification des contours juridiques de la catégorie professionnelle.

La CCIJP est une commission paritaire composée au départ de sept représentants des directeurs de journaux et agences de presse et de sept représentants des journalistes (huit aujourd'hui) (article 2 du décret). Les représentants des directeurs sont désignés par les organisations patronales les plus représentatives, tandis que les représentants des journalistes sont élus par les titulaires de la carte de presse, au scrutin de liste à deux tours, à la représentation proportionnelle, suivant la règle de la plus forte moyenne[38]. Leur mandat est de trois ans[39]. La Commission est présidée alternativement par un représentant des employeurs et un représentant des journalistes[40]. Il y a plusieurs types de carte : la carte d'identité des journalistes professionnels (en activité), la carte de stagiaire pour ceux qui ont moins de deux ans d'ancienneté dans la profession (un an seulement si le journaliste a bénéficié d'une

[37] Les critères d'attribution de la carte font l'objet du Chapitre 2.
[38] Articles R. 7111-21 et 22 du Code du travail.
[39] Article R. 7111-20 du Code du travail
[40] Article R. 7111-26 du Code du travail.

formation dans une école reconnue par la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes) ; la carte provisoire pour les journalistes momentanément privés de travail et détenteurs de la carte professionnelle depuis deux ans au moins[41] ; et la carte honoraire pour les journalistes à la retraite (ayant exercé plus de quinze ans)[42]. À cela, la CCIJP a ajouté de sa propre initiative une carte de « directeur-ancien journaliste » pour les anciens journalistes (au moins deux ans) devenus directeur de journaux[43]. Cette dernière carte n'est pas reconnue par la Commission d'appel[44].

La première séance de la CCIJP se tient le 22 mai 1936, sous la présidence de Henry Simond (président de la Fédération des journaux), à qui succède Georges Bourdon l'année suivante. La première carte de presse[45] est remise à Georges Bourdon. Deux mille six cent cinquante huit cartes sont délivrées la première année (Agnès, 2010b, p. 142). Signe de la puissance du SNJ, la Commission est installée à son siège (Paris) et le Syndicat détient l'ensemble des postes des représentants des journalistes. Le Syndicat peut donc contrôler les entrants dans la profession et ainsi les journalistes potentiellement syndiqués. La lutte contre l'amateurisme est aussi une lutte contre des rédacteurs peu concernés par les intérêts de la profession qui « diluaient » l'influence syndicale (Mercier, 1994, p. 222). La profession s'institutionnalise autour de ce statut légal puisque la qualité de journaliste est réservée à ceux reconnus comme tels par cette instance paritaire. L'instauration d'une carte de presse provient d'une volonté d'« organisation méthodique d'une profession longtemps demeurée dans l'anarchie » (Brachard, 1935, p. 26) et renvoie à la structuration d'une profession proche des journalistes, celle d'ouvrier du Livre. Le Syndicat du Livre CGT (dominant) assure l'organisation de la profession (tarifs, déroulement des carrières, nature et rémunération de l'activité) et en régule l'entrée (procédures de *closed shops*) (Segrestin, 1985, p. 36). Bien que la profession de journaliste demeure une profession ouverte (*infra*), c'est le contrôle de cette clôture institutionnelle que souhaite au départ instaurer le Syndicat national des journalistes.

Deux autres commissions encadrent les journalistes. La Commission arbitrale, définie dans le statut de 1935, est chargée de fixer les indemnités de licenciement, au-delà de quinze

[41] Article R. 7111-9 du Code du travail.
[42] Article L. 7111-6 du Code du travail.
[43] En vertu de l'article 23 de son règlement intérieur.
[44] « La décision par laquelle la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels [attribue] le bénéfice d'une carte mentionnée par son seul règlement intérieur n'est […] pas au nombre de celles dont la Commission supérieure a compétence pour connaître ». Arrêt CE n° 104789 du 10 juin 1994.
[45] On a coutume de dire que la première carte a été délivrée à Jacques Alexandre. En effet, la carte numérotée 001 a été délivrée en 1944. Les cartes délivrées entre 1936 et 1944 ne sont pas numérotées.

ans d'ancienneté ou dans le cas d'un licenciement pour faute[46]. La Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ), instituée par la convention collective de 1976 a pour mission de gérer l'offre de formation initiale et continue[47]. Comme dans le cas de l'institutionnalisation d'un groupe de cadres par la création d'une caisse de retraites propre, la constitution d'institutions spécifiques au groupe des journalistes contribue à sa structuration par l'instauration de « barrières » (au sens d'E. Goblot[48] : Béthoux *et al.*, 2013, p. 44). Bien que toutes les commissions soient des lieux de négociations collectives, l'accent est mis sur la CCIJP. Les deux autres (CPNEJ et Commission arbitrale) s'intéressent au contenu de l'activité journalistique et non aux caractéristiques salariales du journaliste. La CCIJP est la commission centrale dans laquelle les questions de statut sont traitées.

Le statut de journaliste crée donc des dispositions spécifiques à cette profession. Face à l'évolution des métiers et des formes de journalisme, le statut a été modifié. Ce sont ces modifications qu'il faut à présent étudier.

2.3. L'extension du statut (depuis 1974)

La loi de 1935 a été complétée plusieurs fois afin de prendre en compte les évolutions du journalisme et ainsi pouvoir accueillir de nouveaux profils dans la catégorie. En intégrant d'autres formes de journalistes, le statut demeure du côté du professionnel salarié.

2.3.1. Les journalistes pigistes

Contrairement à ce que le rapport Brachard préconisait, la loi de 1935 a retenu une formulation au singulier pour le lieu d'exercice de l'activité de journaliste : « *Une* publication quotidienne ou périodique éditée en France, ou dans *une* agence française d'informations » (article 29b). Pourtant, dès 1932[49], la loi considère que les salariés ont le droit de se lier par des contrats de louage de service à plusieurs employeurs, disposition qui s'applique également aux journalistes. Une recension de la jurisprudence montre ainsi que les tribunaux se sont toujours prononcés en faveur de la possibilité d'exercer l'activité journalistique dans plusieurs entreprises distinctes (Derieux, 1999, p. 306). Le législateur lève définitivement cette ambiguïté en réformant le texte de 1935 par la loi Cressard de 1974. La définition du

[46] Article L. 7112-4 du Code du travail.

[47] Article 10 de la convention collective qui stipule que « les parties contractantes affirment tout l'intérêt qu'elles portent à la formation professionnelle des journalistes ».

[48] « Toute démarcation sociale est à la fois barrière et niveau. Il faut que la frontière soit un escarpement, mais qu'au-dessus de l'escarpement il y ait un plateau » (2010, p. 7).

[49] Loi du 5 février 1932 complétant l'article 3 du livre Ier, titre II, chapitre 2 du Code du travail.

journaliste professionnel pose de façon explicite que le journaliste peut exercer son activité dans « *une ou plusieurs* publications » et « *une ou plusieurs* agences de presse ».

Cette modification est insuffisante pour faire entrer les journalistes pigistes dans le cadre de la loi. Ils peuvent être attachés à une rédaction (« pigistes réguliers »). Ce qui les différencie du journaliste classique, salarié (et donc payé en salaire) tient à leur mode de rémunération « à la pige » (c'est-à-dire à la ligne ou à l'article). Ils ont un statut d'indépendant jusqu'en 1974, date à laquelle est établie la présomption de salariat pour tous les journalistes. La loi Cressard étend le bénéfice du statut aux journalistes pigistes qui ont pour activité principale, régulière et rétribuée leur activité journalistique en consacrant que « toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel, est présumée être un contrat de travail »[50]. Le journaliste pigiste est régulièrement comparé à l'intermittent du spectacle car ils bénéficient tous deux de la présomption de salariat (depuis 1969 pour les intermittents et 1974 pour les journalistes) et font face à des pratiques d'emploi et de travail similaires (Aubert, 2011). Bien qu'il n'y ait plus nécessairement de rapport hiérarchique entre l'employeur et le journaliste (cela est notamment le cas lorsque le pigiste est porteur d'un projet, qu'il réalise en toute liberté et avec son propre matériel), le rapport de subordination juridique demeure par cette extension du salariat. C'est la même chose pour les artistes intermittents qui sont assimilés à des salariés malgré une relation d'emploi éphémère (Menger, 2002, p. 66). En accroissant la protection du travailleur, ce rapport de subordination crée un espace de liberté. La limite pratique de la présomption de salariat réside dans la difficulté à faire appliquer le droit du travail, dans la mesure où le pigiste ou l'intermittent ne disposent pas des ressources nécessaires à la bonne exécution de leur contrat. La relative étroitesse du champ journalistique limite par exemple les velléités contestataires des journalistes, qui risquent des sanctions du marché en retour (difficulté à être à nouveau employé). L'accès au statut professionnel permet cependant, au moins en théorie, d'accroître la protection et donc la liberté et l'autonomie des journalistes pigistes.

Enfin, la loi Cressard a supprimé la condition du minimum de ressources dans la définition du journaliste. La formulation de 1935 selon laquelle le journaliste doit tirer de son activité « le principal des ressources *nécessaires à son existence* » a été remplacée par « le principal de ses ressources ». D'après les débats parlementaires, cela permet de supprimer une discrimination entre les journalistes salariés et les journalistes pigistes qui sont moins bien

[50] Article L. 7112-1 du Code du travail.

rémunérés (Derieux, 1999, p. 323). Les pigistes entrent ainsi dans la catégorie professionnelle salariée de journaliste.

2.3.2. Les journalistes de l'audiovisuel

Dans le rapport sur la proposition de loi de 1935, E. Brachard interroge la pluralité des formes d'exercice de l'activité journalistique :

> « Qui peut dire quelles formes prendra demain le journal ? Journal rédigé et imprimé de nos pères, journal d'images, journal parlé, journal radiophonique, journal filmé, n'est-ce pas toujours, sous les divers aspects que lui donne la science, un journal ? » (p. 30.)

Pourtant, la loi ne prend finalement en compte que les journalistes rédacteurs. Si les responsables du SNJ sont favorables à l'application du statut de journaliste aux journalistes radio, ils cèdent au départ à la pression de leurs mandants qui sont majoritairement issus de la presse écrite et défavorables à cette évolution. Les employeurs y sont également opposés dans la mesure où la radio concurrence de plus en plus la presse écrite à cette époque là, en annonçant en premier les informations (Delporte, 1999, pp. 306-8). La position des journalistes, comme celle des employeurs, évolue progressivement en faveur d'une reconnaissance du journalisme audiovisuel, en parallèle de son développement. Si la CCIJP délivre des cartes de presse à ces journalistes bien avant les années 1980, c'est seulement en 1982 que la loi de 1935 est officiellement complétée pour les journalistes audiovisuels. Cela fait suite à l'éclatement de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) en 1974 en sept sociétés autonomes[51]. La loi du 29 juillet 1982 met fin au monopole public de programmation à la radio et à la télévision. L'article 93 de la loi pose de façon explicite que : « Les journalistes exerçant leur profession dans une ou plusieurs entreprises de communication audiovisuelle[52] ont la qualité de journaliste professionnel »[53]. Suite à la nouvelle législation, la composition de la CCIJP a été modifiée par un décret du 26 février 1985 qui instaure la participation des représentants du secteur de la communication audiovisuelle. Sur les huit représentants des employeurs, sept le sont au titre des directeurs de journaux et agences de presse et un au titre des entreprises de communication audiovisuelle du secteur public.

[51] TF1, A2, FR3, Radio France, TDF, l'Institut national de l'audiovisuel et la Société française de production.
[52] Définie au terme de l'article 2 de la loi de septembre 1986 « relative à la liberté de communication ».
[53] Article L. 7155-5 du Code du travail.

2.3.3. Les journalistes de l'information en ligne

Enfin, la loi a été à nouveau complétée en 2009 pour intégrer les journalistes de l'information en ligne. Suite à la proposition du Livre Vert des États Généraux de la presse et en marge de la discussion sur le téléchargement illégal et la réponse graduée, le statut d'« éditeur de presse en ligne » a été créé par la loi du 12 juin 2009. L'article L. 7111-5 du Code du travail précise que les journalistes qui exercent dans « une ou plusieurs entreprises de communication au public par voie électronique ont la qualité de journaliste professionnel ». Le statut d'éditeur de presse en ligne permet de bénéficier du régime fiscal des entreprises de presse. Ainsi, Rue 89 par exemple a bénéficié d'une aide à la presse de 249 000 euros en 2010. Suite à cette avancée législative, les éditeurs de presse en ligne ont fondé leur fédération patronale : le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL) le 15 octobre 2009.

Le statut de journaliste professionnel salarié s'est donc adapté aux évolutions des pratiques journalistiques. En définissant cette activité comme une activité salariée, sont garanties à la fois sa protection et son autonomie. Cette catégorie juridique parvient-elle ou non à créer un groupe professionnel cohérent ? Une cartographie des 37 000 journalistes professionnels en France permet de donner des éléments de réponse.

Section 3 : La diversité des journalistes

Après la refonte du Code du travail de mai 2008, les dispositions relatives au journaliste professionnel, datant de la loi Brachard de 1935, sont réunies dans les articles numérotés de L. 7111 à L. 7114 et stipulent :

> « Est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. »[54]

La sociohistoire du processus d'institutionnalisation d'une catégorie de journaliste professionnel, salarié et encarté, permet de définir les travailleurs que cette thèse entend étudier. Ce sont ceux qui, parce qu'ils répondent à cette définition, sont titulaires d'une carte de presse. Il s'agit donc de dresser le panorama des membres de ce groupe.

[54] Article L. 7111-3 du Code du travail.

Il existe peu de données chiffrées sur les journalistes, au regard de l'abondante littérature consacrée à cette profession. Pour remédier à cela, un Observatoire des métiers de la presse et un Observatoire des métiers de l'audiovisuel ont été créés en 2007. À partir des données de la CCIJP, ces Observatoires fournissent annuellement des données statistiques sur « les journalistes encartés ». L'état des lieux qui est dressé dans cette section s'appuie sur le rapport de juin 2012 sur les journalistes encartés 2011[55] (Observatoire des métiers, 2012) et sur un rapport de mai 2009 portant sur les évolutions entre 2000 et 2008[56] (Observatoire des métiers, 2009).

3.1. Un groupe aux profils et aux pratiques variables

Les membres du groupe professionnel des journalistes sont assez divers. Leurs profils et conditions d'exercice sont ici présentés.

3.1.1. Combien de journalistes professionnels ?

En 2012, la CCIJP a délivré 37 012 cartes d'identité professionnelle de journaliste dont 1 993 premières demandes (5,4 %) (les statistiques de la CCIJP sur le nombre de cartes sont reproduites en annexe 4). À partir des différentes statistiques, il est établi que le nombre de journalistes n'a cessé d'augmenter depuis l'après-guerre : le nombre de cartes de presse accordées est passé de 6 836 en 1955, à 13 635 en 1975 et à 37 904 en 2008, soit une augmentation de près de 455 %. Cela correspond au développement des nouveaux supports qui crée un besoin croissant de journalistes. Le taux de croissance diminue au cours des années 2000 jusqu'à être négatif entre 2008 et 2011. Le nombre de cartes passe sous la barre des 37 000 pour l'année 2011 (36 815). Cela s'explique notamment par une baisse des cartes accordées aux premières demandes. Entre 2010 et 2011, la baisse des premières demandes (- 82 cartes) explique près de 20 % de la baisse du nombre total de cartes accordées (- 471).

Derrière un groupe professionnel, se retrouve une diversité des pratiques mais aussi des profils. Les « journalistes professionnels » ont des profils socio-économiques et des conditions d'exercice variables. Dans la continuité des travaux de J.-M Charon (1993) sur les titulaires de la carte de presse en 1990 et de C. Leteinturier (2003) ou R. Rieffel (2003) sur les titulaires de la carte de presse en 2000, une description « sociodémographique » des titulaires

[55] Le rapport 2013 sur les encartés 2012 n'est pas disponible au moment où ces lignes sont écrites. Les seuls chiffres disponibles pour 2012 sont les statistiques de la CCIJP sur le nombre de carte (annexe 3). Le rapport 2012 est disponible en ligne, [URL : http://metiers-presse.org/pdf/1346339732.pdf], consulté le 2 juillet 2013.
[56] [En ligne], [URL : http://www.metiers-presse.org/pdf/1312467300.pdf], consulté le 2 juillet 2013.

de la carte de presse en 2011 est proposée. Elle permet de cerner quels sont aujourd'hui « les facteurs significatifs de différenciation au sein de la profession » (Leteinturier, 2003, p. 35). Bien que cette description statistique permette de « déceler certaines tendances lourdes », elle n'est pas toujours propice à les expliquer (Rieffel, 2003, p. 49). Il s'agit, dans la mesure du possible, d'avancer des explications aux mutations observées.

3.1.2. Des profils variés

Les statistiques produites par l'Observatoire des métiers pour les encartés 2011 montre que les hommes sont assez majoritaires parmi les détenteurs de la carte de presse (54,7 %)[57]. On assiste cependant à une féminisation du métier. La profession s'ouvre aux femmes à partir des années 1970, parallèlement à leur entrée en masse sur le marché du travail. Celles-ci représentent 45,3 % des encartés en 2011 alors qu'elles n'étaient que 14,3 % en 1960 (Rieffel, 2003, p. 55). Au-delà de l'effet structurel lié à un mouvement général de féminisation de la population active, le journalisme s'est davantage féminisé que la moyenne des autres professions. Des inégalités professionnelles perdurent entre les genres : les femmes sont plus nombreuses dans les situations professionnelles précaires (pigiste, contrat à durée déterminée, stage) et accèdent moins souvent aux postes d'autorité. Par exemple, seulement 32,5 % des rédacteurs en chef sont des femmes en 2011[58]. Parallèlement au mouvement de féminisation, on assiste à un vieillissement des journalistes en exercice : la moyenne d'âge des journalistes encartés est de 42,7 ans en 2011[59], ce qui est supérieur à la moyenne nationale des travailleurs. Au-delà de l'effet structurel qui joue dans l'ensemble des secteurs, certains journalistes expliquent ce phénomène par un déclin de l'attrait pour la profession à cause de la crise économique qu'elle traverse : « *Les privilèges d'exercice de cette profession tendent à se réduire voire à disparaître. Après, moi je parle avec mon âge, avec mon expérience, et il y a toujours tendance dans toute profession à avoir un discours qui dit que c'était mieux avant* », (entretien, journaliste). On trouve des conclusions similaires dans d'autres professions. Par exemple, pour les architectes, « la crise des débouchés » permet d'expliquer une partie du vieillissement de la population (Champy, 2001, p. 50).

La formation des journalistes se fait très largement en dehors des quatorze cursus reconnus par la profession[60]. En 2011, seulement 16 % des journalistes titulaires de la carte

[57] Observatoire des métiers, 2012, p. 40.
[58] *Op. cit.*, p. 49.
[59] *Op. cit.*, p. 9.
[60] CELSA Paris, CFJ Paris, CUEJ Strasbourg, École de journalisme de Cannes, École de journalisme de

sont diplômés de l'une de ces écoles[61], caractérisées par des barrières scolaires et sociales élevées à l'entrée (Lafarge, Marchetti, 2012, p. 76). Cela souligne l'ouverture de cette profession dont l'exercice n'est soumis ni à un diplôme, ni à un *numerus clausus* et pour laquelle la carte d'identité professionnelle ne permet pas une clôture nette (mais plutôt symbolique, *infra*). Le niveau général de formation des journalistes n'a cessé de progresser, corrélativement à une élévation globale du niveau d'étude en France. Le passage par une école reconnue facilite l'accès aux médias réputés (Leteinturier, 2003, 2010). Les « modalités d'entrée dans la profession » en 1990 et en 1998, étudiées par D. Ruellan (2001) font apparaître quatre constats que l'on retrouve en 2011 : un taux d'entrée assez élevé, une disparité entre les hommes et les femmes, une formation professionnelle assez rare et une précarité croissante (seules 39 % d ceux qui demandent la carte pour la première fois sont en contrat à durée indéterminée)[62]. Au-delà de cette variété de profils, on retrouve une diversité importante en fonction des conditions d'exercice de la profession.

3.1.3. Des conditions d'exercice variables

Les journalistes peuvent exercer leur activité salariée (présomption de salariat) en liant différents types de contrat. Les plus répandus sont le CDI, le CDD et la pige. Les contrats alternatifs au CDI se développent depuis les années 1980-90 (Rieffel, 2003, p. 51). Ce phénomène s'est poursuivi dans la décennie 2000[63]. En 2011, les journalistes pigistes ou en CDD représentent 20,5 % des journalistes encartés. Si le nombre de CDD a fortement augmenté entre 2000 et 2011 (de 38 à 1 490), il reste assez faible (4 % des effectifs). Le nombre de pigistes demeure à peu près constant (autour de 6 000) et sa part dans l'effectif varie entre 16 et 19 % selon les années. Poursuivant la tendance soulignée dans les années 1990, la précarité des entrants dans la profession augmente (Frisque, Saïtta, 2011). C'est pour eux un « parcours du combattant » pour obtenir un statut stable (Devillard, 2002, p. 24). Les jeunes sont, comme sur l'ensemble du marché du travail, largement majoritaires parmi les signataires de ces types de contrats (63,2 % des moins de 26 ans ; 30,7 % des 26-34 ans)[64].

La moitié des journalistes sont reporters-rédacteurs, contrairement à l'idée assez répandue selon laquelle ce poste est en voie de disparition du fait de son coût prohibitif. La

Sciences po Paris, École publique de journalisme de Tours, EJCAM, EJDG Grenoble, EJT Toulouse, ESJ Lille, IFP Paris, IJBA Bordeaux, IPJ Paris, IUT Lannion.

[61] *Op. cit.*, p. 31.

[62] *Op. cit.*, p. 25.

[63] *Op. cit.*, pp. 24-25.

[64] *Op. cit.*, p. 26.

deuxième fonction est celle de secrétaire de rédaction[65] (7,9 %) (*op. cit.*, p. 35). Le support papier regroupe presque la moitié des journalistes (49,7 %) tandis qu'un quart travaillent pour un support audiovisuel. Bien que le support web soit encore très faible, sa croissance est rapide, passant de 0,6 % à 3,1 % de 2000 à 2011. On voit apparaître une nouvelle catégorie : le multi-support (fait de travailler pour au moins deux supports) qui regroupe 8,3 % des journalistes. Enfin, 6,9 % des journalistes travaillent pour une agence[66]. En conjuguant l'ensemble des facteurs (dont certains sont redondants selon un « effet de structure »), type de contrat, fonction, support, genre, âge, formation, les niveaux de rémunérations atteint sont très variables. En CDI, près de 58 % des journalistes encartés gagnent entre 2000 et 4000 euros mensuels bruts en 2011, contre 40,7 % des pigistes et 53 % des CDD[67]. La CCIJP rejette les demandes des personnes qui gagnent moins de la moitié du SMIC. Cela explique que presque aucun titulaire de la carte ne déclare un revenu en-dessous de ce niveau.

Les tendances qui avaient été mises au jour en étudiant les encartés en 1990 et 2000 continuent donc en 2010. Parallèlement à la consolidation de la profession, avec un nombre de journalistes quasi constant et un rattrapage des femmes sur les hommes. La profession est fragilisée (montée de la précarité) et l'« hétérogénéité des journalistes » (Leteinturier, 2003) se poursuit. La profession de journaliste suit des tendances générales dans l'ensemble des professions mais de manière variable selon le média d'exercice. Cela crée plusieurs « planètes » du journalisme.

3.2. La diversité des médias

Le paysage médiatique est divers selon le support, la périodicité, les contenus ou la couverture géographique du titre (Leteinturier, 2003, p. 39). Ainsi, J.-M. Charon (1993, p. 25) définit quatre « univers » journalistiques qui sont « différents par le recrutement, le déroulement des carrières, la pratique du métier, les représentations, les modèles [mais surtout] par la fonction principale que joue l'information pour chacun d'eux ». Cette diversité renvoie aux multiples formes de consommation de biens culturels. Le groupe des journalistes est telle « une photo de famille éclatée » (*op. cit.*, p. 29) entre ces quatre univers : presse politique et générale, audiovisuelle, locale et information spécialisée. Dix ans après, E. Neveu (2004, pp. 28-34) repère cinq « galaxies » du journalisme qui recouvrent une mosaïque d'activités et entre lesquelles les journalistes circulent peu (bien que la discontinuité des

[65] Mise en dorme de l'information (titrailles, cohérence etc.).
[66] *Op. cit.*, p. 20. Il ya par ailleurs près de 7 % de non réponses.
[67] *Op. cit.*, pp. 56-58.

parcours aille croissante depuis le début des années 2000 (Rieffel, 2005b, p. 156). Aux quatre précédemment citées, il ajoute l'agence. On propose ici, pour demeurer dans le langage cosmique, d'ajouter une sixième « planète » (ou sous-catégorie) : celle de l'information en ligne.

3.2.1. La difficulté à évaluer le nombre d'entreprises

Le nombre d'entreprises qui emploient des journalistes est très difficile à évaluer. Il y a plusieurs manières de les compter, qui posent toutes problème. On peut tout d'abord regarder du côté de la statistique publique. La nomenclature des activités françaises (NAF 2008) classe et compte les entreprises. La section « J » regroupe les activités de l'information et la communication (cf. tableau 3)[68].

Tableau 3 - La section J de la NAF

58. Édition	58.1. Édition de livres et périodiques et autres activités d'édition
	58.2. Édition de logiciels
59. Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	59.1. Activités cinématographiques, vidéo et de télévision
	59.2. Enregistrement sonore et édition musicale
60. Programmation et diffusion	60.1. Édition et diffusion de programmes radio
	60.2. Programmation de télévision et télédiffusion
61. Services de télécommunications	61.1. Services de télécommunication filaires
	61.2. Services de télécommunication sans fil
	61.3. Services de télécommunication par satellite
	61.9. Autres services de télécommunication
62. Programmation, conseil et autres activités informatiques	62.0. Programmation, conseil et autres activités informatiques
63. services d'information	63. 1. Traitement de données, hébergement et activités connexes (sur Internet)
	63.9. Autres services d'information

Cette nomenclature ne permet pas de dénombrer le nombre d'entreprises employant des journalistes. Elle mélange l'activité des journalistes avec celles des communicants. On peut

[68] Le détail se trouve sur le site de l'INSEE : [URL : http://www.insee.fr/fr/methodes/nomenclatures/naf2008/pdf/naf_rev2_2008.pdf], consulté le 2 septembre 2013, pp. 214-227.

prendre deux exemples pour illustrer cela. Du côté de la presse écrite, la classe 58.13.Z[69] « journaux imprimés » comprend « l'édition de journaux, y compris les journaux publicitaires, paraissant au moins quatre fois pas semaine ». Les producteurs de l'information qui travaillent pour des « journaux publicitaires » sont généralement comptabilisés comme communicants plutôt que journalistes professionnels[70]. Du côté des entreprises du secteur audiovisuel, le décompte est également délicat à effectuer. La classe 60.10.Z « édition et diffusion de programme radio » recouvre à la fois des entreprises éditrices, comme Radio France, mais aussi « les activités des réseaux de radiodiffusion, constituant et transmettant des grilles de programmes audio destinés à des stations affiliées ou à des abonnés, par les ondes, le câble ou le satellite », qui ne sont pas opérées par des entreprises employant des journalistes.

Si l'Observatoire des métiers de l'audiovisuel ne s'est pas prêté à l'exercice, l'Observatoire des métiers de la presse a pour sa part essayer de recenser les entreprises de presse en 2010, en recoupant la nomenclature des activités françaises avec les déclarations à la caisse de retraite culture, communication et médias Audiens[71]. Celui-ci en compte 2 129 (cf. tableau 4)

Tableau 4 - Les entreprises de presse écrite (2010)

Forme de presse	*Nombre d'entreprises*
Presse Magazine	817
Presse Spécialisée	623
Agences de Presse	366
Presse Quotidienne Régionale	123
Presse Quotidienne Nationale	35
Presse Hebdomadaire Nationale	25
Presse Hebdomadaire Régionale	126
Presse Gratuite	14
	2 129

Cependant, la caisse de retraite Audiens ne gère pas que des journalistes qui sont professionnels (*supra*). Le caractère « déclaratif » constitue un biais important que l'on peut supposer surévaluer le nombre d'entreprises (les journalistes qui font de la communication se déclarent parfois comme journaliste malgré tout par exemple). Une troisième manière de

[69] Il y a cinq niveaux : J (information et communication) ; 58 (édition) ; 58.1 (de livres et périodiques) ; 58.13 (de journaux) ; 58.13.Z (de journaux imprimés).

[70] On reviendra sur cette distinction opérée par les acteurs en charge de délivrer la carte de presse au Chapitre 2.

[71] [En ligne] [URL : http://www.metiers-presse.org/?uid=21], consulté le 1er septembre 2013.

compter les entreprises de presse (après la NAF et les déclarations Audiens) consiste à regarder le nombre de celles qui sont reconnues par la Commission paritaire des publications et agence de presse (CPPAP), chargée de dire quels journaux, écrits périodiques, agences de presse et services de presse en ligne sont éligibles aux aides d'État[72]. Cependant, la manière des les compter pose ici encore problème puisqu'une entreprise peut éditer plusieurs publications (les groupes de presse éditent plusieurs titres). Le nombre de publications inscrites sur les registres de la CPPAP était de 9 484 au 31 décembre 2012[73]. Cela dépasse largement le nombre d'entreprises comptabilisés par l'Observatoire. Le décompte des « services de presse en ligne » présente le même défaut. Parmi les cent neuf bénéficiaires du fond d'aide au développement en 2012[74], une grande partie est liée à un titre et ne constitue pas une entreprise indépendante (*pur player*). Ce décompte n'est pas effectué pour le secteur audiovisuel.

Pour pallier ces limites, C. Leteinturier (2013) a entrepris, à partir du fichier de gestion des cartes que la CCIJP a mis à sa disposition, de répertorier les « rédactions » dans lesquelles exercent des journalistes. Elle en comptabilise 3 614 qu'elle ventile par forme de presse (cf. tableau 5). Ce chiffre rapproche du nombre d'entreprises sans lui correspondre (il peut y avoir plusieurs rédactions pour les différents titres qu'édite une même entreprise).

Tableau 5 - Nombre de rédactions par type de support

Forme de presse	*Nombre de rédactions*
Papier	2 481
Web	426
Radio	253
Agences	216
TV	212
Autres	26
	3 614

Le nombre d'entreprises qui emploie des journalistes est donc inconnu. Pour la suite et faute de mieux, on utilisera le chiffre des 3 614 rédactions.

[72] Les listes sont disponibles en ligne. Pour les agence de presse : [URL : http://www.cppap.fr/IMG/pdf/Liste_CPPAP_-_Agences_presse_inscrites_-_juin_2013-2.pdf], consulté le 2 septembre 2013 ;

[73] Rapport en ligne [URL : http://www.cppap.fr/IMG/pdf/CPPAP_Bilan_PUBLICATIONS_2012_Site.pdf], consulté le 2 septembre 2013, p.5.

[74] Liste dans l'annexe 1 du rapport n° 252 de l'Assemblée nationale, [En ligne], [URL : http://www.assemblee-nationale.fr/14/budget/plf2013/a0252-tvi.asp], consulté le 1er septembre 2013.

3.2.2. La presse écrite dans tous ses états

Les 2 697 rédactions de presse écrite (papier et agence) constituent le premier secteur d'activité des journalistes (cf. tableau 5) et emploient 67,2 % d'entre eux en 2011[75]. On y trouve des journalistes travaillant dans quatre « galaxies » : la presse quotidienne nationale, régionale, la presse magazine et l'agence. La première « galaxie » d'E. Neveu est celle de la presse magazine et spécialisée. Elle emploie 14 039 journalistes en 2011, soit près de 30 % des titulaires de la carte de presse[76]. Cette forme de presse est très développée en France, premier pays lecteur de magazines du monde, avec plus de 2 500 titres. Ce secteur est assez loin de la représentation classique du journalisme comme quatrième pouvoir et en constitue pour J.-M. Charon « la descendance illégitime » (1993, p. 113). Il ne s'adresse pas au citoyen mais à une composante identitaire (passionné de football, de jeux vidéo…). Le travail du journaliste est davantage cadré autour de logiques marketing (tel que l'aspect visuel) et ses contenus sont relativement déconnectés de l'actualité événementielle.

À l'opposé, le journalisme national d'information générale (quotidienne ou hebdomadaire) s'institue comme le foyer initial de la pratique journalistique et porte ses valeurs professionnelles. Parmi ces journalistes de presse nationale, existent des écarts de prestige social et de rémunération forts, entre les rubriques nobles (service politique, économique, étranger) et les rubriques spécialisées (sport, mode), comme le soulignait déjà l'étude classique de J. Tunstall (1971, sur les journalistes londoniens). La presse quotidienne nationale conserve un magistère moral : c'est l'« ancêtre de référence » (Charon, 1993, p. 55), bien qu'elle subisse une crise de légitimité et un recul de ses effectifs (environ 11 % des journalistes)[77] : « *J'aime bien les gens qui ne parlent que du* Monde*, car vous verrez à la CCIJP, si vous regardez les dossiers, que* Le Monde *ce n'est pas la majorité !* », explique ainsi un commissaire employeur de la CCIJP (entretien).

Entre ces deux sous-catégories, la presse quotidienne régionale et locale (quotidienne ou hebdomadaire), « cousin de province » de la presse nationale (Charon, 1993, p. 93) est le deuxième employeur de journalistes français (21 % des effectifs)[78]. Un rapport de proximité est entretenu avec les sources, comme avec les lecteurs en valorisant un « nous territorialisé » (Neveu, 2004, p. 30). Ainsi, avec une diffusion à plus de 700 000 exemplaires, *Ouest France*

[75] Observatoire des métiers, 2012, p. 15.
[76] *Op. cit.*, p. 17. On donne des ordres de grandeur et non des chiffres précis, dans la mesure où les statistiques fournies par la CCIJP sont lacunaires : elles présentent près de 5% de non réponse.
[77] *Ibid.*
[78] *Ibid.*

est le quotidien le plus diffusé en France : « *Le secret de* Ouest Franc, […] *c'est être en adéquation avec le milieu socioculturel des départements qu'il couvre* », explique un de ses journalistes (entretien).

Enfin, la cinquième « galaxie » définie par E. Neveu (2004, p. 34) est celle des agenciers. Ses effectifs sont à peu près stables, autour de 7 %. C'est la plus méconnue du public. C'est par leur travail (le « fil » des grandes des agences, Lagneau, 2010) que se diffuse l'information. Les agences de presse (Agence France-Presse, Associated Press, Reuters, Agence Vu, Magnum Photos, etc.) sont structurantes dans le processus de production de l'information depuis la fin du XIXème siècle (Palmer, 1983). À côté de la presse écrite, se développe une presse parlée et filmée.

3.2.3. Audiovisuel et presse en ligne : de nouvelles façons de faire de l'information

Le secteur audiovisuel est dépeint par J.-M. Charon (1993, p. 74) comme « le fils prodigue » de la presse écrite générale. Ses effectifs ont explosé suite à la multiplication des rédactions radio et télévision (465 rédactions audiovisuelles en 2011 : cf. tableau 5). Le secteur audiovisuel voit sa part augmenter dans les effectifs des journalistes : la télévision passe de 11,7 % en 2000 à 15,6 % en 2011 et la radio de 8,6 % en 2000 à 9,5 % en 2011[79]. La progression est notamment liée à la création de nouvelles chaînes et radios thématiques. La production audiovisuelle est également un secteur qui s'est développé. Le secteur audiovisuel est le secteur le plus jeune (36 ans pour la production audiovisuelle et 40 ans pour la radio et la télévision) et le plus précaire (seulement entre 22 et 27 % de journalistes permanents).

Enfin, aux quatre « univers » de J.-M. Charon et aux cinq « galaxies » d'E. Neveu, on ajoute une sixième « planète » : la presse écrite d'information en ligne. Les travaux sociologiques les plus récents portent une attention forte à la « sociologie des médias numériques »[80] et notamment Internet, média hétérogène qui pluralise les espaces publics antérieurs. La publication récente de plusieurs numéros de la revue *Réseaux* centrés sur ces questions en témoigne : « Actualités et citoyennetés à l'ère numérique » (2011/6), « Presse en ligne » (2010/2-3), « Web 2.0 » (2009/2) etc. Ces questions font écho à des réflexions autour du « journalisme Web » qui interrogent la manière dont ce nouveau support modifie le travail des journalistes (Charon, 2010). Dans les statistiques sur les secteurs d'activité, les effectifs de la presse écrite d'information en ligne sont additionnés à ceux de la presse écrite papier.

[79] Observatoire des métiers, 2009, p. 8.
[80] Développée par J. Jouët dans LETEINTURIER C., LE CHAMPION R, 2009, p. 104-121.

C'est en regardant les données sur les journalistes encartés par type de support que l'on peut conclure à une lente progression du support numérique. Les journalistes travaillant uniquement sur Internet représentent 3,2 % des effectifs auxquels on peut ajouter une partie des 8,3 % de journalistes travaillant sur du multi-support (très souvent presse papier et presse Internet)[81]. Le « journalisme Internet » attire les jeunes journalistes : 10,2 % des entrants dans la profession travaillent sur ce support (*op. cit* , p .21). À titre d'exemple, si l'on compare les rédactions papier et Web du *Monde*, on note que la rédaction Web est bien plus jeune que la rédaction papier. Au départ, les éditeurs de presse en ligne ont transcrit leur modèle d'affaire papier sur le net avec une partie payante (archives, abonnements…). Cette tactique s'est soldée par un échec. En 2007, le *New York Times* rend gratuit l'accès à son service « Times Select » jusqu'alors réservé aux abonnés. Face à la crise de la presse papier, les journalistes Web tentent de se positionner comme un modèle d'avenir. Suite aux nouveautés introduites par « le journal parlé » (audiovisuel), la profession s'interroge sur l'existence et les caractéristiques d'un « journalisme Web ». Cette diversité des pratiques interroge la multitude des journalismes.

3.3. Un ou des journalismes ?

Si la catégorie de journaliste professionnel salarié définit un groupe aux limites claires (les titulaires de la carte de presse), cette unité apparente éclate-t-elle devant la diversité des pratiques ?

3.3.1. Des « types » de journalisme

La question de l'existence d'un ou plusieurs « types » de journalistes est centrale dans le processus de construction d'une catégorie. Le 29 septembre 2011, s'est tenue la deuxième Conférence nationale des métiers du journalisme (CNMJ), qui proposait l'instauration d'un passeport professionnel et d'un référentiel commun pour l'ensemble des journalistes encartés. L'emploi du pluriel (*des* métiers) a été vivement critiqué par un ancien premier secrétaire du SNJ. Prenant la parole devant une assemblée de journalistes (environ cent personnes réunies dans un amphithéâtre, au Grand Palais, à Paris), il dénonce « *un pluriel dangereux* » tandis que les quatorze cursus reconnus par la profession « *forment au journalisme au singulier* ». D'après lui, il y a « une *profession*, un *métier*, des *fonctions* ». Il met en garde les participants : « *Ne coupez pas notre profession en morceaux ! Il n'y a qu'une seule carte*

[81] Observatoire des métiers, 2012, p. 20.

professionnelle ». Le président de la CNMJ (ancien président d'école et médiateur) conclue ainsi : « *Il y a une profession mais plusieurs façons de l'exercer* » (propos reconstitués suite à l'observation de l'interaction). Cet échange montre la difficulté à penser l'unité des journalistes au-delà de leur diversité (de profils, des façons d'envisager leur métier, du rapport à l'intérêt général, des domaines d'activités, etc.). Cette profession n'est pas une unité homogène, une « communauté à degrés variables » comme la définiraient les fonctionnalistes (Goode, 1957). La profession de journaliste est plutôt une agrégation de segments, à la manière de Buncher et Strauss (1961). Selon E. Neveu (2004), le champ journalistique est un univers structuré par des oppositions à la fois objectives et subjectives, avec des réseaux de stratégies et de luttes. Comme le rappelle ce commissaire de la CCIJP : « *Les journalistes se sentent appartenir à une communauté de métier, même si à y regarder de près, cette communauté elle est très diverse* » (entretien).

La variabilité des formes d'exercice de l'activité journalistique et des profils des journalistes (différences sociales) renvoie à l'existence d'une pluralité de « figures » de journalistes (différences de représentation). Elles mêlent des dimensions pratiques et symboliques qui tendent à conclure à une diversité du journalisme. Dans un dossier sur ces « figures » qui en opposent deux, M. Mathien, N. Pélissier et R. Rieffel (2001) expliquent ainsi que « plus que jamais, le journalisme se conjugue au pluriel » (*op. cit.*, p. 50). La première, la figure « traditionnelle », est marquée selon les auteurs par une conception essentiellement politique du métier, issue de la presse quotidienne nationale, dans laquelle le journalisme est un service d'« intérêt général » (au service de la démocratie). C'est à cette conception du journalisme que s'attachent les syndicats de journalistes puis les sociétés de journalistes. Face à un relatif épuisement du « triptyque : professionnalisation, technicisation, marchandisation » (*op. cit.*, p. 51), apparaît la seconde figure, plus « contemporaine ». Elle est déterminée par des impératifs technologiques et marchands. L'un des archétypes est « le journaliste mobile et polyvalent » décrit par R. Rieffel (2001). Les impératifs commerciaux exercent une pression croissante sur le travail des journalistes et ont donné naissance à « un journalisme de marché » (*op. cit.*, p. 153) ou « de communication » (*op. cit.*, p. 154). La mobilité est géographique, thématique et fonctionnelle (*op. cit.*, p. 160). Ce nouveau journaliste est capable de s'adapter plus vite aux contraintes du marché. L'apparition de la catégorie « multi-supports » dans l'enquête de l'Observatoire des métiers de la presse sur les encartés 2011 (2012) est le signe de la croissance de la polyvalence des journalistes (*supra*). Cependant, l'apparition d'un « journalisme de communication » pointée par J. Charon et J. de

Bonville (1996), qui constitue selon eux un changement de paradigme après un « journalisme d'information », a été nuancée. En effet, c'est sans compter sur « le discours traditionnel sur les fonctions du journalisme [qui] fait partie de la culture » selon M. Mathien (1992, p. 121). Les journalistes tentent de résister à ces évolutions, liées à l'accroissement des contraintes économiques sur la production médiatique, tandis que l'information conserve son « capital symbolique » (*op. cit.,* pp. 126-128).

3.3.2. Compter les journalistes (professionnels et non professionnels)

Face à cette diversité, certains sociologues considèrent que la carte de presse n'est plus un indicateur pertinent pour délimiter le groupe des journalistes. Pour décrire *les* journalistes, G. Bastin (2011) propose ainsi de ne pas restreindre le groupe des journalistes à la certification professionnelle (carte de presse) qu'il juge inefficace à saisir la population journalistique dans son ensemble. Il s'appuie sur les déclarations des salariés sur le réseau professionnel *LinkedIn*, qui constitue selon lui une meilleure indication (l'étiquetage au quotidien de l'activité) pour construire le groupe professionnel. Pour compter ces « catégories invisibles ou absentes », les chiffres de la CCIJP peuvent être complétés par ceux fournis par Audiens[82], l'INSEE ou Pôle Emploi, comme dans les travaux de C. Frisque et E. Saïtta (2011, p. 29). Le recensement de la population de 2007 dénombre 48 324 journalistes (pour 37 738 cartes de presse) et soulève les problèmes liés au déclaratif : une personne peut privilégier sa « ressource identitaire » de « journaliste » sans répondre à sa définition formelle (Burnod, Chenu, 2003, p.119). Pour sortir de la logique institutionnelle de la carte de presse, J.-L. Renoux (2011, pp. 62 ; 129-30) a pour sa part mis au point une méthode pour compter le nombre d'emplois effectifs de journaliste (et pas seulement encartés), à partir des bilans sociaux qui présentent les « équivalents temps plein » (ETP). Bien que l'on prenne en compte les limites des statistiques de la CCIJP, on ne cherche pas dans ce travail à compter les journalistes non titulaires de la carte de presse mais à comprendre comment la carte permet de dresser une frontière (poreuse) entre deux groupes : les journalistes professionnels et les non professionnels. La ligne de fracture se modifie selon les décisions de la CCIJP. Comme le rappelle J.-M. Charon (1993, p. 30) : les chiffres délivrés par la CCIJP « ne mesurent pas le nombre de nouveaux journalistes mais simplement l'évolution du nombre de cartes délivrées ou renouvelées, compte tenu des entrants acceptés par la Commission, des partants, disparus

[82] Chargé de la protection sociale pour l'audiovisuel, la communication, la presse et le spectacle.

ou changeant de métier, et aussi de ceux qui, bien qu'exerçant de fait la profession ne remplissent pas les conditions exigées par la Commission. »

En définissant la population des journalistes professionnels, salariés, encartés, un certain nombre de profils proches sont exclus, sans que la question de la diversité des pratiques ne soit réglée. La carte de presse dépasse les individualités en les mettant en équivalence dans le groupe des journalistes professionnels encartés. L'unité du groupe se trouve derrière cette apparente hétérogénéité qui dresse un état institué de la profession.

Section 4 : La carte de presse comme symbole visible d'une catégorie de salariés

La Commission de la carte d'identité de journaliste professionnel (CCIJP) est chargée de définir au nom de l'État qui est journaliste professionnel, par la délivrance de la carte d'identité professionnelle, son renouvellement ou son annulation. En cas de rejet, le journaliste peut faire appel devant la Commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels (CSCIJP)[83], puis faire un recours devant la juridiction administrative (Conseil d'État ou tribunal administratif de Paris)[84]. Ce ne sont pas les modalités concrètes de délivrance de la carte[85] qui sont interrogées ici, mais la manière dont la carte rassemble les membres du groupe. La carte de presse permet-elle (comme le voulaient les fondateurs du statut) la constitution effective d'une catégorie professionnelle de journalistes salariés (pour soi et pas seulement en soi) ? À la suite de la nouvelle sociologie de la profession défendue par F. Champy (2009), on propose de penser ensemble unité et diversité en étant attentif aux identités communes qui se cachent derrière la diversité des pratiques. L'homogénéité ne se fait pas seulement autour de valeurs communes mais autour d'institutions qui structurent la catégorie. En ce sens, la carte de presse permet un rassemblement symbolique des journalistes.

[83] Article R. 7111-29 du Code du travail.
[84] Le recours devant la juridiction administrative s'est fait devant le Conseil d'État jusqu'au décret 2010-64, entré en vigueur au 1er avril 2010, qui recentre les compétences en premier et dernier ressort du Conseil d'État.
[85] Elles feront l'objet du Chapitre 2.

4.1. Une obligation légale ?

La première question qu'il convient de poser est celle de la corrélation entre journalisme et carte de presse : peut-on exercer le journalisme sans carte ?

4.1.1. Carte de presse et convention collective

La convention collective reprend la définition du journaliste du Code du travail. Son article 6 stipule que :

> « Aucune entreprise visée par la […] convention ne pourra employer pendant plus de trois mois des journalistes professionnels et assimilés qui ne seraient titulaires de la carte professionnelle de l'année en cours, ou pour lesquels cette carte n'aurait pas été demandée. »

L'entreprise de presse ne peut donc pas, en théorie, employer un salarié comme journaliste professionnel s'il ne dispose pas de la carte d'identité des journalistes professionnels. Les conventions collectives étant opposables, un employeur peut-il licencier un journaliste au motif qu'il n'est pas titulaire de la carte de presse, en invoquant cet article ? La Déclaration de l'Homme et du Citoyen et la loi de 1881 sur la liberté de la presse empêchent l'instauration d'un « exercice illégal du journalisme » (pour les non titulaires de carte) : tout le monde est libre d'écrire dans les journaux (dans le respect de la loi) (da Lage, 2003). En effet, si l'on suit la « hiérarchie des normes », l'accord de branche est subordonné à la loi et ne peut y déroger que dans un sens plus favorable (Bevort, Jobert, 2011, p. 102). Ainsi, un employeur ne peut licencier un journaliste au motif qu'il n'est pas titulaire d'une carte de presse. Le caractère facultatif de la carte a été rappelé dans un jugement rendu en octobre 2011 par le tribunal correctionnel de Chambéry. Le jugement a donné raison à un journaliste, accusé d'être un manifestant, sous prétexte qu'il ne disposait pas d'une carte de presse au moment de la manifestation qu'il couvrait. Le tribunal établit que l'exercice du journalisme ne dépend pas de la possession d'une carte de presse.

4.1.2. Exercer sans carte

Il est donc possible d'exercer le journalisme sans carte de presse. Les hautes juridictions semblent partager cette analyse. En effet, la carte de presse est « recognitive » et non « attributive » de la qualité de journaliste professionnel. Un commissaire employeur de la CCIJP explique : « *Nous n'attribuons pas la qualité de journaliste, nous la certifions, nous la constatons* » (entretien). La détention de la carte n'est pas un préalable obligatoire à l'exercice de la profession. Depuis 2000, il a été mis en place une procédure en temps réel, par la voie

du référé devant le Conseil d'État, « justifiée par l'urgence »[86]. Cela permet au requérant de demander l'annulation des décisions de refus de délivrance de carte des commissions, devant le Conseil d'État (avant 2010) ou devant le tribunal administratif de Paris (depuis 2010). Parmi le corpus de décisions du Conseil d'État dans des affaires traitant de la carte de presse, il y a trois[87] cas de référé. À chaque fois, les requêtes sont rejetées. Un requérant soutient que :

> « Si l'absence de cette carte ne lui interdit pas de faire paraître son périodique, elle fait obstacle à ce qu'il puisse rendre compte de nombreux événements officiels auxquels il ne peut, faute de cette carte, assister. »

Le Conseil d'État considère en revanche que :

> « Si l'absence de la carte est de nature à rendre parfois difficile l'exercice de son métier, les obstacles ainsi créés n'apparaissent pas, en premier lieu, comme devant avoir pour effet l'impossibilité de publier le bulletin. »

Le Conseil d'État, par ce jugement, dissocie la possession d'une carte de presse de l'exercice de la profession de journaliste.

4.1.3. Des journalistes sans carte

Certaines personnes sont employées au sein de rédactions, en tant que journalistes professionnels (bénéficiant de la convention collective), alors qu'ils ne sont pas titulaires de la carte. C'est ce qu'explique un commissaire à la CCIJP :

> « *CD : Mais je croyais qu'on ne pouvait pas être journaliste plus de trois mois sans la carte (dans la loi) ?*
>
> C : Oui c'est dans la convention collective, vous connaissez bien vos textes, mais ce n'est pas respecté. Donc vous voyez si le syndicalisme recule il y a une explication, même la carte de presse les gens n'en veulent pas parce qu'ils sont allergiques à avoir une carte. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)
>
> Il interrompt alors l'entretien pour me faire visiter la Commission. On arrive dans une salle de travail où sont installés plusieurs commissaires qui travaillent sur leurs dossiers (il y a une session plénière l'après-midi). Il explique aux membres de la Commission présents que je suis étonnée que certaines personnes ne demandent pas la carte de presse et il leur demande s'ils en connaissent. Ils hochent la tête. Tout le monde en connaît. Ce sont en général des gens qui ne veulent pas être « encartés ». Certains n'en ont pas besoin dans l'exercice quotidien de leur

[86] Article L.521-2 du Code de justice administrative.

[87] Arrêts n° 251803 du 5 avril 2002 ; n° 271140 du 10 septembre 2004 ; n° 272429 du 14 novembre 2005 ; n° 289761 du 10 février 2006. Dans deux cas, le requérant est la même personne, attaquant deux années de suite les décisions de refus de délivrance de la carte (pour 2004 et 2005).

activité. On peut bénéficier de la convention collective des journalistes sans être détenteur de la carte d'après une commissaire journaliste CGT. (Notes d'observation à la CCIJP, 2009.)

Les raisons évoquées pour expliquer la non demande de la carte sont nombreuses : « *Certains pensent qu'ils n'en ont pas besoin. Certains, par coquetterie, par esprit d'indépendance mal placé. Aussi par laisser-aller, on voit des jeunes journalistes qui traînent à demander la carte* » (entretien, commissaire CCIJP employeur).

Les journalistes qui exercent sans carte passent-ils à côté d'avantages statutaires que leur procurerait la carte de presse ?

4.2. Des avantages statutaires ?

Dans le contrat collectif de 1931 qui prévoyait d'instaurer une carte de presse, il est précisé que « la carte d'identité est nécessaire pour attester, devant toutes autorités, aussi bien que devant tout organisme international, la qualité de journaliste professionnel » (article 4). Cette disposition n'a pas été reprise dans le décret de 1936. Pour autant, les journalistes disposent-ils d'avantages s'ils sont titulaires d'une carte de presse ? Si elle n'est pas obligatoire, elle est pour autant le signe de l'inscription du travailleur dans le salariat et dans l'activité journalistique.

4.2.1. Carte de presse et statut administratif

La profession de journaliste peut s'exercer sans carte de presse. Inversement, le fait de détenir une carte de presse préjuge-t-il de la qualité de journaliste d'une personne ? Pour se prévaloir de la qualité de journaliste professionnel devant les hautes administrations, deux conditions sont nécessaires : être titulaire d'une carte *et* être énuméré aux articles L. 7111-3 et 4 et 7112-1. Les décisions contradictoires sur l'allocation pour frais d'emploi de 7 650 euros (qui est venue remplacer en 1999 un abattement fiscal de 30 % sur l'impôt sur le revenu des journalistes) sont exemplaires pour montrer ce que recouvre cette redondance de critère (voir aussi Bastin, 2012b). La jurisprudence du Conseil d'État ne considère pas que l'avantage fiscal doive bénéficier automatiquement aux titulaires de la carte de presse en précisant bien : « le fait [d'être] titulaire de la carte d'identité professionnelle de journaliste ne suffit pas à lui ouvrir droit à cet avantage »[88]. L'administration fiscale peut refuser cette allocation à un détenteur de la carte dans la mesure où sa définition du journaliste professionnel n'est pas la même que celle du Code du travail. Le journaliste doit *effectivement* exercer cette profession,

[88] Arrêt n° 88837 du 1er avril 1992.

ce qui exclut notamment les journalistes titulaires de la carte qui sont demandeurs d'emploi ou ceux qui bénéficient de la carte de journaliste honoraire.

> « Pour la petite histoire, il y a une aberration, vous pouvez peut être le raconter, il y a des gens qui ont la carte de presse à qui les impôts refusent l'allocation pour frais d'emploi. Et le comble c'est que toutes les agences ne sont pas d'accord entre elles donc, par exemple, si vous êtes maquettiste dans le 18ème vous allez payer plus d'impôt que si vous l'êtes dans le 11ème ! » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

Dans une affaire de 2002, un magistrat du Conseil d'État rappelle ainsi que le rôle de la carte de presse est seulement « *de permettre à son détenteur de bénéficier des mesures prises en faveur de la presse par les pouvoirs publics lors de cérémonies ou événements particuliers, de faciliter leur circulation ou leur accès à certains lieux* »[89]. Comme l'explique un ancien président journaliste de la CCIJP « *au quotidien, la carte est surtout un outil de travail pour le journaliste, en particulier celui qui va sur le terrain* »[90]. Détenir une carte de presse n'est donc pas juridiquement la marque de la qualité de journaliste d'une personne ce qui enlève une partie du poids des décisions des instances comme l'explique un magistrat de la commission d'appel au cours d'un entretien :

> « Je pense que c'est une erreur de la part des juridictions judiciaires, qui ont considéré que c'était le contrat, la situation de fait, qui devait déterminer l'appréciation de la situation juridique de l'intéressé, qui, quand il va devant les prud'hommes, peut effectivement démontrer qu'il était journaliste alors qu'il n'avait pas la carte de presse. C'est un petit peu dommage, dans la mesure où ça affaiblit la portée juridique de la carte de presse. »

Cependant, si disposer d'une carte de presse ne confère pas des avantages statutaires de manière automatique, cela permet au journaliste « *de plus facilement se défendre car il est reconnu par ses pairs* » (entretien, commissaire journaliste CCIJP). En effet, la qualité de journaliste est plus facilement reconnue au moment du calcul de l'ancienneté pour les indemnités de départ, pour le calcul des droits d'auteur ou pour l'accès à la formation continue par exemple. Qu'en est-il du statut du journaliste dans l'entreprise ?

4.2.2. Carte de presse et statut dans l'entreprise

L'ordre de causalité est régulièrement inversé : ce n'est pas l'obtention de la carte de presse qui fait du travailleur un journaliste dans son entreprise : « la carte n'est pas la clé de l'accès à la profession, elle en est l'attestation. Ce n'est pas la carte qui fait le journaliste, elle

[89] Arrêt n° 219829 du 5 avril 2002.

[90] Entretien d'Eric Marquis : [En ligne]
[URL : http://www.journalisme.com/component/content/?view=article&id=195&Itemid=9], consulté le 26 septembre 2013.

constate un état » (Da Lage, 2003, pp. 25-26). L'un des commissaires employeurs va même jusqu'à dire : « *Ce n'est pas la carte qui fait le journaliste. C'est le journaliste qui fait la carte en quelque sorte* » (entretien). Ainsi, avoir la carte de presse n'oblige pas un employeur à qualifier l'emploi de « journaliste ». Un arrêt du Conseil d'État, datant de 1979, dissocie ainsi la carte de presse et l'accès à la convention collective.

> « Pour définir son champ d'application, la convention collective nationale des journalistes [ne se réfère pas] à la possession de la carte d'identité professionnelle. [La carte de presse] est destinée seulement à faciliter les rapports entre l'administration et le journaliste intéressé et n'a aucun effet sur la stipulation contractuelle de ce dernier à l'égard de son employeur. »[91]

L'employeur peut donc refuser le statut de journaliste à une personne qui a la carte de presse, comme dans cet exemple, donné par une ancienne commissaire journaliste à la CCIJP au cours d'un entretien : « *Parfois, la carte de presse est donnée, mais l'employeur ne reconnaît pas la qualification, donc il a une carte de presse mais ça ne lui sert à rien* […] *Par exemple, on a donné pendant des années la carte au directeur de France Culture et France Musique, à l'époque il n'était pas reconnu comme journaliste (par Radio France)* ». Cependant, le fait d'obtenir la carte de presse est un argument non négligeable que peut mettre en avant un salarié pour demander le statut de journaliste dans l'entreprise. C'est le cas notamment pour les correspondants locaux de presse, qui sont parfois des « journalistes déguisés » :

> « Les syndicats de journalistes considèrent que trop souvent les employeurs ont recours aux CLP [correspondants locaux de presse] à la place des journalistes, car ce ne sont pas des employés donc c'est plus intéressant alors que dans la réalité, beaucoup de CLP sont des journalistes déguisés. La Commission peut avoir un rôle car si elle délivre la carte à quelqu'un qui était considéré comme CLP, c'est le considérer comme un journaliste et donc peser dans la balance dans la bataille qu'il peut avoir avec son employeur. Après, le risque c'est que l'employeur dise qu'il ne veut pas d'un journaliste en plus et il n'est pas obligé d'avoir recours à ses services. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

Ainsi, la carte de presse n'est pas juridiquement la marque de la qualité de journaliste. Permet-elle, cependant, d'accéder à des rétributions symboliques par la constitution d'une classe pour soi ?

[91] Arrêts n° 11407 et n° 13125 du 12 octobre 1979.

4.3. Carte d'identité et identité pour soi

La carte de presse permet de cristalliser une catégorie juridique autour d'une marque commune et agit comme un symbole de reconnaissance structurant le groupe professionnel des journalistes.

4.3.1. Les frontières de la profession

Le travail des instances est d'appliquer la loi qui définit le journaliste professionnel. À partir des décisions de justice, elles sont amenées à définir qui est journaliste professionnel et qui ne l'est pas. La mise en œuvre de dispositions législatives et réglementaires a permis la constitution d'un territoire du journalisme. Bien que ces frontières soient floues et mouvantes, la délivrance de la carte de presse permet de définir qui est « dedans » et qui est « dehors », comme l'explique des commissaires de la CCIJP : « *Par ses décisions sur les cas limites, la Commission définit les frontières de la profession* » (entretien, commissaire journaliste). Dans ses travaux sur la carte de presse, D. Ruellan (1997, 2007) emprunte les concepts de *frontière* et de *territoire* à la géographie humaine, qui étudie la structuration de l'espace social et les logiques de différenciations internes et externes. Dans le prolongement des travaux de L. Boltanski sur les cadres (1982), il montre que les frontières ne sont pas naturelles et que c'est leur indéfinition et leur imprécision qui garantissent la pérennité du groupe. L'idée qu'il développe est que l'imprécision de la définition du journaliste professionnel est à la fois voulue et construite. Le flou de la définition est constitutif, car cela offre une « capacité d'amalgames et de renouvellement permanent » (2007, p. 200), et productif car cela permet la production du groupe. La délivrance de la carte est ainsi un « instrument symbolique de définition d'une frontière imprécise » (*op. cit.*, p. 80).

La carte de presse permet de dissocier le journaliste professionnel des autres journalistes, qui ne cessent pas d'exister, mais qui sont renvoyés sur un autre « territoire » et constituent « le chiffre noir de la Commission » (Charon J.-M., 1993, p. 31). D. Ruellan propose de s'intéresser à la dimension ordinaire du journalisme c'est-à-dire non professionnalisée (2007, p. 213)[92]. Au contraire, ce travail se centre sur les journalistes professionnels détenteurs de la carte de presse qui constituent la catégorie salariée des journalistes professionnels et permet de saisir les nuances qui entourent ces dispositifs juridiques.

[92] Voir la troisième journée du réseau d'étude sur le journalisme consacré à cette question : L'ordinaire du journalisme, Paris, CELSA, Université Paris IV, 3 juillet 2009 [URL : http://reseau-etudes-journalisme.com/?page_id=38].

4.3.2. Un collectif de travail

Le fait de ne pas être titulaire d'une carte de presse n'empêche pas de se dire journaliste ou d'écrire dans des journaux. Pourtant, la carte instaure une frontière et permet la structuration symbolique d'une catégorie professionnelle. La carte d'identité professionnelle devient le signe de l'appartenance à une collectivité, comme l'explique O. da Lage (2003, p. 11) :

> « La carte est perçue par les journalistes comme la marque de l'appartenance à une communauté, une confraternité, avec ses règles et sa déontologie. Certes, d'un strict point de vue juridique, la carte d'identité de journaliste professionnel ne comporte rien de tel, et pourtant, en remontant à ses origines, on voit bien que c'est très précisément ce qu'ont voulu ceux qui l'ont porté sur des fonds baptismaux. »

En effet le rapport Brachard parle d'un « signe visible de reconnaissance [pour que] ces professionnels puissent se faire reconnaître et se reconnaissent entre eux » (*op. cit.*, p. 26). La carte d'identité des journalistes professionnels est ainsi le symbole autour duquel se forme la catégorie professionnelle. L'existence de « collectifs de salariés » suppose un langage et des règles en commun qui se retrouvent dans la constitution d'instances de représentation du personnel spécifiques à cette catégorie. La création de syndicats de journalistes, de sociétés de journalistes et d'associations de journalistes attestent de l'existence de cette catégorie professionnelle, qui se regroupe pour la défense d'une identité professionnelle, dans des structures collectives catégorielles. Ces collectifs apparaissent d'autant plus clairement, au niveau de l'entreprise, dans des moments de restructuration dans lesquels les membres du collectif se mobilisent collectivement, par l'intermédiaire des instances de représentation du personnel (Boisard, 2012, p. 9).

La carte de presse, comme attribut symbolique, permet de cristalliser la catégorie de journaliste professionnel salarié au-delà de la diversité des pratiques inhérente à toute profession.

Conclusion

La socio-histoire de la construction d'une activité de travail de journaliste permet de reconstituer la genèse, le développement, la cristallisation et les caractéristiques d'une catégorie professionnelle spécifique : celle de journaliste professionnel salarié encarté. Le

journalisme se professionnalise progressivement à partir du milieu du XIXème siècle avec l'apparition d'une presse de masse qui se diffuse. Si la jurisprudence reconnaît son caractère « salarié » dès le début du XXème siècle, le statut n'est officiellement transposé dans le Code du travail qu'en 1935. On s'est attaché à décrire le journaliste en tant que salarié, dans son double rapport de subordination à l'employeur et de membre d'un collectif. Le journalisme est une profession parmi les « professions à pratique prudentielle » qui bénéficient d'une protection et d'une autonomie (Champy, 2009, pp. 189-190). Loin d'être antinomique, la subordination salariale apparaît comme garante de l'autonomie. Un groupe professionnel cohérent s'est historiquement et socialement construit et réuni dans un collectif de travail journalistique encarté.

Le groupe professionnel s'est diversifié (pigistes, journalistes audiovisuels puis sur Internet) et se présente comme « éclaté ». L'unité est cependant préservée derrière ce statut commun, symbolisé par la carte de presse. En partant de la notion de profession, la sociologie des journalistes a pointé l'hétérogénéité du groupe professionnel. Au contraire, en l'envisageant sous le prisme de la catégorie professionnelle, on observe l'existence d'une homogénéité juridique autour de cette carte qui est la base de l'intérêt collectif et de la négociation collective. Le groupe est défini en acte par la délivrance de la carte d'identité de journaliste professionnel. Étudier le travail concret des instances chargées de la délivrer permet de comprendre comment se construisent les frontières de cette catégorie professionnelle.

Chapitre 2. Le travail juridique de définition de la catégorie de journaliste : la carte d'identité des journalistes professionnels.

Une catégorie professionnelle symbolisée par la carte de presse

Il existe une pluralité de manières de définir et de compter les journalistes : déclaration de l'individu (sur les réseaux sociaux, Bastin, 2011, à la statistique publique ou aux caisses complémentaires, Saïtta et Frisque, 2011), dénombrement dans l'entreprise (Renoux, 2011), décompte des titulaires de la convention collective de branche ou encore bénéficiaires de l'abattement fiscal accordé par l'administration, etc. L'analyse porte ici sur le groupe institué des « journalistes professionnels » reconnus comme tels par leurs pairs, et à ce titre, titulaires d'une carte de presse. Les 37 012 journalistes professionnels détenteurs de la carte de presse en 2012 sont « éclatés » entre différents « univers » (Charon J.-M., 1993), « sous-champs » (Marchetti, 2002) ou « galaxies » (Neveu, 2004) et adoptent des pratique diverses. La catégorie professionnelle de journaliste s'est construite et instituée autour d'un statut professionnel défini par le Code du travail qui crée des instances chargées de dire qui appartient à cette catégorie. Derrière la diversité des pratiques, l'unité des journalistes professionnels se fait par la délivrance de la carte de presse, symbole de l'appartenance à un groupe pour soi[1].

Dans son ethnographie du Conseil d'État, B. Latour explique que la qualification de journaliste ne se fait qu'en référence aux dispositions du Code du travail, selon le schéma « A est un B *au sens* de l'article C » et qu'elle n'apprend rien sur « l'essence du cas d'espèce » (2002, p. 244). L'application de la loi permet en fait de déterminer qui appartient ou non au groupe des journalistes professionnels et peut se qualifier comme tel. La loi de 1935[2] énonce ainsi que « pourront seules se prévaloir de la *qualité* de journaliste […] les personnes énumérées à l'article 29b[3] *et* titulaires d'une carte d'identité professionnelle » (article 29j). La délivrance de la carte de presse permet de délimiter la catégorie instituée de journaliste professionnel et un étiquetage symbolique des membres de ce groupe professionnel. Après avoir étudié la sociographie de ces membres, on doit analyser la manière dont les acteurs

[1] C'est ce qui a été montré dans la dernière section du chapitre 1.

[2] Loi Brachard du 29 mars 1935, voir Chapitre 1 : 2.1.3.

[3] Qui correspond aujourd'hui à l'article L. 7111-3 du Code du travail : « Est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources ».

définissent, par la délivrance de la carte de presse (processus de définition, registres d'argumentation et contours de la définition), la catégorie de journaliste professionnel salarié.

Une application non mécanique de la loi

Les instances chargées de délivrer la carte de presse prennent en compte cinq critères pour l'attribuer : l'activité principale ; la subordination juridique (liée au salariat) ; les incompatibilités ; l'entreprise ; et enfin l'activité journalistique (Ruellan, 2005). Les quatre premiers critères définissent la frontière entre la catégorie *professionnelle de journaliste* et le *journalisme exercé de manière non professionnelle* (amateur, bénévole, occasionnel), en excluant des personnes qui ont une activité journalistique sans qu'elle soit principale, régulière, rétribuée et pratiquée dans une entreprise de presse. Le dernier critère établit la frontière entre ce qui relève ou non du *journalisme* en définissant l'activité journalistique, c'est-à-dire « l'exercice de la profession » ou « le professionnalisme ».

L'évaluation de la qualité du demandeur, pour conclure à son appartenance (ou non) à la catégorie de journaliste professionnel, ne se fait pas de manière mécanique. Les acteurs chargés de délivrer la carte de presse peuvent appliquer la loi, dans leurs décisions, de manière plurielle. Les décisions ne dépendent pas seulement de considérations purement juridiques (Jeammaud, 1990, parle ainsi d'une « texture ouverte du droit »). Pour comprendre comment la règle de droit est concrètement appliquée, une approche « interactive » des activités juridiques est adoptée (Serverin, Lascoumes, 1988). L'analyse du « travail juridique » (Didry, 2002), qui est le processus d'application de la règle par les instances, permet d'interroger la manière dont le journaliste professionnel est défini dans les décisions. Elles sont l'occasion d'un dialogue sur les principes constitutifs de la catégorie de journaliste professionnel qui s'apparente à une « épreuve de vérité » (Weber, 1986) au cours de laquelle les acteurs explicitent son contenu. Ce travail permet de déconstruire cette catégorie, souvent envisagée comme un donné *a priori*, en montrant la manière dont elle est constituée en acte. Au cours de ces épreuves, la réalité sociale (et concrète) de la catégorie de journaliste se constitue par les décisions qui mobilisent une pluralité de critères d'évaluation. Il ne s'agit pas seulement d'analyser les frontières de la profession, déjà bien étudiées (Da Lage, 2003 ; Ruellan, 1995, 1997, 2005), mais d'interroger les fonctions sociales du droit : comment les acteurs du droit construisent et délimitent la catégorie de journaliste professionnel par la délivrance de la carte de presse ?

Méthodologie et corpus

La décision de délivrer ou non la carte de presse résulte d'une transaction entre des interprétations plurielles de la loi et permet de saisir les innovations dans les contours de la catégorie. L'observation du travail juridique des instances permet de cerner un ensemble de débats que suscitent ces décisions. La prise de décisions contradictoires aux différents niveaux reflète la confrontation d'une pluralité d'arguments pertinents. Les instances mettent en œuvre des conceptions multiples et croisées, dont la définition de la catégorie de journaliste professionnel est le fruit. Le travail concret des acteurs chargés de délivrer la carte est étudié à partir d'un travail de terrain aux trois niveaux de règlements : première instance (CCIJP), appel (CSCIJP) et juridiction administrative. Fonctionnant selon des modalités différentes, ces instances doivent faire l'objet d'études distinctes.

La première instance et l'instance d'appel sont des instances professionnelles dont le fonctionnement et les décisions ne sont pas publics. Le travail par entretien est donc le plus pertinent. J'ai mené des entretiens semi-directifs entre 2009 et 2012, avec huit commissaires (en activité ou anciens) à la CCIJP (deux femmes et six hommes, âgés entre 45 et 65 ans, en activité). J'ai rencontré six journalistes, des quatre syndicats qui ont été (et le sont encore pour trois d'entre eux) représentés à la Commission : SNJ, SNJ-CGT, USJ-CFDT, SJ-CFCT[4] ; ainsi que deux commissaires employeurs de deux branches (presse quotidienne départementale et agence de presse). Parmi ces enquêtés, deux ont été présidents de la CCIJP. Pour comprendre le fonctionnement de l'instance d'appel, la Commission supérieure de la carte d'identité de journaliste professionnel (CSCIJP), j'ai d'abord mené un entretien avec l'un de ses magistrats. Celui-ci m'a proposé d'assister à une séance de la Commission, un mardi après-midi en 2011. Au cours de cette séance, neuf dossiers ont été traités. Dans la plupart des cas, le jury m'a invitée à me retirer au moment des délibérations. Les décisions rendues sur ces neuf cas m'ont été communiquées. L'observation de séances plénières de la première instance m'ayant été refusée, j'ai complété mon corpus d'entretiens par la visite de la CCIJP[5] et l'étude de ses pratiques, regroupées dans un *vade-mecum* interne (édition de mai 2011, 29 pages). Enfin, la juridiction administrative a été étudiée à partir de la jurisprudence du Conseil d'État. La décision de la CSCIJP a été attaquée dans cinquante cas entre 1972[6] et

[4] La CFTC n'a plus de siège depuis 2009.

[5] Au sous-sol, 152 000 dossiers bleus sont classés de manière chronologique, depuis la carte n° 1 (délivrée à J. Alexandre en 1945).

[6] Avant cette date, les décisions ne sont pas répertoriées électroniquement.

2007[7] (répertoriés dans l'annexe 5). Parmi ces cinquante cas, quinze sont jugés « fondamentaux » et sont inscrits au Recueil Lebon[8]. Dans la mesure où les arrêts du Conseil d'État sont assez courts et reprennent systématiquement la même forme et les mêmes articles de loi, un traitement quantitatif ne m'a pas paru opportun, lui préférant un traitement qualitatif. À ce corpus, s'ajoute une audience à laquelle j'ai assisté au tribunal administratif de Paris en 2011[9]. Le corpus est enrichi dans dix affaires des conclusions du rapporteur public[10]. La doctrine et les décisions judiciaires qui portent sur la carte de presse ne sont pas analysées, dans la mesure où c'est le processus de délivrance de la carte qui est étudié ici, or, la juridiction administrative est la seule juridiction compétence pour ce faire.

La démarche adoptée consiste à croiser les observations, entretiens et décisions afin de repérer les arguments avancés par les acteurs au moment de l'évaluation de la demande de carte de presse. L'analyse des « dires », mais aussi des « faire », des acteurs permet de mettre au jour une pluralité de critères d'évaluation au moment de l'application de la loi. Quatre principes généraux apparaissent par la classification des arguments avancés par les acteurs (reprenant de manière qualitative la forme d'un arbre de classification). Ces principes sont sous-tendus dans les arguments et recouvrent l'intégralité des arguments avancés (juridique, professionnel, déontologique et économique). Chaque argument renvoie à un ou plusieurs de ces principes. Les instances actualisent, par les décisions rendues en fonction de ces principes, ce qu'est le journaliste professionnel.

L'analyse du travail juridique des acteurs chargés de délivrer la carte de presse permet d'interroger la manière dont se constitue la catégorie de journaliste professionnel. Après avoir défini les acteurs du travail juridique (1), on exposera les quatre principes d'évaluation et leurs rhétoriques argumentatives (2) afin d'expliquer comment la procédure d'enquête d'indices (3), la définition du journaliste professionnel (4) et de l'activité journalistique (5) en sont empruntes.

[7] Recensement sur le site Internet Légifrance : http://www.legifrance.gouv.fr/.
[8] Qui diffuse les décisions importantes de la juridiction administrative.
[9] Audience du 25 novembre 2011 qui a donné lieu à l'arrêt n° 1011417/6-3 du 8 décembre 2011.
[10] Magistrat qui analyse le litige et propose une solution mais ne participe pas au délibéré (anciennement appelé « commissaire du gouvernement »).

Section 1. Le travail juridique des producteurs de normes

Le travail juridique est « l'activité régulière de production des normes » et de leur mise en œuvre qui conduit à des aménagements successifs d'un texte juridique (Didry, 2002, p. 15). Loin d'une conception mécanique de l'application de la règle, l'étude de ce travail juridique permet de mettre au jour la pluralité de normes contradictoires dans les décisions. La loi permet d'interroger la réalité sociale. Les instances chargées de l'application de la loi délimitant la catégorie juridique de journaliste professionnel sont ici étudiées. L'analyse porte sur les compositions, procédures et fonctionnements des trois instances (cf. tableau 6).

Tableau 6 - Les instances chargées de délivrer la carte de presse

	Niveau	*Composition*
Commission de la carte d'identité du journaliste professionnel (CCIJP)	Première instance	Paritarisme 8 représentants journalistes (et 8 suppléants) : SNJ (5), SNJ-CGT (2), USJ-CFDT (1). 8 représentants patronaux (et 8 suppléants) : presse écrite (6), audiovisuel public (1), agence de presse (1).
Commission supérieure de la carte d'identité du journaliste professionnel (CSCIJP)	Appel	Commission mixte 1 représentant journaliste (et 2 suppléants) : SNJ 1 représentant patronal (et 2 suppléants) 3 magistrats judiciaires (et 3 suppléants) : un conseiller à la Cour de cassation et deux magistrats de la Cour d'appel de Paris
Tribunal administratif de Paris, cour administrative d'appel de Paris, Conseil d'État	Justice administrative	Magistrature administrative

1.1. Un consensus professionnel dans la définition du journaliste professionnel

La commission de première instance, la CCIJP, est une commission paritaire en charge d'appliquer la loi qui définit le journaliste professionnel en délivrant la carte professionnelle à ceux qui entrent dans son champ d'application et en font la demande. Les représentants des journalistes et des employeurs concourent à définir concrètement ce qu'est un « journaliste professionnel ».

1.1.1. Fonctionnement de la CCIJP

La CCIJP regroupe des journalistes et des employeurs[11]. Depuis la dernière élection (juin 2012)[12], les journalistes sont représentés par cinq commissaires élus sur la liste du SNJ, deux du SNJ-CGT et un de l'USJ-CFDT. Les commissaires journalistes « bénéficient du temps nécessaire à l'exercice de leur mandat, dans une limite de quinze heures par mois » (article 3 de la convention collective). Les commissaires employeurs[13], qui ne bénéficient pas de décharge de travail, sont en général moins investis dans la préparation des dossiers, comme l'explique un commissaire journaliste au cours d'un entretien : « *Il y en a qui ne viennent que les jeudis après-midi [séance plénière], surtout chez les patrons, mais c'est un peu la plaie parce que le gros du boulot est fait en amont avec la préparation des dossiers. C'est moins valorisant que de siéger à 12 ou 14, de faire des envolées lyriques etc.* »

Les postes de président et de vice-président alternent entre les deux collèges (cf. encadré 2).

Encadré 2 - Portraits d'un président journaliste et d'un président employeur

Eric Marquis est journaliste. Il est élu comme commissaire sur la liste du SNJ en 1994 alors qu'il n'exerce le journalisme que depuis deux ans (minimum pour être élu). Diplômé de l'École supérieure de journalisme de Lille en 1991, il est actuellement secrétaire de rédaction à *l'Express* et membre du Syndicat national des journalistes. Après avoir fait ses armes avec les anciens, il devient tête de liste du SNJ et par conséquent assure la présidence de la Commission en 2007, 2009 et 2011. Claude Cordier, journaliste à Radio France et syndicaliste SNJ lui a succédé en 2013.

Richard Lavigne est employeur de presse. Il assume des fonctions de direction depuis 1987 et dirige actuellement *Centre Presse*. Il a été désigné par son syndicat professionnel, le Syndicat de la presse quotidienne départementale. Il est commissaire à la CCIJP depuis une quinzaine d'années. Il explique son engagement par son passé de journaliste : « *Je suis journaliste d'origine donc je m'intéresse à la carte* » (entretien). Il a été président de la CCIJP en 2008, 2010 et 2012.

Les commissaires bénéficient de l'appui en région de dix-neuf correspondants (et dix-neuf suppléants)[14]. Les correspondants régionaux sont saisis pour toute nouvelle demande hors Ile-de-France et émettent un avis à partir des éléments fournis par l'intéressé. Lors d'une

[11] L'organisation et les modalités de cette commission ont été décrites dans le Chapitre 1 : 2.2.3.

[12] Pour des précisions sur les rapports de force entre les différents syndicats depuis 2000, voir DUPUY C., 2012, « Les élections à la Commission de la carte », *Le Bulletin de l'APCP* n° 19, p. 2, [URL : http://apcp.unblog.fr/files/2010/11/bulletin-apcp-n19.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

[13] On rappelle qu'ils sont désignés par les organisations d'employeurs avec six commissaires en presse écrite, un au titre des agences de presse et un au titre de l'audiovisuel public.

[14] Ils sont élus en même temps que les commissaires journalistes.

première demande, deux commissaires (un de chaque collège) doivent valider le dossier pour que la carte soit attribuée. Pour un renouvellement ou une réintégration, l'avis favorable d'un seul commissaire est suffisant. En cas de refus d'un commissaire de mettre son « visa », le dossier passe en commission plénière.

1.1.2. Procédures et contentieux

L'ensemble des dossiers qui suscitent des réserves de la part d'un commissaire sont étudiés en commission plénière. Cela concerne environ quatre mille dossiers par an. Elle se réunit deux jeudis après-midi par mois et étudie entre trente et cinquante dossiers par séance. Les services administratifs préparent un résumé du cas, et le commissaire qui a suivi le dossier rapporte sur ce dernier. Ce sont régulièrement les mêmes questions qui sont posées, pour lesquelles les commissaires ont défini une ligne de conduite qui n'est pas systématiquement rediscutée. Dans le cas où il y a un désaccord, le président appelle au vote : « *Si on voit qu'il n'y pas de position consensuelle qui se dégage, on passe au vote* », explique un commissaire journaliste (entretien).

La CCIJP est un lieu où la discussion paritaire est menée sereinement. D'après les entretiens menés auprès de commissaires employeurs comme de commissaires journalistes de tous les syndicats, les votes ne se font pas « collège contre collège », à l'exception de certaines questions (le cas des correspondants locaux de presse notamment). Un commissaire journaliste en témoigne au cours d'un entretien : « *Sans vouloir présenter une vision trop angélique* […] *au bout d'un moment, on ne se rend même plus compte de qui est patron et qui est salarié.* » Cette apparente « sérénité » dans les relations professionnelles est liée à l'attachement partagé au statut et à la loi qui le régit. Un commissaire journaliste avance plusieurs explications au cours d'un entretien :

> « Les organisations du personnel essaient d'envoyer à la CCIJP des gens qui aiment bien discuter, pas des gens qui sont bornés et qui veulent 'se payer un patron'. Il y a un effet de sélection en amont. Et puis par ailleurs il faut bien dire que la façon dont on fonctionne (paritarisme, consensus, structure indépendante…), ça arrondit les angles. En plus il n'y a pas vraiment d'enjeux de pouvoir, contrairement à par exemple MediaFor[15] qui brasse des millions. Ici, nous, on n'a rien à gagner. On a un budget de deux millions d'euros annuels […] En commission on passe des moments plutôt agréables […] On se voit souvent, il y a un côté familial. »

[15] Organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) qui gère le financement de la formation professionnelle des salariés du secteur de la presse, fondu dans l'AFDAS (assurance formation des secteurs de la culture, de la communication et des loisirs) le 1er janvier 2012.

Les commissaires employeurs sont pour partie d'anciens journalistes. Le nombre de cartes de presse accordées n'est pas un enjeu de débat car la profession n'est pas soumise à un *numerus clausus*. Les dossiers sont étudiés « *à charge plutôt qu'à décharge* » (entretien, commissaire employeur). Les commissaires cherchent à accorder la carte de presse au demandeur s'il est suffisamment proche des limites fixées.

> « Là, plus qu'ailleurs, les représentants des employeurs ont une sensibilité professionnelle […] donc il n'y a pas du tout d'empoignade d'un côté de la table contre l'autre. Chacun fait avec son caractère, son parcours, sa conscience, et les syndicats de salariés peuvent être séparés, les syndicats d'employeurs peuvent être séparés, il n'y a pratiquement jamais, moi je n'en ai jamais connu en trois ans, un vote bloqué contre un autre, c'est bien, ça veut dire que ça fonctionne bien […] Quand on vote, on s'aperçoit que ça part dans tous les sens, chacun fait avec sa conscience, avec sa sensibilité. En général, partout ailleurs, quand on n'est pas sûr de soi, on regarde de son côté de la table qui vote quoi, et on vote avec, là, non, c'est vraiment chacun sa liberté. » (Entretien, commissaire employeur.)

Les syndicats de salariés avouent cependant essayer de se mettre d'accord autour d'une position commune. Entre 2006 et 2012, les trois commissaires SNJ-CGT ont par exemple voté systématiquement dans le même sens, à l'exception d'un cas concernant le rapport à l'actualité d'un journal religieux de prière. Il arrive en revanche aux commissaires SNJ de voter dans des sens divergents.

1.1.3. Établir une jurisprudence

En cas de désaccord ou de question nouvelle, un groupe de travail *ad hoc* est créé pour définir une ligne de conduite, principe qui est ajouté à la jurisprudence interne regroupée dans un *vade-mecum*. Les discussions se font en général branche par branche (audiovisuel, presse écrite etc.). Ce *vade-mecum* regroupe les usages de la Commission c'est-à-dire les manières dont la CCIJP interprète la loi : « *Le* vade-mecum *est un petit livre que nous actualisons en permanence* […] *Ce n'est pas un document officiel, c'est un document de travail pour les commissaires* » (entretien, commissaire employeur CCIJP). Le président de la CCIJP a opposé un refus à ma demande d'assister aux commissions plénières, arguant de la confidentialité des dossiers et du secret des délibérés. La consultation du *vade-mecum* qui recense les usages de la Commission permet de pallier ce manque.

En délivrant la carte de presse, les commissaires de la CCIJP incluent de nouveaux profils dans la catégorie. La CCIJP forge une « doctrine » qui permet l'émergence de « la conception réelle du journalisme » (Ruellan, 1997, p. 105). En 2008, 3 193 dossiers sont

passés en commission plénière (8 %)[16]. Le taux de refus de carte est évalué entre 1 et 2 % (Leteinturier, 2012). La faiblesse des refus s'explique par le fait que les usages de la Commission sont bien connus par les journalistes qui ne formulent donc pas de demande s'ils n'entrent pas dans la catégorie de « professionnel ». Un refus de la CCIJP peut être attaqué devant une commission supérieure.

1.2. L'arrivée des magistrats : discours professionnel, discours juridique

La Commission supérieure intègre des magistrats, qui doivent composer avec des professionnels dans une commission mixte. Cette commission se livre à une application moins stricte de la loi et casse une partie des décisions de la première instance.

1.2.1. Fonctionnement de la CSCIJP

En cas de refus de la CCIJP, le demandeur peut faire appel. Jusqu'en 1988, les recours contre des décisions de la CCIJP étaient envoyés au ministre du Travail, qui mandatait la CSCIJP pour trancher l'affaire (article 10 du décret de 1936). Depuis 1988, c'est le président de la Commission supérieure (cf. encadré 3) qui doit être saisi directement dans le mois suivant la notification de la décision de refus[17]. Elle est composée de deux professionnels - un représentant employeur (et deux suppléants) et un représentant journaliste (et deux suppléants), respectivement désignés et élus simultanément et dans les mêmes conditions que les membres de la CCIJP[18] - et de trois magistrats judiciaires (un conseiller à la Cour de cassation et deux magistrats de la Cour d'appel de Paris), désignés par le premier président de la juridiction dont ils relèvent.

Encadré 3 - Qui préside la CSCIJP ?

Pierre Guerder est le magistrat qui a présidé la CSCIJP entre 2009 et 2012. Il est à la retraite, conseiller doyen honoraire de la Cour de cassation. Il a été choisi par le premier président de la Cour de cassation pour sa maîtrise du droit de la presse.

Les conditions de fonctionnement de la Commission supérieure ne sont pas définies dans le « règlement intérieur et droit disciplinaire » du Code du travail. Hébergée par la CCIJP qui assure son secrétariat, elle se réunit un mardi par mois et invite les demandeurs à se

[16] Sur les 41004 demandes, statistiques internes à la CCIJP.
[17] Articles R. 7111-29 et 30 du Code du travail.
[18] Articles R. 7111-32 et 33 du Code du travail.

présenter, ou à se faire représenter, pour contester les motifs de refus opposés en première instance. Les séances se déroulent toujours de la même manière :

> Le président présente l'affaire. Après avoir conclu, ou non, à la recevabilité de la demande et exposé le motif de rejet par la CCIJP, le président donne la parole aux personnes présentes, s'il y en a. Si le requérant est accompagné, le président statue sur l'intervention volontaire de la personne. Si la personne se fait représenter, le président statue sur la validité de la représentation. L'entretien peut durer jusqu'à trente minutes. Les membres de la Commission posent des questions. Dans les cas où la personne n'est pas représentée, on passe à l'affaire suivante. Les affaires sont mises en délibéré après deux ou trois cas [je n'y assiste pas]. Ce jour-là, sur les dix dossiers, deux seront renvoyés, six personnes sont présentes ou se sont faites représenter. La séance dure 3H30. (Notes d'observation, CSCIJP, 2011.)

La procédure est donc différente de celle adoptée en la première instance.

1.2.2. Procédures et contentieux

Entre 170 et 180 demandeurs par an font appel d'une décision de la CCIJP (Leteinturier, 2012). Suite au rattrapage du retard sur le stock de 2009, le nombre de dossiers traités en 2010 s'élève à 243 (cf. tableau 7 et annexe 6).

Tableau 7 - Décisions de la CSCIJP (14 décembre 2009 -13 décembre 2010)

<table>
<tr><td colspan="3">243 cas[19] (2010)</td></tr>
<tr><td>Confirme : 35 %</td><td colspan="2">Annule : 61,3 %</td><td>Irrecevables, désistements : 3,7 %</td></tr>
<tr><td></td><td>Infirme (désaccord) 50,6 %</td><td>Réforme (autres éléments) 10,7 %</td><td></td></tr>
</table>

Sur les 243 décisions rendues en 2010, la CSCIJP confirme la décision de première instance dans un tiers des cas (85 cas) et l'infirme (désaccord, 123 cas) ou la réforme (quand de nouveaux éléments permettent de statuer différemment, 26 cas) dans presque les deux tiers (149 cas). Il y a neuf cas de dossiers irrecevables ou de désistements[20]. Le nombre de recours n'a cessé de croître : ce nombre est en forte croissance depuis le milieu des années 1970. Entre 1973 et 1985, la Commission supérieure rendait en moyenne trente-trois décisions par an[21]. Cette augmentation des recours peut être expliquée par une inversion de la tendance. Alors que la CSCIJP délivre une carte de presse dans environ 42 % des cas dans les années

[19] Le nombre de cas est important en 2010 du au « rattrapage » du retard sur le stock de 2009. Le stock moyen s'établit plutôt autour de 170-180 dossiers par an selon C. Leteinturier (2012).

[20] Statistiques internes établies par la CSCIJP.

[21] D'après les rapports sur l'activité de la CSCIJP établis par ses présidents : rapport 1973-1980 ; 1979-1982 ; 1980 ; 1982-1983 ; 1985.

1980, plus de 61 % des journalistes sortent aujourd'hui victorieux d'un recours. Cette commission, qui comprend des magistrats, fait ainsi entrer davantage de profils dans la catégorie de journaliste professionnel.

Sur certains dossiers, « *il y a une position intangible de la Commission de première instance, et une position intangible de la Commission supérieure* » qui s'opposent d'après un magistrat de la CSCIJP et comme le montre bien l'étude de C. Leteinturier (2012) à partir des refus de carte de l'année 2010. Dès 1985, le président de la CSCIJP regrette que la CCIJP ne suive pas « *la jurisprudence constante* [de la CSCIJP] *et celle* [de la juridiction administrative] »[22]. C'est encore le cas aujourd'hui pour des affaires qui concernent certains magazines de société ou bien pour le statut d'auto-entrepreneur (*infra*). Dans ces cas, la CCIJP rejette systématiquement la demande tandis que la CSCIJP accorde au cas par cas la carte de presse. Sur le cas des auto-entrepreneurs, un commissaire employeur témoigne ainsi d'« *un bras de fer fantastique entre la CCIJP et la CSCIJP, pour être plus clair, entre la CCIJP unanime, des deux côtés de la table, unanime contre le président de la CSCIJP* » (entretien). Les commissaires de la CCIJP et les magistrats de la CSCIJP n'entretiennent pas de lien. Lorsque, au cours d'un entretien, un magistrat mentionne ses relations avec le président de la CCIJP, il explique : « *Ça nous est arrivé, mais ça n'arrive plus* » et éprouve des difficultés à retrouver son nom.

1.2.3. Des tensions internes

Au sein de la CSCIJP, le consensus n'est pas de mise. Des commissaires racontent « un esprit de corps chez les magistrats » qui transparait dans cet extrait d'entretien avec un magistrat de la CSCIJP :

> « Les journalistes notamment, mais aussi les employeurs, ont choisi de venir en nombre, et préfèrent venir avec un suppléant […]
>
> *CD : Pourquoi ils font ça ?*
>
> Il faudrait leur poser la question ! Je pense qu'ils se sentent plus forts quand ils sont en nombre que lorsqu'ils sont un contre… enfin en présence de trois magistrats.
>
> *CD : Vous alliez dire « contre »…*
>
> Non on n'est pas contre justement. On est seulement plus nombreux. Mais du moment où nous avons un collège… Ce n'est même pas un collège d'ailleurs, car nous avons trois magistrats, qui ne sont pas toujours du même avis. Les professionnels de presse, en revanche, ont tendance à se grouper en collège réunissant le titulaire et les suppléants […] À l'occasion de discussions récentes, il a été dit très clairement par les journalistes qu'ils s'estiment tenus de défendre les

[22] Rapport sur l'activité de la CSCIJP de 1980.

positions syndicales indépendamment de leurs convictions personnelles […] C'est une différence importante. Nous, on est là en tant que magistrats, *en dehors et au-dessus de la mêlée*. »

Un commissaire journaliste explique que « *les magistrats de la CSCIJP veulent faire autorité publique* ». En effet, pour les magistrats, la CSCIJP est une juridiction. Au cours d'une séance d'observation, le président explique ainsi à un avocat, venu représenter son père : « *Vous pouvez venir en robe* [d'avocat] *car je considère que c'est une juridiction* ». La formulation des décisions en atteste : elles sont rédigées par le président, sur un modèle assez proche des arrêts du Conseil d'État avec les formulations juridiques classiques : « Attendu que » ; « Ainsi jugé par » (modèle de décision reproduit en annexe 7).

Le statut de la CSCIJP est cependant ambigu. La nomination des trois magistrats est soumise à la signature de trois ministres : justice, travail et culture. Pourtant, aucun de ces trois ministères ne se reconnaît comme ministère de tutelle. La CSCIJP invite les personnes à défendre leur dossier, contrairement à l'usage de la CCIJP, dans le respect du « droit de la défense » :

> « Nous c'est tout à fait différent, c'est dans les textes du Code du travail que nous trouvons l'obligation de convoquer la personne qui fait un recours, avec des garanties de la défense. Il y a une procédure qui est complètement calquée sur les règles du procès équitable de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme. » (Entretien, magistrat de la CSCIJP.)

Ici encore, l'idée selon laquelle la CSCIJP est une instance juridictionnelle d'appel est défendue. Pourtant, la CSCIJP n'est pas une juridiction au même sens que la juridiction administrative devant laquelle le demandeur peut, en dernier lieu, se pourvoir.

1.3. La juridiction administrative

Enfin, les affaires peuvent être portées devant la juridiction administrative, composée uniquement de magistrats. Malgré le faible nombre de cas, la jurisprudence du Conseil d'État a une influence importante dans la définition du « journaliste professionnel ».

1.3.1. Fonctionnement de la juridiction administrative

En cas de confirmation du refus, il reste au demandeur la possibilité de saisir la juridiction administrative dans les deux mois suivant la notification de la CSCIJP. Le Conseil d'État était juge de premier et dernier ressort, par application des dispositions du 4° de l'article R. 311-1 du Code de justice administrative lui attribuant « les recours dirigés contre les décisions administratives des organismes collégiaux à compétence nationale » jusqu'en

avril 2010. Depuis le décret 2010-64 qui recentre ses compétences de premier et dernier ressort, les requêtes relatives à la carte d'identité de journaliste professionnel sont portées devant le tribunal administratif de Paris.

Entre 1972 et 2007, cinquante affaires de carte de presse ont donné lieu à un recours devant la juridiction administrative (exemple d'arrêt : annexe 8). Le nombre de cas par an est le suivant (cf. tableau 8) :

Tableau 8 - Nombre d'arrêts du Conseil d'État par décennie

Années 1970	4 cas en 8 ans : 0,5/an
Années 1980	6 cas en 10 ans : 0,6/an
Années 1990	13 cas en 10 ans : 1,3/an
Années 2000	25 cas en 8 ans : 3,1/an. Si on exclut l'année 2005 où il y a eu 14 cas similaires (chef opérateur son de France 3), on se rapproche des résultats des décennies précédentes avec : 11 cas en 7 ans : 1,6/an.

Dans la majorité des cas (quarante-cinq), c'est le journaliste qui attaque un refus de délivrance de carte. Dans les cinq cas restants, un journaliste (deux cas[23]) ou une personne extérieure (trois cas) attaque la décision de délivrance de la carte. Parmi ces personnes extérieures, le Syndicat national des journalistes CFDT demande en 1977 l'annulation de délivrance de la carte de presse par la CSCIJP, pour l'année 1974, à une personne qui exerce une activité dans une exploitation agricole tout en participant à la rédaction du journal mensuel *L'éleveur de France*[24]. Le Conseil d'État juge la requête du syndicat recevable. En revanche, lorsque c'est l'employeur qui attaque la délivrance de la carte (deux cas de 1979[25]), les requêtes sont jugées irrecevables au motif que la carte professionnelle n'a pas d'effet sur la relation contractuelle entre le journaliste et son employeur. Les jugements son systématiquement « notifiés » à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels.

1.3.2. Agir en justice

Un travail de classement de ces cinquante cas permet de déterminer le nombre de cas recevables, et parmi eux, les questions qu'ils soulèvent (cf. tableau 9 et annexe 5).

[23] Arrêts n° 80801 et n° 87281 du 25 mai 1990.
[24] Arrêt n° 02688 du 27 avril 1977.
[25] Arrêts n° 11407 et n° 13125 du 12 octobre 1979.

Tableau 9 - Répartition des cas portés devant le Conseil d'État (1972-2007)

<table>
<tr><th colspan="2">Cas recevables : 37 cas</th><th>Cas irrecevables : 13 cas</th></tr>
<tr><td>Activité journalistique ou non journalistique
20 cas</td><td>Journalisme professionnel ou non professionnel
17 cas</td><td>Fonctionnement</td></tr>
<tr><td rowspan="5">1973 (2), 1989, 1992, 1995, 1996, 1997 (2), 1998, 2001 (2), 2005 (7), 2007 (2).</td><td>Contrat de travail : 4 cas
1985, 1995, 2006 (2).</td><td rowspan="5">1979 (2), 1986, 1988, 1990 (2), 1994, 2005 (6).</td></tr>
<tr><td>Nature de l'entreprise : 4 cas
1995, 1997, 2001, 2002.</td></tr>
<tr><td>Revenus : 4 cas
1972, 1977, 1983, 2005.</td></tr>
<tr><td>Exercer sans carte : 3 cas
2002, 2004, 2006.</td></tr>
<tr><td>Incompatibilités : 2 cas
1986, 1997.</td></tr>
</table>

Parmi les cinquante dossiers, la requête est recevable dans les trois-quarts des cas (trente-sept). Parmi les rejets (treize), la plupart (onze) le sont pour des vices tenant à la procédure (défaut de signature de la requête, délais de recours dépassés, non respect de la procédure préalable, etc.) et rappelle ainsi le mode de fonctionnement du circuit juridictionnel. Parmi les trente-sept requêtes restantes, le thème principalement abordé est celui de la nature journalistique de l'activité (vingt cas). La question de la qualité (principale, régulière, rétribuée) et du lieu d'exercice font l'objet des autres dossiers.

Le procès est l'occasion d'un dialogue sur les principes constitutifs de l'identité du journaliste professionnel. Cela explique que les demandeurs déposent des recours malgré la faiblesse des incitations. Dans son étude sur le recours et le non recours au droit, E. Blankenburg (1994, p. 697) liste des éléments qui déterminent « le passage à l'acte » c'est-à-dire le fait d'intenter un procès : chance de succès, durée de la procédure, rétributions envisagées. Aucun d'eux n'apparaît ici. Tout d'abord, les journalistes ont peu de chances que le procès aboutisse à un jugement qui leur soit favorable puisque les décisions de la CSCIJP sont rarement annulées (treize cas). De plus, dans les cas où la décision de la CSCIJP est annulée, le Conseil d'État ne se substitue pas à elle pour délivrer la carte de presse au requérant. La décision n'oblige donc en rien la CSCIJP à délivrer la carte, même si elle doit tenir compte des motifs d'annulation de sa décision initiale.

> « L'exécution du jugement n'implique pas nécessairement que la Commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels délivre une carte d'identité des journalistes professionnels [au requérant], mais seulement qu'elle réexamine sa demande en se plaçant à la date de la notification du précédent jugement […] dans le délai de deux mois à compter de la notification du jugement. »[26]

Ensuite, les requérants ne « spéculent [pas] sur la durée de la procédure ». Les procédures d'urgence mises en place dans les années 2000[27] devant la juridiction administrative ne permettent pas aux demandeurs d'obtenir en temps réel, par la voie du référé, la censure juridictionnelle de l'interprétation illégale de l'article L. 7111-3. La condition de l'urgence est jugée « difficile à établir »[28]. Les décisions sont donc rendues en moyenne[29] vingt-deux mois après le refus initial, alors que la carte de presse n'est valable que douze mois. Dans les cas où la CSCIJP, à nouveau saisie, délivre finalement la carte au vu de l'annulation prononcée par la juridiction administrative, elle le fait pour l'année au titre de laquelle la carte avait été demandée, délivrant donc une carte qui n'est plus valide. Ainsi, en mars 2012, la CSCIJP a infirmé une décision qu'elle avait prise en août 2009, et a ainsi délivré au demandeur une carte de presse expirée, au titre de l'année 2009. Enfin, la réparation potentielle ne peut être le motif d'action. Les annulations se sont accompagnées deux fois seulement d'une contrepartie monétaire[30]. La possession de la carte de presse n'est pas indispensable pour la reconnaissance du statut de journaliste. Le procès s'apparente en fait à une « épreuve de vérité » sur des maximes empiriques différentes (Weber) qui oblige les juges administratifs à éclaircir leur position. Les deux cas[31] dans lesquels c'est le journaliste qui attaque la décisions de délivrance de la carte en sont exemplaires, puisqu'il y apparaît que le journaliste n'avait pas pour objectif d'obtenir une carte de presse mais de « *faire trancher par les commissions de la carte d'identité des journalistes le différend qui l'opposait à son employeur* […] *concernant la nature et l'étendue des fonctions qui pourraient ou devraient lui être confiées* » (extrait de l'arrêt). La juridiction administrative définit donc dans ces décisions les limites de la catégorie de journaliste professionnel.

[26] Jugement n° 1011417/6-3 du 8 décembre 2011.
[27] Loi n° 2000-797 du 30 juin 2000 relative au référé devant les juridictions administratives.
[28] Arrêt n° 271140 du 10 septembre 2004.
[29] Calculée sur les jugements rendus dans les années 2000, en excluant les cas de référés.
[30] Arrêts n° 150652 du 27 mars 1995 et n° 1011417/6-3 du 8 décembre 2011.
[31] Arrêts n° 80801 et n° 87281 du 25 mai 1990.

Les trois instances doivent évaluer les demandes afin de statuer pour ou contre la reconnaissance du statut de journaliste professionnel à un requérant. Quels critères permettent de procéder à cette évaluation ?

Section 2. Principes d'évaluation et registres d'argumentation : une application non mécanique de la loi

Une règle de droit peut faire l'objet d'interprétations variées, menant parfois à des décisions contradictoires. L'application de la loi définissant le journaliste professionnel par les acteurs chargés de délivrer la carte de presse aux trois niveaux fait apparaître quatre registres d'argumentation complémentaires mobilisés par les acteurs qui renvoient à quatre principes.

2.1. Un processus d'évaluation complexe

Pour évaluer la situation du demandeur, les instances chargées de délivrer la carte de presse doivent appliquer une loi qui peut être interprétée de diverses façons.

2.1.1. Le pluralisme légal

L'activité économique que constitue l'exercice du journalisme est régie par le droit. Les acteurs économiques prennent appui sur les règles de droit et influencent leur contenu. Ils apparaissent ainsi comme « des sujets actifs ayant la capacité d'interpréter le droit, de le mobiliser sélectivement et d'en faire un usage stratégique en fonction de leurs buts spécifiques à un moment donné » (Bessy *et al.*, 2011, p. 17). Cette posture théorique invite à adopter une posture de recherche compréhensive qui s'intéresse au jeu *avec* les règles. Pour comprendre la règle, il faut étudier son application en situation. L'« internormativité » correspond à l'existence d'une multiplicité d'ordres normatifs à partir desquels la règle de droit est appliquée, qui ne se réduisent pas à l'ordre juridique. Il faut donc « analyser les processus par lesquels, dans un système d'action donné, les normes et catégories juridiques entrent en relation avec d'autres ordres normatifs que les acteurs mettent en œuvre quotidiennement, avec pour résultat l'émergence d'une configuration particulière de conventions d'interprétation des règles juridiques ou de normes de déviance par rapport à ces règles » (*op. cit.*, p. 19). Dans son travail sur les journalistes, C. Lemieux met ainsi au jour l'existence de plusieurs « grammaires » qui sont l'« ensemble des règles à suivre pour agir

d'une façon suffisamment correcte aux yeux des partenaires de l'action » (2000, p. 110). À partir d'une enquête auprès des journalistes du *Monde*, il repère trois ensembles de règles qui relèvent de la grammaire publique (distanciation), de la grammaire naturelle (relations personnelles privées) ou de la grammaire de la réalisation (autocontrainte pour adopter l'attitude attendue). Il montre que le passage d'un ensemble de règles à un autre ensemble peut faire naître des confusions à l'origine de « fautes grammaticales » (par exemple lorsqu'un journaliste affiche son amitié avec un homme politique en public : p. 163).

Centrer l'analyse sur la pluralité de « corps de règles » ou d'« ensemble de règles » extérieurs aux acteurs suppose que les ambigüités naissent de cette pluralité de règles et non de la pluralité possible d'interprétations de ces règles. C'est pourtant cette pluralité d'interprétations d'une règle par les acteurs (la loi de 1935) plutôt que la pluralité de corps de règles (plusieurs lois ou coutumes) qui se joue dans la délivrance de la carte de presse. Le concept de « pluralité légale » parait ici plus pertinent (proposé par G. Geertz, 1993 et utilisé par C. Didry, 2002, p. 91). Le pluralisme légal ne postule pas une pluralité d'« ordres juridiques », dotés de leurs corpus de règles et de leurs procédures scientifiques propres, mais une pluralité de « sensibilités légales » qui s'incorporent dans une unique règle de droit (qui est créée par les acteurs avant de s'imposer à eux). Dans son travail sur la naissance des conventions collectives en 1919, C. Didry (2002, pp. 145-150) met ainsi en lumière plusieurs registres d'argumentation dont la confrontation permet, à l'issu d'une transaction, la création d'une loi emprunte de l'ensemble des considérations. Ici, on n'étudie pas les registres d'argumentation qui apparaissent au moment de la discussion de loi sur la carte de presse, mais ceux qui apparaissent dans la définition effective de la catégorie de journaliste professionnel dans les décisions rendues lors de la demande d'une délivrance de carte de presse. Le pluralisme légal ouvre à une pluralité d'interprétations d'un texte de loi, ici, la définition du journaliste professionnel dans le Code du travail. L'étude du travail juridique permet d'accéder à « une matière proprement sociale » (Serverin, 2002, p. 7) liée à une pluralité d'évolutions possibles de la définition de la catégorie juridique de journaliste professionnel. Ces registres d'argumentation renvoient à des principes d'évaluation pluriels.

2.1.2. Principes d'évaluation et registres d'argumentation

Les acteurs qui appliquent la loi définissant le journaliste professionnel doivent justifier leurs décisions. Formellement, leur évaluation est soumise à l'appréciation de plusieurs critères (activité principale, régulière, rétribuée, le lieu d'exercice et la nature de l'activité

journalistique). Cependant, il n'est pas possible d'appliquer de manière mécanique ces critères. Chaque critère est traduit de plusieurs manières qui soulignent l'existence de plusieurs « philosophies » ou « grilles de lecture » que l'on propose de nommer « principes d'évaluation ». À chaque principe d'évaluation (une valeur principale) correspond un « registre d'argumentation » (rhétorique argumentative liée à ce principe). On analyse les multiples manières dont les instances appliquent ces critères afin de faire ressortir une pluralité de principes d'évaluation explicités par des arguments sur lesquels se fondent les décisions. La démarche méthodologique consiste à répertorier l'ensemble des arguments mobilisés dans les épreuves d'évaluation et à les regrouper par classes homogènes constituant ainsi des principes d'évaluation. Cela permet à la fois de mener « un travail d'explicitation centrée sur les valeurs dont se réclament les personnes mais aussi sur les ressources qu'elles mobilisent [ici la rhétorique] » (Barthe, Lemieux, 2002, p. 37). La diversité du corpus n'a pas permis d'en faire un traitement quantitatif. L'arbre de classification est donc le résultat d'un classement « à la main » (cf. tableau 10 et annexe 9).

Tableau 10 - Types d'arguments mobilisés selon les questions

	Est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources				
	Professionnel ou non				Activité : journaliste et non journaliste
	Principale	Régulière	Rétribuée	Lieu d'exercice	Activité
Technique	*	*	*	*	*
Professionnel	*	*	*	*	*
Moral				*	*
Economique	*		*	*	

L'étude du travail juridique de délivrance de la carte de presse permet de répertorier quatre registres d'argumentation qui correspondent à quatre valeurs fondamentales (le respect du droit, la spécificité de l'activité professionnelle, la déontologie journalistique et la protection matérielle des journalistes) qui sont mobilisables par les représentants (élus ou nommés ; professionnels ou magistrats) des trois instances. Il s'agit de comprendre comment les acteurs producteurs de normes (les entrepreneurs de morale au sens de Becker) évaluent les demandes. Les controverses, au cours desquelles les acteurs (en interne ou entre deux

instances) sont en désaccord sur la qualification de la personne (journaliste professionnel ou non), sont particulièrement propices à l'existence de justifications des acteurs. Dans les « mondes » que décrivent Boltanski et Thévenot (1991), une personne peut utiliser des registres de justification différents selon la situation (ou le monde) dans lequel il interagit. Ainsi, la cité n'est pas composée d'individus mais de situations au cours desquelles certains individus mobilisent les arguments types de la cité. De même, à une instance ne correspond pas un principe unique d'évaluation et plusieurs principes peuvent être mobilisés dans la même décision, témoignant de la pluralité des valeurs des acteurs. Par ailleurs, comme toute typologie, on ne retrouve que rarement ces principes à l'état pur. Les décisions se construisent à la rencontre des différents principes.

2.2. Les principes d'évaluation et leurs rhétoriques argumentatives

L'arbre de classification fait apparaître quatre principes à partir desquels les acteurs évaluent l'appartenance ou non à la catégorie de journaliste professionnel dans le cours du travail juridique des instances chargées de délivrer la carte de presse (cf. tableau 11).

Tableau 11 - Principes d'évaluation et registres d'argumentation

Principe d'évaluation	*Registre d'argumentation*	*Exemple d'application*
Respect du droit	Technique (application littérale de la loi)	Le journaliste dont c'est l'activité principale en tire la moitié de ses ressources de son activité.
Spécificité de l'activité journalistique	Professionnel	Le journaliste informe
Respect de principes déontologiques	Déontologique	Le journaliste ne fait pas de promotion
Protection du salarié	Économique	Le journaliste bénéficie du statut protecteur de salarié même s'il a un contrat d'indépendant

2.2.1. Le respect du droit ou l'art de juger

Le premier principe est le respect de la loi et constitue une application « à la lettre » du texte de droit. Les acteurs mobilisent des arguments juridiques strictement techniques pour étayer leurs décisions. On retrouve particulièrement ce type d'argument chez les magistrats (CSCIJP et juridiction administrative). Cette phrase, prononcée par un magistrat de la CSCIJP au cours d'un entretien caractérise bien ce principe d'évaluation :

> « On a une formation juridique. On voit ça sous un autre angle […] On fait appel à des juges, comme ailleurs, pour juger un contentieux spécial, mais avec une méthode. La compétence professionnelle chez nous, c'est l'art de juger ! Je pense qu'on a voulu faire de

> cette instance de recours autre chose [qu'une instance professionnelle], sinon on n'aurait pas mis à contribution des magistrats […] Ce n'est pas une question de conviction personnelle, c'est une question de conviction juridique. »

Ce principe s'inscrit dans un monde de droit formel et rationnel dans lequel des éléments techniques sont mobilisés pour éclairer les décisions. Cela correspond au « monde du droit des juristes » (Didry, 2002, p. 41).

2.2.2. La spécificité de l'activité de journaliste

Le second principe revendiqué par les acteurs est le respect des particularités de la profession de journaliste et repose sur des argumentaires de nature professionnelle. Il existe de nombreux cas dans lesquels la distinction entre ce qui relève du journalisme et ce qui n'en relève pas est ambigüe. C'est dans ces cas qu'apparaissent des arguments de type professionnels pour légitimer la délivrance ou le refus de carte. C'est notamment en première instance que ce registre se retrouve. L'existence du *vade-mecum* est caractéristique de ce registre. Un commissaire employeur explique : « *Si tu veux, il y a le droit, la lecture du droit et les règles qu'on a élaborées en commission* » (entretien).

Le *vade-mecum* n'est pas rendu public. Un commissaire journaliste a refusé ma demande de consultation, dans la mesure où certaines des « *positions professionnelles* » qui sont édictées sont contraires ou bien « *dépassent les positions juridiques* ». J'y ai eu accès suite à l'acceptation d'un autre commissaire. En étudiant le contenu de ce *vade-mecum* (version de mai 2011), il est intéressant de constater que la plupart des critères qui y sont inscrits permettent d'élargir le champ d'application de la loi. Ces considérations professionnelles servent de base à la justification d'une commission paritaire composée uniquement de professionnels en première instance : « *Il faut qu'il y ait des commissaires, qui sont des membres de la profession, qui vérifient que c'est bien une activité journalistique* » (entretien). Les règles sont codifiées, notamment dans le *vade-mecum* et se rapportent à des valeurs non juridiques.

2.2.3. Le respect de valeurs déontologiques

Le troisième principe pose les principes déontologiques comme premier filtre d'interprétation de la loi et repose sur des arguments de type déontologique[32]. Si, comme dans le registre d'argumentation professionnel, les arguments font valoir la spécificité de la

[32] La déontologie constitue les principes écrits de l'éthique. Ils sont collectifs contrairement à la morale individuelle. Ces définitions feront l'objet de développements au Chapitre 3.

profession de journaliste, ils en diffèrent en ce qu'ils portent, non pas sur la manière d'exercer son métier, mais sur des considérations normatives sur ce que doit être le journalisme. Ce principe est mobilisé par les trois niveaux juridictionnels. Pourtant, la loi de 1935 ne prend pas en compte des dimensions déontologiques et les instances ne disposent pas d'un pouvoir disciplinaire. Dans sa thèse suivant immédiatement la loi Brachard, F. Valentin (1936, p. 29) affirme qu'« aucun paragraphe, aucune phrase, aucun mot n'investit la Commission d'un droit, fût-il virtuel, d'investigation sur la valeur morale du requérant […] La carte d'identité ne vise qu'à professionnaliser le journalisme. Elle ne le moralise pas ».

Malgré tout, des conceptions déontologiques sont parfois mobilisées. Pour un commissaire de la CCIJP, « *les commissaires ont une lunette déontologique car ils participent à la détermination de frontières* » (entretien). La CCIJP cède parfois à des « dérives déontologiques ». Le requérant doit fournir un extrait de son casier judiciaire lors de sa première demande de carte de presse. Plusieurs fois, la CCIJP a refusé la délivrance d'une carte arguant que le casier judiciaire du demandeur n'était pas vierge. Par exemple, en 1989, la Commission refuse l'attribution de la carte de presse à un journaliste pigiste qui avait purgé seize ans de prison après plusieurs condamnations pénales. Bien que les arguments déontologiques soient rarement avancés en tant que tels, ils apparaissent, en complément d'autres arguments, dans les décisions.

2.2.4. Protéger le salarié

Enfin, le dernier principe pose la protection du salarié journaliste comme le premier filtre qui permet d'interpréter la loi et donc d'évaluer la demande. Les décisions reposent alors sur des arguments de type économique. Ce registre argumentatif a un statut différent des trois premiers, dans la mesure où il n'est jamais explicitement évoqué par les acteurs ou dans les décisions. Cependant, dans certains cas, des arguments d'une autre nature cachent des arguments économiques (conditions de travail, rémunérations etc.). Ce principe d'évaluation n'est pas formalisé et garantit la protection des membres de la catégorie.

Il s'agit désormais d'analyser comment ces principes, qui donnent naissance à des registres argumentatifs, s'entrecroisent au moment du travail juridique d'application de la loi et concourent à établir des frontières au croisement des différentes conceptions.

Section 3. Mener l'enquête

Pour comprendre l'« actualisation » de la règle dans les décisions, il faut étudier les conditions de production de ces énoncés. Les acteurs chargés de délivrer la carte de presse interprètent la loi selon les quatre principes précités. Ils participent à la production d'un discours qui définit des règles opératoires. Ces principes apparaissent dans les décisions des instances mais également dans la manière de mener l'enquête.

3.1. Réunir des preuves techniques

Pour évaluer si le demandeur appartient à la catégorie juridique de journaliste professionnel, les acteurs chargés de délivrer la carte de presse doivent enquêter sur la fonction et la nature de l'activité du demandeur. Ils vérifient si le demandeur présente les qualités d'un journaliste professionnel. Pour cela, ils collectent des indices formels sur sa situation. Ce travail s'inscrit dans le registre technique.

3.1.1. Des indices sur les journalistes

Les membres des instances collectent des indices pour « vérifier » si le demandeur est un journaliste professionnel. Les dossiers sont constitués sur une base déclarative. Dans la plupart des cas, il est assez facile pour les acteurs de décider si l'intéressé remplit les critères de définition d'un journaliste professionnel. Dans le cas où le demandeur est titulaire d'un contrat de travail, celui-ci est une source de données importante car il fait état des qualifications légales définies par la convention collective des journalistes : « *La qualification du candidat doit obligatoirement figurer dans les barèmes des salaires des journalistes (cf. convention collective)* » (extrait du *vade-mecum*).

> « Chaque forme de presse a des qualifications officielles […] Et à chaque qualification correspond une grille de salaire et des définitions de fonction. On n'a pas de définition officielle de ce qu'est un journaliste, mais on a une définition officielle de ce qu'est un rédacteur en chef […] Si la personne a une qualification reconnue, il n'y a pas de problèmes. » (Entretien, commissaire journaliste de la CCIJP.)

Les qualifications présentes dans la convention collective étant restrictives, le contrat de travail ne permet pas toujours d'évaluer l'activité du demandeur. Pour pallier cette difficulté en première instance, les commissaires de la CCIJP ont listé dans le *vade-mecum* vingt et une qualifications « *ne figurant pas dans les barèmes professionnels* », tel que « maquettiste » ou « rédacteur documentaliste, » et y ont ajouté vingt qualifications « *reconnues* », tel que « reporter polyvalent ». Pour ces quarante et une qualifications, les dossiers ne passent pas en

commission plénière lors du renouvellement. Par ailleurs, les acteurs chargés de délivrer la carte de presse vérifient si le demandeur exerce en tant que personne morale ou en tant que personne physique, dans les cas où il est payé par des droits d'auteur. Pour cela, ils examinent le taux de TVA et le code APE[33] figurant sur les éléments fournis par le demandeur :

> « Un taux de TVA de 19,6 % et/ou un code APE 928A attesteront que le demandeur s'est inscrit en tant qu'artisan ou entreprise et dépend directement de la chambre des métiers […] Un taux de TVA de 5,5 % et/ou un code APE 923A démontrent que le demandeur est rattaché à la Maison des auteurs. » (Extrait du *vade-mecum*.)

Les acteurs mobilisent des éléments techniques qu'ils recoupent avec les déclarations des employeurs.

3.1.2. Des indices par l'entreprise

D'autres indices permettent d'évaluer la demande : l'affiliation à la convention collective des journalistes pour le demandeur et l'obtention d'un numéro de Commission paritaire de publication et agence de presse (CPPAP) pour son entreprise participent de la reconnaissance du journaliste professionnel. La CPPAP détermine les publications éligibles aux aides de l'État à la presse. Il faut notamment que la publication ait un contenu informatif et soit au minimum publiée à un rythme trimestriel. « *La circonstance que leurs journaux bénéficient ou non d'un numéro de Commission paritaire est sans influence sur leur caractère de publication* » rappelle le rapporteur public dans ses conclusions sur une affaire de 2006[34]. Cependant, si l'absence d'un numéro CPPAP ne suffit pas à disqualifier la publication, la présence du numéro *« constitue un préjugé favorable pour la publication concerné*e » (extrait du *vade-mecum*). De même, quand une entreprise audiovisuelle est reconnue par le CSA, l'appréciation est facilitée. Pour les publications, doivent être vérifiés « *la périodicité, le prix et la forme de distribution* » (extrait du *vade-mecum*).

Pour les renouvellements, les demandes en première instance se font généralement de manière collective par bordereau d'entreprise pour les journalistes mensualisés. La liste des renouvellements est envoyée par le directeur. Il est consacré moins de temps à ces demandes collectives, comme l'explique une commissaire journaliste au cours d'un entretien :

> « *Tous les dossiers sont étudiés par quelqu'un ?*

[33] « L'activité principale exercée (APE) » est un indicateur de la statistique public « déterminé en fonction de la ventilation des différentes activité de l'entreprise » (INSEE : [En ligne] [URL : http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/activite-principale-exercee.htm], consulté le 1er septembre 2013.

[34] Arrêt n° 59289 du 30 mai 2006.

> Au moment de la première demande oui, au moment du renouvellement, non. Si tu veux quand tu as le bordereau de RFI qui arrive, tu as trois cent cinquante noms remplis par l'employeur, plus chaque demande individuelle, et si l'employeur a demandé qu'un tel ait une carte de presse, alors qu'elle est secrétaire, pour lui faire plaisir, qu'il la met dans le bordereau, on ne peut pas vérifier les trois cent cinquante, sauf au moment de la première demande, mais tu avances dans ta carrière, c'est à dire qu'il y a des gens qui deviennent journalistes, et des gens qui quittent le journalisme, donc c'est compliqué... Donc on fait des coups de projecteur, comme font les impôts, on se dit aujourd'hui, on se fait Canal+ ou on se fait TF1, mais on ne peut pas tous les faire, c'est impossible. »

Ces demandes collectives facilitent le travail des commissaires. L'enquête préalable repose donc sur des éléments formels liés à une technique juridique.

3.2. Regarder, écouter, enquêter

Dans certains cas, les éléments formels présentés sont insuffisants pour évaluer la qualité de journaliste. Les acteurs chargés de délivrer la carte de presse demandent à voir le produit de l'activité et mobilisent alors un registre argumentatif professionnel. En première instance, la Commission peut « *demander à l'intéressé la description des tâches effectuées* » afin que les commissaires puissent statuer sur la nature de l'activité (extraits du *vade-mecum*). Le demandeur doit présenter des extraits d'articles (papier), de reportages (audiovisuel) ou des captures d'écran (Internet). La procédure d'évaluation évolue vers une demande plus importante de preuves. Par exemple, pour une personne qui demande la carte de presse au titre de « styliste », les commissaires de la CCIJP demandaient au début des années 1990 « *la nature et la description des tâches* » (extrait du *vade-mecum* 1991). Vingt ans plus tard, la nature des preuves est précisée. Le styliste doit : « *décrire de façon détaillée et précise les tâches effectuées […], fournir de nombreuses illustrations de son travail et plusieurs exemplaires différents du magazine concerné (cinq numéros pour parution hebdomadaire, trois numéros d'un mensuel, et au moins deux pour les autres périodicités)* » (extrait du *vade-mecum* 2011). En première instance, le rapporteur peut demander un certain nombre d'éléments complémentaires dont il fait état en commission plénière. Si le doute persiste, ces éléments sont présentés à l'ensemble de la Commission, comme dans le cas des sites Internet. Afin de permettre la vérification pour les sites Internet, il est demandé au requérant de « *fournir, sur la période concernée, des copies d'écran ou des enregistrements en nombre significatif, ainsi que l'adresse électronique ou le moyen d'accéder à la publication (code d'accès le cas échéant)* » (extrait du *vade-mecum*.)

Dans ces cas, ce sont les sensibilités professionnelles qui priment sur la qualification juridique. De même, en Commission supérieure, les demandeurs peuvent se présenter devant la Commission pour expliquer leur activité ou la montrer. J'ai ainsi assisté, au cours d'une séance d'observation (2011), à deux projections : une d'un site Web, une d'un reportage télévision.

> Un homme se présente devant la CSCIJP, environ 55 ans. Après avoir conclu à la recevabilité de la demande et exposé le motif de rejet par la CCIJP, le président lui donne la parole. Il explique qu'une partie de son activité consiste à faire des photos de vêtements sur cintres ou de mannequins pour un site Internet. Le président demande à voir le contenu du site. Il y a un écran de télévision sur le côté droit de la salle. La secrétaire de la séance effectue les branchements pour que le site puisse être projeté sur l'écran. Les membres de la Commission lui demandent des précisions à partir des images projetées. (Notes d'observation, CSCIJP, 2011.)

Cela permet aux membres de la Commission de juger par eux-mêmes de la nature de l'activité par l'intermédiaire du produit fini.

Ainsi, les instances utilisent des registres d'argumentation techniques et professionnels pour expliquer leur évaluation de la nature de la catégorie professionnelle du requérant (journaliste ou non). C'est la construction des contours de cette catégorie par les processus d'évaluation qu'il faut désormais étudier.

Section 4. Le processus d'évaluation : journaliste professionnel ou non professionnel

En délivrant la carte de presse, les décisions définissent le journaliste professionnel par rapport au non professionnel, qu'il soit amateur, occasionnel, bénévole ou à son compte. Pour cela, il doit être salarié dans une entreprise qui produit de l'information et ne pas faire l'objet des incompatibilités définies par la loi.

4.1. Etre salarié

Le journaliste professionnel est celui qui a pour « activité principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession »[35]. À partir de cette série de trois critères, les acteurs

[35] Article L. 7111-3 du Code du travail.

chargés de délivrer la carte doivent qualifier les situations des demandeurs afin de définir si leur activité est « principale, régulière et rétribuée ».

4.1.1. Principale : travail ou loisir

Le « rapport au temps » est un critère fondamental dans l'attribution de la carte (Maggi-Germain, 2000, p. 233). Le demandeur doit tirer le « principal » de ses revenus du travail[36] de son activité journalistique. Il s'agit donc pour les instances d'examiner la répartition des ressources résultant d'une activité professionnelle. Le critère « principale » est traduit par le fait que la moitié des revenus du travail du demandeur doit résulter de son activité journalistique. Les évaluateurs contrôlent donc de manière mécanique les revenus du requérant pour estimer quelle part est liée à son activité journalistique. Cette question se pose notamment pour les pigistes, qui complètent souvent leurs revenus par des travaux dans le domaine de la communication. Un cas pose cette question lors d'une séance de la Commission supérieure[37] :

> Le président présente l'affaire. Après avoir conclu à la recevabilité de la demande, il expose le motif de rejet par la CCIJP : le requérant, un homme d'une cinquantaine d'années, s'est vu refuser le renouvellement de sa carte d'identité professionnelle au motif qu'il tire le principal de ses ressources d'une activité non journalistique, qui consiste en la prise de photographies de vêtements sur cintres ou sur mannequins. Après une discussion entre le requérant et les membres de la Commission supérieure, ces derniers ne sont pas convaincus que cette activité constitue une activité journalistique. Il s'agit alors pour la CSCIJP d'additionner les revenus que le requérant tire de son activité journalistique[38], à savoir de piges effectuées dans plusieurs titres de la presse magazine, et de les comparer avec les revenus tirés de l'activité non journalistique de photographie. Il ressort de la déclaration du demandeur que seulement 30 % de ses revenus proviennent d'une activité journalistique. Il ne peut donc lui être délivré une carte de presse. (Notes d'observation CSCIJP, 2011.)

Dans les décisions, se mêlent à la fois des arguments juridiques (plus ou moins de 50 % des revenus), mais aussi professionnels et économiques, postulant que les journalistes ne sont pas des amateurs. Cela renvoie à la différence entre le journaliste professionnel, dont c'est l'activité principale, et le journaliste amateur, dont c'est l'activité occasionnelle, chère au SNJ dès la rédaction de ses statuts en 1918. Cela sous-tend à la fois à un principe professionnel

[36] Ce qui exclut les revenus de valeurs mobilières ou foncières : « on ne saurait refuser la qualité de journaliste à celui qui tirerait de son patrimoine un revenu supérieur au produit de son travail ». (Commentaire de la loi de 1935, *Dalloz Péridoique* 4, 1936).

[37] Dossier n° 45124, décision du 5 décembre 2011.

[38] On laisse pour l'instant de côté la qualification de ce qu'est une activité journalistique, critère que nous étudierons par la suite.

(instituer la profession) et économique (réserver les emplois de journalistes aux professionnels).

4.1.2. Régulière et rétribuée : un minimum de ressources

Au critère « principal » s'ajoute les critères « régulière » et « rétribuée » selon lesquels le journaliste doit percevoir une rétribution du fait de cette activité principale et régulière. Avant 1974, le requérant devait avoir une rémunération « au moins égale au salaire minimum » (article 3-3 du décret de 1936). Le principe selon lequel le revenu doit être « nécessaire à son existence » a été supprimé du Code du travail depuis. Les membres de la Commission supérieure et les juges du Conseil d'État délivrent donc la carte sans exiger un minimum de ressources. Dans un arrêt[39] de 1983, le Conseil d'État infirme ainsi une décision de la CCIJP qui a refusé le renouvellement de la carte de presse à un requérant au motif qu'il avait une rémunération « *inférieure non seulement au salaire le plus bas prévu par les barèmes paritaires, mais également au salaire minimum interprofessionnel de croissance* » (extrait de l'arrêt). Dans ses conclusions, le rapporteur public souligne en effet que la loi « *n'exige* [pas] *que les revenus correspondants atteignent un minimum déterminé en fonction des besoins supposés nécessaires à l'existence humaine* ». Ainsi, en imposant un niveau de rémunération minimal, la décision de la Commission est « *entachée d'excès de pouvoir* » d'après les juges. La CSCIJP suit la jurisprudence du Conseil d'État. Dans une de ces décisions rendue en 2011, les membres de la CSCIJP[40] expliquent ainsi que « *les ressources, si modestes soient-elles, suffisent, en l'absence de seuil légal ou réglementaire, à établir le caractère principal et régulier de la profession de journaliste* » (extrait de la décision). En écartant ce critère, la CSCIJP et la juridiction administrative permettent à des journalistes, qui n'auraient pas d'autres sources de revenus que ceux provenant d'une faible activité journalistique, d'entrer dans la catégorie juridique de journaliste professionnel. Ces deux instances font donc une application « mécanique » des dispositions de la loi.

Au contraire, la CCIJP applique toujours le critère du minimum de ressources et assume qu'il y ait « *un conflit naturel avec les magistrats* » entre « *une règle décidée professionnellement* » et la loi (entretien, commissaire employeur CCIJP). Ils mettent ainsi en avant la tension entre un principe d'évaluation lié au respect du droit et celui lié à la prise en compte des spécificités de cette profession. Si l'activité est à la fois principale et régulière, les

[39] Arrêt n° 34198 29 juin 1983.
[40] Dossier n° 109686 du 5 décembre 2011.

ressources qui en proviennent doivent atteindre un certain seuil. C'est l'interprétation que font les commissaires de la CCIJP de la loi, qui réclament un niveau minimal depuis 1939 (Ruellan, 1997, p. 113). Les commissaires de la CCIJP savent parfaitement que ce minimum de ressources n'est pas inscrit dans la loi et est contraire à la jurisprudence du Conseil d'État : « *La Commission refuse les gens qui gagnent moins d'un demi SMIC. C'est écrit nulle part et c'est très contestable, y compris juridiquement* » avoue un commissaire journaliste (entretien). Dans le *vade-mecum*, il est ainsi expliqué que : « *Le Conseil d'État a estimé qu'aucun minimum de ressources n'est fixé par la loi* […] *Les minimums invoqués constituent donc uniquement une présomption du caractère principal et régulier de l'activité journalistique* »

Ainsi, dans les cas où le caractère principal de l'activité est prouvé « *un emploi régulier à mi-temps, et donc un demi-salaire peut être pris en compte* » (*vade-mecum*). Partant du cas d'un journaliste mensualisé à mi-temps, qui correspondrait à la situation d'un emploi principal et rétribué, la CCIJP accorde donc la carte de presse à partir d'un niveau de revenu supérieur ou égal à un demi-SMIC (715 euros brut, au 1er janvier 2013). La Commission se laisse la possibilité d'examiner des cas où « le postulant perçoit une rémunération un peu inférieure à 50 % du SMIC » qui peuvent se justifier par des « *situations exceptionnelles (accident de parcours pour un détenteur de longue date de la carte, jeune journaliste diplômé d'une école reconnue un peu juste, maternité, problème de santé, reprise d'activité après chômage etc.)* ». Par ce minimum, la Commission souhaite ainsi s'assurer de l'autonomie financière des journalistes, constitutive de leur autonomie rédactionnelle. Cette position permet d'exclure les amateurs, comme l'explique ce commissaire en entretien : « *Pas de minimum, ça veut dire que quelqu'un à qui un copain va donner un jour cent balles, il aura le droit à la carte de presse des journalistes ?* ». Les commissaires font passer les principes professionnels (pas d'amateur), de respect du salariat (un revenu minimum) et de déontologie avant le respect formel du texte.

4.1.3. Le statut de salarié

Enfin, le journaliste professionnel bénéficiant de la présomption de salariat[41], il peut, pour les magistrats de la CSCIJP, disposer d'une carte de presse quel que soit son mode de rémunération ou son statut. La carte a ainsi été délivrée à des journalistes auto-entrepreneurs comme dans ce cas[42]:

[41] Article L. 7112-1 du Code du travail.
[42] Dossier n° 89529 du 5 décembre 2011.

> Le président présente l'affaire. Après avoir conclu à la recevabilité de la demande, il expose le motif de rejet par la CCIJP : le requérant s'est vu refuser le renouvellement de sa carte d'identité professionnelle au motif « qu'il exerce sa profession avec le statut d'auto-entrepreneur qui le place hors du champ d'application des dispositions du Code du travail ». C'est la deuxième année de suite que la CCIJP lui refuse la carte pour ce motif. La CSCIJP la lui a accordée en appel, l'année précédente. La décision fait état du fait que le requérant est devenu auto-entrepreneur à la demande de son supérieur hiérarchique et qu'il a conclu avec la société un contrat de prestations de services. La CSCIJP lui accorde la carte. (Notes de la séance de la CSCIJP et extrait de la décision.)

Pour les magistrats de la CSCIJP, le statut d'auto-entrepreneur n'est pas incompatible avec le statut de journaliste professionnel, comme l'explique un responsable du SNJ (entretien) :

> « Nous avons retenu cette présomption de salariat, pour requalifier des conventions qui concernaient un certain nombre de personnes journalistes à l'origine, ayant un beau jour changé de statut dans l'entreprise, sans changer de cadre de travail ni même de travail pour être rémunérées sous forme d'honoraires, par le même employeur. C'est une convention de prestation de services, qui, en réalité, dissimule un contrat de travail. On est bien en présence d'un contrat de travail, ce qui justifie qu'on donne la carte de presse, et ça fait hurler le SNJ ! »

Les commissaires de la CCIJP se sont farouchement opposés à cette position. Pour les syndicats de salariés, cette décision ne va pas dans le sens du salariat en requalifiant le contrat de travail comme un contrat de salarié. Accorder la carte à un demandeur non salarié participe de la sortie de la profession du salariat. D'après le *vade-mecum,* trois formes de rémunérations sont le plus souvent rencontrées : le salaire mensuel, la rémunération à la pige et les droits d'auteur. Cependant, les rémunérations en droits d'auteur, si elles ne sont pas « *rédhibitoires* » sont soumises à vérification afin de déterminer si le journaliste a le statut de personne morale (artisan ou entreprise) ou le statut d'auteur. Dans le premier cas, la demande est automatiquement rejetée par la CCIJP. Dans le second cas, la carte est attribuée la première année, mais ce type de rémunération doit avoir disparu ou diminué l'année suivante (*supra*). En effet, les commissaires estiment que le statut du journaliste est éminemment lié à la condition salariale et donc à l'obtention d'un salaire. Le SNJ et l'ensemble des commissaires journalistes s'opposent donc à la délivrance d'une carte à un auto-entrepreneur en avançant des arguments professionnels face aux arguments juridiques de la CSCIJP : « *La carte de presse sous-entend un statut de salarié qu'il faut défendre* […] *Les journalistes ne sont pas indépendants, le salariat c'est la meilleure protection contre les pressions* » (entretien, commissaire journaliste).

Le SNJ, brisant le secret du délibéré, met en cause le président de la CSCIJP qui « *passant outre l'avis des représentants de la profession dans cette commission* […] *a*

accordé la carte à des auto-entrepreneurs » (extrait du bulletin trimestriel du SNJ n°301, 2011). Cette position des commissaires de la première instance découle également de considérations économiques, dans la mesure où le statut d'auto-entrepreneur est moins protecteur que celui de salarié : « *C'est quand même un coup de couteau dans le statut, parce que si on commence comme ça, effectivement... bon la protection sociale c'est une chose, mais même les conditions de travail* » (entretien, commissaire journaliste).

Ces arguments professionnels et économiques opposés aux arguments juridiques de la CSCIJP ont été étayés par le Conseil d'État qui oppose une analyse littérale de la loi différente de celle de la CSCIJP. L'exigence du statut de salarié a été confirmée par la juridiction administrative en 2006[43]. Un requérant a vu sa demande de carte rejetée au motif que ses revenus proviennent des bénéfices industriels et commerciaux qu'il a perçus en qualité d'associé-gérant d'une agence de presse, et non pas de salaires. En se fondant sur son mode de rémunération pour apprécier sa qualité de journaliste professionnel, le requérant estime que la commission de première instance applique un critère qui ne figure pas dans la loi. Le rapporteur public rappelle la dimension salariale de la profession : « *La définition légale du journaliste professionnel figurant dans le Code du travail, seules peuvent prétendre à cette qualité les personnes relevant de son champ d'application, c'est-à-dire les salariés.* »

Le statut de journaliste professionnel dépend donc de l'existence d'un lien de subordination juridique (comme le rappelle également la jurisprudence de la Cour de cassation[44]). La requête est donc rejetée. Ce n'est pas tant le mode de rémunération que la subordination qui invite à étudier cette catégorie professionnelle comme une catégorie de salariés.

L'application de la série de trois critères « principale, régulière et rétribuée » permet donc de définir les journalistes professionnels, qui sont des salariés rémunérés au moins à hauteur d'un demi-SMIC et dont les revenus du travail sont issus au moins pour moitié du journalisme. Ils sont opposés aux journalistes amateurs, occasionnels ou bénévoles.

4.2. Travailler dans une entreprise de presse

Le journaliste professionnel exerce sa profession « dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse ». Ainsi, les notions de journalisme et de journal sont intimement liées. L'analyse souligne les contradictions entre les

[43] Arrêt n° 289762 du 15 novembre 2006.
[44] Cass. Soc. 11 juillet 2006, Sté Editions Larivière c/ De Nauw cité par da Lage (2003).

instances qui peuvent faire des interprétations différentes, liées au flou entourant la nature de l'entreprise ou de sa publication.

4.2.1. Les nouvelles formes de presse

Les acteurs chargés de délivrer la carte de presse doivent déterminer si le requérant, dont l'activité est principale, régulière, rétribuée et journalistique, exerce dans une structure qui puisse être qualifiée d'« entreprise de presse ». Ce que recouvre « entreprise de presse » s'est extrêmement complexifié et diversifié depuis la loi de 1935. Il a fallu que les instances adaptent leur application de ce critère aux nouveaux medias.

> « Tous les nouveaux médias n'existaient pas à cette époque-là, et est-ce qu'on peut considérer aujourd'hui que puisqu'on n'est journaliste que si on travaille dans une entreprise de presse, est-ce qu'aujourd'hui on peut considérer que c'est encore valable ? Est-ce qu'on est journaliste uniquement lorsqu'on exerce dans une entreprise de presse au sens légal du terme ? Est-ce que le journaliste peut être dissocié de l'endroit où il travaille ? En même temps, *il est évident* qu'un journaliste qui fait sa feuille et qui la distribue dans la rue, il n'est pas journaliste, il faut qu'il y ait un public qui le lise, on n'écrit pas pour son père ou sa mère. » (Entretien, commissaire journaliste.)

Cette dimension d'évidence caractérise le registre d'argumentation professionnel. Ces évidences, une fois inscrites dans le *vade-mecum*, ne sont plus explicitées. L'apparition de nouveaux profils modifie les limites de la catégorie. La frontière doit rester flexible afin d'accueillir ces nouveaux arrivants par l'élargissement des critères. D. Ruellan parle ainsi d'« une gestion fluide de l'espace » (2007, p. 205). Cela a été le cas pour les journalistes exerçant dans les entreprises audiovisuelles. C'est avec la loi du 29 juillet 1982 que la situation se clarifie. Elle stipule que « les journalistes exerçant leur profession dans une ou plusieurs entreprises de communication audiovisuelle ont la qualité de journalistes au même titre que leurs confrères de la presse écrite ». Ces entreprises sont celles qui diffusent des programmes, les mettent à disposition du public et sont déclarées ou autorisées à cette fin par ou auprès du CSA. C'est ensuite au tour des journalistes exerçant sur un support numérique d'être intégrés dans les années 2000 :

> « Pour Internet, on a commencé à donner la carte il y a plus de dix ans, sous l'impulsion de l'ancien président de la CCIJP. C'est clair que si on appliquait strictement la loi on ne donnait pas la carte puisque on a le statut de l'entreprise de presse en ligne qui vient juste de sortir, avant c'était un désert juridique. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

Cette position sur les journalistes Web, adoptée par la CCIJP dès 1998, a été suivie par le Conseil d'État dans un arrêt de 2007[45] : « Le recours à un mode de diffusion électronique, notamment sur un site Internet, ne fait pas obstacle par lui-même à la qualification de publication au sens de l'article L. 761-2[46] du Code du travail. » Ainsi, les acteurs chargés de délivrer la carte de presse l'attribuent à certains journalistes avant que la loi les y autorise. Ils influencent alors indirectement l'évolution de la loi.

Le *vade-mecum* mentionne enfin le cas des journaux gratuits. Face à des appréciations contradictoires des instances, la CCIJP établit son propre critère. La limite procède, ici encore, de la conception qu'ils se font d'une publication de nature journalistique (argument professionnel) : « *La proportion un tiers de rédactionnel pour deux tiers de publicité (petites annonces, placards, etc.) sera retenue comme le minimum acceptable* ». Il faut par ailleurs évaluer la nature de la publication.

4.2.2. La nature journalistique de la publication

Les commissaires de la CCIJP se penchent sur le contenu de la publication afin de déterminer si le support est de nature journalistique mais aussi sur la nature de l'entreprise. Une publication qui n'émane pas d'une entreprise de presse peut-elle être considérée comme journalistique ? Le Conseil d'État s'appuie sur la notion de publication et écarte celle d'entreprise de presse : « *La reconnaissance de la qualité de journaliste professionnel n'est pas nécessairement subordonnée à la condition que l'activité soit exercée au sein d'une entreprise de presse* » (arrêt de 2001[47]).

Cela explique que la carte de presse ait été accordée à un journaliste travaillant pour une entreprise de création d'œuvres audiovisuelles qui n'assurait pas la diffusion de ses produits[48]. La Cour de cassation, dans des procédures prud'homales, adopte un point de vue diamétralement opposé. Elle fonde son appréciation sur le caractère d'entreprise de presse de l'employeur, c'est-à-dire sur l'activité principale de l'exploitant de la publication, et non pas sur la publication elle-même. Dans une affaire de 2001, la Cour de cassation ne reconnaît pas un journaliste détenteur de la carte de presse le statut de journaliste professionnel. Bien que le journal soit une publication journalistique (articles d'opinion ou d'information), la Cour de cassation considère que ce journal, émanant du Syndicat professionnel des agriculteurs qui

[45] Arrêt n° 296389 du 26 juillet 2007.
[46] Ancienne dénomination du Code du Travail, cela correspond à l'Article L. 7111-3.
[47] Arrêt n° 219930 du 22 juin 2001.
[48] Arrêt n° 219829 du 5 avril 2002.

n'est pas une entreprise de presse, ne peut donner lieu au statut de journaliste professionnel (da Lage, 2003, p. 90). Ainsi, un titulaire de la carte de presse peut se voir refuser l'application de la convention collective des journalistes devant les Prud'hommes au motif de la divergence des définitions entre les instances. Ici, s'opposent alors deux arguments juridiques qui relèvent du même principe de respect du droit.

4.3. Des incompatibilités

La loi assimile aux journalistes professionnels les « collaborateurs directs de la rédaction, rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-réviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes »[49] dans la mesure où leur activité journalistique est principale, régulière et rétribuée. Certaines occupations sont cependant incompatibles avec l'obtention de la carte de presse. Les incompatibilités procèdent de considérations déontologiques. Tout d'abord, la loi exclut « les agents de publicité »[50]. Un journaliste peut accomplir des tâches publicitaires tant qu'elles restent très minoritaires dans son activité. Aucun niveau n'est précisé : le dossier doit passer en CCIJP dès que le montant des commissions d'ordre publicitaire devient « *trop important* » (extrait du *vade-mecum*). L'exclusion des agents de publicité provient du souci, exprimé dès la charte de 1918, que le journaliste « *ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière* ». Les journaux étant souvent dépendants financièrement de la publicité, cela permet d'éviter le mélange des genres publicitaire et journalistique, bien étudiés dans les travaux de V. Patrin-Leclère (2012), qui met au jour les hybridations croissantes entre les champs rédactionnel et publicitaire. Elle prend l'exemple d'un photoreportage « Kibboutz Spirit » publié en juin 2009 dans le magazine *Next* (supplément de *Libération*), dans lequel les photos présentées comme des « instants volés » de la communauté sont en fait une mise en scène photographique des habitants du kibboutz à la faveur d'une marque de vêtements. Cette exclusion du genre publicitaire paraît d'autant plus importante aux commissaires de la CCIJP que la confiance des français en les médias décroît : le chiffre selon lequel 59 % d'entre eux ne croient pas que « les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions de l'argent » (selon le baromètre de confiance dans les médias, publié par TNS Sofres, 2009) est régulièrement cité.

[49] Article L. 7111-4 du Code du travail.
[50] Article L. 7111-4 du Code du travail.

Ensuite, un arrêté du 23 octobre 1964 précise que les fonctions de chargé de relations publiques et d'attaché de presse sont incompatibles avec le statut de journaliste professionnel, même si celles-ci ne représentent qu'une infime partie des activités du demandeur. Enfin, cédant à une ancienne revendication du SNJ, une dernière incompatibilité apparaît en 1983 dans un arrêt[51] du Conseil d'État : le statut de fonctionnaire ou d'agent public contractuel devient incompatible avec celui de journaliste professionnel. Dans cette affaire, une personne qui assurait contractuellement les fonctions d'attachée de rédaction, au centre d'information d'une municipalité, y exerçant une activité de nature journalistique, à titre principal et qui est régulière et rétribuée, s'est vue refuser la délivrance de la carte. Pour le rapporteur public, ces revues sont en fait « *une forme élaborée d'un bulletin municipal* ». De même, en 1997, la carte a été refusée à un agent public contractuel d'une chambre de commerce et d'industrie, bien qu'il exerce des fonctions de journaliste[52]. La mission de service public administratif est incompatible avec le statut de droit privé du journaliste professionnel et rendrait impossible l'évocation de la clause de conscience. Dans les cas où le fonctionnaire ou l'agent public est employé à temps partiel (maximum à mi-temps) et exerce une activité journalistique à côté, la CCIJP se laisse le soin de juger, au cas par cas. L'exclusion des chargés de relations publiques et des attachés de presse, c'est-à-dire des professionnels de la communication, permet d'éviter le mélange des genres entre le journalisme et la politique. La justification est la même pour exclure les fonctionnaires et les agents publics. Comme le rappelle la charte de 1918, un journaliste ne doit pas « *toucher d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées* ». Ainsi, alors qu'un commissaire journaliste de la CCIJP explique en entretien que les instances ne tiennent pas compte de critères déontologiques, dans la mesure où elles s'intéressent à la *nature* et non à la *qualité* du travail, il fait à cela une exception : « *On ne fait pas de déontologie, encore qu'il y ait des exceptions : on ne donne pas la carte à des attachés de presse, des fonctionnaires etc.* »

Ces interdictions permettent de décloisonner les champs journalistiques d'une part, les champs économique, publicitaire et politique d'autre part. Cela répond à une volonté d'indépendance des journalistes. Cependant, ici encore, les différentes logiques s'entremêlent. En effet, D. Ruellan montre que, dans le cas de l'exclusion des fonctionnaires, il se joue également une défense des intérêts professionnels de la catégorie (2007, p. 65). Ces

[51] Arrêt n° 59289 du 30 mai 1986.
[52] Arrêt n° 165347 du 24 octobre 1997.

professionnels concurrencent le journaliste dans la mesure où ils accèdent plus facilement à l'information, ce qui constitue une pratique déloyale. Ces dispositifs juridiques traduisent donc à la fois la prise en compte des spécificités professionnelles et la volonté de protéger le journaliste.

Les décisions plurielles et la confrontation des argumentaires et des principes permettent de définir une limite (non figée) entre la catégorie juridique de journaliste professionnel et les journalistes non professionnels qui en sont exclus (personne qui exerce une activité journalistique mais ne peut prétendre au statut de journaliste professionnel). Il reste désormais à qualifier ce qu'est cette activité journalistique.

Section 5. Les opérations de qualification : journalisme et non journalisme

En statuant sur la délivrance ou le refus de délivrance de la carte de presse, les représentants des instances opérationnalisent la définition du journaliste professionnel et dressent trois distinctions : entre la création et la technique, l'information et la communication et l'information et le divertissement.

5.1. Tenter de définir l'activité journalistique

Le journaliste professionnel est également défini par l'« exercice de sa profession » mais ses caractéristiques ne sont pas précisées dans la loi.

5.1.1. Définir le journaliste par son activité

Dans les professions et catégories socioprofessionnelles de l'INSEE, les journalistes appartiennent aux « professions de l'information, des arts et du spectacle » dans les « cadres et professions intellectuelles supérieures »[53] et sont définis par leur activité (cf. encadré 4).

[53] Cette catégorie (PCS 35) a été créée de toute pièce en 1982. Avant la refonte des PCS, les journalistes appartenaient à la CSP « instituteurs ; professions intellectuelles diverses » (Desrosières A., Thévenot L., p. 79). Cette nouvelle classification est « étroitement liée aux opérations de représentation d'une société » (*op. cit.*, p. 7). Elle est le résultat de la mobilisation des catégories ordinaires. Cette réforme « les promeut » dans un groupe supposant un niveau d'études supérieurs (Neveu, 2004, p. 29).

Encadré 4 - La catégorie statistique de journaliste (INSEE)

« Les professionnels, salariés ou non, apportant leur concours à la publication de journaux, revues et autres supports de diffusion (y compris audiovisuel), par la rédaction de textes écrits ou la présentation de documents photographiques ou audiovisuels. La mission-type consiste généralement à recueillir des informations sur les faits saillants de l'actualité, puis à exposer ces derniers, avec l'accompagnement éventuel d'analyses ou de commentaires. Elle peut consister également en la tenue de chroniques ou la présentation résumée de divers sujets, traités de manière spécialisée. Les dessinateurs et illustrateurs de presse sont à classer dans cette rubrique si leur production vient directement en accompagnement des informations traitées (dessinateur reporter, dessinateur de croquis d'audience...). »

Si cette définition se fonde sur l'activité concrète du travailleur, la définition juridique n'en tient pourtant pas compte.

5.1.2. L'exercice de la profession

La définition du journaliste dans le Code du travail est autoréférentielle. Le journaliste professionnel est défini par « l'exercice de sa profession » laquelle n'est pas définie. La proposition de loi Guernut de 1933 qui a donné lieu à la loi de 1935 donnait pourtant une définition plus précise de l'activité journalistique. Le rapport Vistel (1993) a proposé une modification de la loi afin de préciser la nature de l'activité journalistique : « Le journaliste effectue un travail intellectuel en vue de fournir une information ayant un lien avec l'actualité ». Dans l'attente d'une éventuelle modification législative, les instances chargées de délivrer la carte de presse doivent définir ce qu'est l'activité journalistique afin de rendre la définition du Code du travail opératoire. Ainsi, selon la jurisprudence interne de la CCIJP, parmi les « *trois critères fondamentaux à prendre en considération lors de l'examen des dossiers* », il y a « *la fonction exercée* ». Ainsi, comme en témoigne un ancien président journaliste de la CCIJP (entretien) : « *Certains disent que la Commission attribue la carte sur des critères uniquement économiques et financiers, ce qui est faux car notre principal critère pour attribuer la carte c'est de regarder si la personne fait du journalisme.* » C'est l'application de ce dernier critère qu'il s'agit d'étudier à présent.

5.2. Création, exécution, technique

Les acteurs chargés de délivrer la carte de presse tracent une première frontière entre les activités journalistiques (création et lien avec l'actualité) et les activités techniques (exécution).

5.2.1. La dimension créative

L'activité journalistique n'est pas définie dans le Code du travail. Les acteurs chargés de délivrer la carte mobilisent donc leur vision du journalisme pour fixer les contenus de cette activité. Renvoyant au stéréotype du journaliste comme travailleur intellectuel, l'activité du journaliste ne doit pas être seulement technique. Un commissaire journaliste de la CCIJP explique : « *Dans notre conception du journalisme, il y a la création. Il faut faire la différence entre la création et l'exécution* » (entretien). La Commission supérieure et le Conseil d'État partagent ce critère de « créativité ». Dans un arrêt[54] du Conseil d'État, le journaliste est ainsi défini comme celui dont la contribution ne se limite pas à la technique :

> « La personne qui, soit par la rédaction d'articles d'actualité générale ou sur des sujets spécialisés, et notamment professionnels, soit par la conception, la réalisation ou la présentation d'émissions d'information, apporte une *contribution intellectuelle* ou de création à l'entreprise à laquelle elle apporte son concours. Ne peut en revanche se voir reconnaitre cette même qualité une personne qui n'apporte qu'une *contribution technique*, alors que celle-ci comporte, pour la bonne exécution du travail, certains choix et ne se borne pas à une pure exécution. »

En 2005, treize chefs opérateurs son exerçant chez France 3 déposent des recours devant le Conseil d'État. Ils sont rejetés au motif que leur participation se limite à la « fabrication » de reportages, sans qu'ils prennent part à leur « conception » ou au choix des sujets. Comme l'explique le rapporteur public, « *ils interviennent dans la fabrication* [mais] *pas dans la conception du reportage* ». Cette décision fait écho à un arrêt[55] de 1989 dans lequel une secrétaire d'édition de France 3 s'était vue refuser la carte au motif qu'elle « *fournissait principalement une assistance technique* […] *et n'exerçait pas le travail de conception que comporte la profession de journalistes* ». Dans des cas ambigus, c'est la conception de ce qu'est le journalisme qui permet de trancher.

5.2.2. Le rapport à l'actualité

Cette dimension de conception se double d'un second critère professionnel : celui du rapport à l'actualité. La jurisprudence s'est durcie : les commissaires veillent davantage au rapport à l'actualité. En plus de la dimension créative, la place de l'information est désormais centrale : « *Dans les dessinateurs, à une époque on donnait la carte à tout le monde, même à*

[54] Arrêt n° 270289 du 20 avril 2005.
[55] Arrêt n° 85366 du 12 juin 1989.

ceux qui faisaient des petits Mickey […] *Depuis, ils ont fait un peu attention* » explique un commissaire employeur (entretien).

Pour illustrer ce critère, le cas d'une personne qui participait à la rédaction de deux almanachs et à qui la carte a été refusée (en première instance) au motif que son activité s'apparente à celle d'un historien et non d'un journaliste, est exemplaire. Le Conseil d'État considère que son travail doit être regardé comme une activité journalistique « *compte tenu des thèmes et de la manière dont ceux-ci sont traités dans les publications* » puisqu'ils ont un rapport avec l'actualité[56]. De même, la carte a été délivrée à une personne dont l'activité consistait à illustrer des fiches destinées à présenter des méthodes et des techniques de jardinage dans la mesure où « *les illustrations en question présentent en l'espèce un caractère suffisant de rapport avec l'actualité pour que le dessinateur puisse être qualifié de reporter* »[57]. Ainsi, ce sont des arguments professionnels qui sont mis en avant ici. On n'assiste pas alors à une confrontation entre plusieurs principes mais à la mobilisation de références professionnelles face à l'absence de règles juridiques formelles.

5.3. Information et communication

Les instances se sont ainsi attachées à distinguer l'activité journalistique et l'activité promotionnelle en référence à un principe déontologique (*supra*). Ce qui relève de l'information doit être différencié de ce qui relève de la promotion, comme dans cet exemple des chaînes de télévision associés à un club de football professionnel :

> « On a dans un consensus décidé qu'on ne donnait plus la carte aux télés des clubs de foot, parce que ça relève plus de la communication que de l'information. Par contre on peut donner la carte à des journaux de fédération sportive. Parce que dans ces cas là, c'est plus le journal d'une passion. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

La CCIJP refuse de délivrer la carte à des publications qui sont le prolongement promotionnel d'une activité non journalistique. Cette distinction est également adoptée par la CSCIJP et par le Conseil d'État. Les arrêts Canal +[58] de 2001 sont, à ce titre, significatifs. L'illustrateur des programmes présentés dans les magazines Canal + et Canal Satellite et la rédactrice en chef des magazines se sont vus refuser l'obtention de la carte de presse au motif que « *les activités des intéressés comportaient un aspect promotionnel prédominant* ». Le Conseil d'État a en effet considéré que « *les publications n'ont pas pour objet de proposer*

[56] Arrêt n° 99402 du 22 mai 1992.
[57] Arrêt n° 170320 du 24 octobre 1997.
[58] Arrêts n° 206090 du 22 juin 2001 et n° 208526 du 24 octobre 2001.

aux personnes auxquelles elles sont adressées des articles d'information et d'opinion, mais de fournir un service de présentation et de promotion des programmes des chaînes de télévision du groupe Canal + ». Une décision[59] équivalente avait été prise en 1996 pour une rédactrice de *France Hebdo*, dont le travail consistait à faire connaitre à la presse les programmes de la chaîne de télévision Antenne 2.

Face à la porosité de la frontière entre communication et information, des décisions contradictoires sont prises, car elles procèdent d'une « qualification des faits » différente. La CCIJP, confirmée par la CSCIJP, a ainsi refusé la carte à cinq demandeurs exerçant des fonctions de rédacteurs dans la revue *Grandes Lignes*, publication gratuite distribuée auprès des usagers de la SNCF, considérée comme « *une publication d'accompagnement* » c'est-à-dire de promotion de la SNCF. Signe de cette ambiguïté dans la définition, le Conseil d'État a cassé ces décisions en 1997, considérant que « *si* [la revue] *comporte systématiquement plusieurs pages dont le contenu fait la promotion de la SNCF et des services qu'elle offre* », elle présente également *« de nombreux articles d'information et d'opinion* ». La nature du travail est donc journalistique. Cette question s'est à nouveau posée en décembre 2011, quand le tribunal administratif a été saisi du cas d'un rédacteur aux magazines *Palace Costes* et *Exporama*. Ces magazines sont mis à disposition gratuitement dans les établissements Costes. La délivrance de la carte lui a été refusée par la CCIJP et la CSCIJP[60] au motif que ces magazines ont une activité promotionnelle déguisée :

> « Les articles d'actualité artistique et culturelle y figurant sont rédigés systématiquement de façon favorable aux sujets ou personnes qu'ils évoquent sans aucun souci critique, constituant essentiellement des rédactions ou illustrations d'accompagnement ; qu'ils apparaissent ainsi comme des articles de promotion de nature à favoriser des transactions commerciales avec les établissements concernés. »

Signe de la difficulté à apprécier la limite entre l'information et la communication, le tribunal administratif de Paris a pris une décision[61] inverse, considérant que la CSCIJP a fait « *une erreur de qualification des faits* » dans la mesure où le contenu relève de l'information et non de la promotion.

> « Si la revue *Palace Costes* a un contenu essentiellement publicitaire et promotionnel, la revue *Exporama*, même si elle est diffusée gratuitement, contient de nombreux articles d'information et d'opinion sur l'actualité culturelle et artistique. La circonstance que ces revues comportent des illustrations et articles qui ont pour objet des transactions commerciales avec

[59] Arrêt n° 153301 du 21 octobre 1996.
[60] Dossier n° 112853, décision du 12 avril 2010.
[61] Jugement n° 1011417/6-3 du 8 décembre 2011.

des annonceurs publicitaires ne suffit pas pour priver le requérant de la qualité de journaliste. » (Extrait des conclusions du rapporteur public, prononcées au cours de l'audience publique du 24 novembre 2011.)

Suite à cette décision, la CSCIJP a réexaminé le dossier du requérant et lui a délivré une carte de presse en mars 2012, au titre de l'année 2009. Dans ce cas, le tribunal administratif de Paris a donc évalué différemment le contenu d'une activité journalistique. Derrière une rhétorique juridique, ce sont deux principes professionnels qui s'opposent ici.

5.4. Information et divertissement

Enfin, l'information doit être définie par rapport au divertissement. Ici encore, les acteurs qualifient certaines activités de manière à établir des références communes qui permettent de rapprocher, par des décisions équitables, des situations distinctes. Les convictions déontologiques se retrouvent dans la démarcation entre l'information et le divertissement, comme le montre cet extrait d'entretien :

« Demain vous allez donner la carte aux gens qui sont chez Drucker parce qu'ils reçoivent Jacques Chirac et qu'il y a un reportage de deux minutes sur sa vie après la retraite et après-demain etc. La question c'est où mettre la frontière pour que ça soit le moins inéquitable possible. *Je pense* qu'il vaut mieux mettre la frontière avant Fan 2 [émission de divertissement sur l'actualité des stars] qu'après. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

Le raisonnement n'est pas fondé sur un argumentaire juridique ou professionnel mais bien sur une conviction personnelle : « je pense ». Ainsi, l'application de la règle est à la fois « une question de doctrine, de philosophie et de tactique aussi » explique un commissaire journaliste de la CCIJP (entretien). Cet extrait d'entretien résume bien l'idée développée :

« Comme il n'y a aucun texte qui dit le journaliste c'est ça il faut remplir telle et telle conditions, et bien forcément on a une approche d'ordre morale. On n'a pas un cerveau qui permet de nous dire le journaliste c'est ça donc on a recours à la moral. Il y a forcément une conception morale du journalisme qui rentre en compte […] Sur les cas limites il y a dans la *conscience* individuelle de chacun des conceptions qui prévalent. » (Entretien, commissaire journaliste CCIJP.)

Il s'agit ainsi de distinguer ce qui relève d'une activité journalistique d'une activité d'animation. Il existe beaucoup de cas limites dans l'audiovisuel. Ces questions ne sont pas nouvelles. Dans les années 1990, la question a été soulevée pour des émissions de France Culture. Une ancienne commissaire journaliste de la CCIJP raconte ainsi : « *à l'époque, aucune émission de France Culture, sauf les journaux, n'étaient reconnues comme des émissions d'information* ». Actuellement, les litiges portent sur les magazines dits « d'enquête » ou « de société ».

> « On a des magazines, par exemple des magazines sur des stars, il y en a de plus en plus. On les voit souvent passer dans nos cas limites. Globalement aujourd'hui la Commission estime que ce n'est pas fondamentalement du journalisme. On a des gens qui ont une formation de journaliste, qui ont été journalistes avant et qui vont courir derrière les stars. On estime que ces émissions, ça dépend desquelles, il faudrait les prendre une par une, que ce sont plutôt des émissions de divertissement. » (Entretien, commissaire journalistes de la CCIJP.)

Sur ces magazines, la CSCIJP est moins stricte que la Commission de première instance. Elle a statué de manière positive pour de nombreuses émissions comme « Le grand frère » ou « Confessions intimes ». Un cas similaire a été traité au cours d'une séance d'observation à la CSCIJP. Pour la CSCIJP, ce type d'émission rentre dans l'information dans la mesure où ce sont « des émissions documentaires et pédagogiques »[62].

> Une jeune femme se présente devant la CSCIJP, environ 25 ans. Après avoir conclu à la recevabilité de la demande et exposé le motif de rejet en CCIJP, le président lui donne la parole. Elle explique qu'elle produit des sujets pour le magazine « Chacun son histoire ». Elle détaille la manière dont elle construit ses sujets et dont elle mène les enquêtes. Pour elle, cette émission présente une dimension informative car elle va « au bout des choses ». Le président précise qu'ils ont déjà statué [positivement] sur des cas similaires. (Notes d'observation, CSCIJP, 2011.)

Le cas des « animateur-journalistes » pose également problème. La jurisprudence interne de la CCIJP y fait une mention particulière et précise : « *cette qualification, souvent utilisée dans l'audiovisuel, doit conduire à un examen attentif du dossier. Il s'agit en effet d'un statut souvent ambigu* » (extrait du *vade-mecum*). Le cas des journalistes de l'émission « Le Petit Journal » (Canal+) a notamment posé problème. Dans un entretien accordé à un site Internet, le président de la CCIJP précise que cette émission est classée dans la grille de la chaîne du côté « *divertissement* » et non « *information* »[63]. Selon des commissaires journalistes, il a fallu deux heures pour traiter des cinq demandes en commission plénière. Deux personnes ont eu la carte de presse car ils mènent des enquêtes de terrain tandis qu'elle a été refusée aux trois autres. Ici encore, ce sont deux visions du professionnalisme journalistique qui s'affrontent.

Par ces opérations d'évaluation, les instances définissent des repères qui « facilitent le lien entre le jugement qui généralise et l'action ou la situation circonstancielles sur lesquels il porte ». C'est par ce mécanisme de généralisation que se définissent activité journalistique et non journalistique, dans la mesure où elles ouvrent « plus largement sur l'attribution de

[62] Dossier n° 116286, décision du 5 décembre 2011.

[63] Consultable sur [URL : http://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/article/information/70327/le-petit-journal-n-est-pas-une-emission-d-information.html], consulté le 26 septembre 2013.

qualités à des personnes et à des choses » (Thévenot, 1992). Les décisions rendues par les trois instances montrent l'entrecroisement de plusieurs principes d'évaluation. La limite entre ceux qui sont dans ou hors de la catégorie se déplace en fonction de la force de chacune de ces conceptions.

Conclusion

Pour appliquer la loi qui définit le journaliste professionnel, trois instances sont chargées d'interpréter le texte et concourent à « opérationnaliser » la définition. À cette occasion, plusieurs principes d'évaluation, complémentaires ou concurrents sont avancés : le respect du droit, des principes professionnels, déontologiques ou le souci de protéger le salarié. Une pluralité d'arguments liés à ces principes est avancée dans les décisions pour expliquer l'évaluation. Les raisonnements tenus dans les différentes instances peuvent aboutir à ces décisions contradictoires, ce qui confirme une certaine « interprétativité [non radicale] du droit » (Jeammaud, 1990). Par leurs décisions, les instances établissent les limites de la catégorie de journaliste professionnel. Le journaliste professionnel est salarié pour une publication de nature journalistique dans laquelle il crée de l'information en rapport avec l'actualité, ne fait pas de communication ou de divertissement. Les limites sont évolutives et dépendent de la force de chacun des principes d'évaluation. Ce travail sur l'application de la loi permet de ne pas penser la catégorie de journaliste professionnel comme une catégorie figée qui serait le fruit d'une application mécanique de la loi. En mettant au jour une pluralité de principes d'évaluation, cette catégorie est envisagée dans sa dynamique. La définition se modifie en fonction des rapports de force entre ces différentes conceptions (fonction sociale du droit)

L'analyse des membres individuels de la catégorie étant achevée, il faut, pour finir, en étudier les supports collectifs. La catégorie juridique de journaliste professionnel se définit à partir du statut individuel inscrit dans le Code du travail. Bénéficie-t-elle d'un statut collectif qui viendrait compléter sa définition ?

Chapitre 3. Protéger, réglementer et encadrer la profession : du statut individuel aux garanties collectives

Individuel et collectif dans le contrat de travail

Les journalistes professionnels bénéficient d'un statut de salarié inscrit dans le Code du travail depuis 1935, lié à l'instauration d'une carte d'identité[1]. Le contrat de travail individuel que signe le journaliste avec son employeur lui permet de se prévaloir des dispositions générales instituées dans le droit du travail pour tous les salariés (sur les congés, la retraite, le chômage, etc.) avec des dispositions spécifiques pour les journalistes (les indemnités de départ, les modalités de rupture du contrat avec la clause de conscience etc.). Le journaliste, lié à son employeur par un contrat, est donc à la fois membre de son entreprise (collectif de travail) et s'inscrit parmi l'ensemble des titulaires du statut par cette règlementation commune (groupe professionnel). Une partie des journalistes considère que les dispositions collectives régies par le droit du travail sont insuffisantes pour protéger leur profession et ont souhaité que leur soient alloués d'autres avantages spécifiques. Au cours d'un atelier sur la collectivité des journalistes réunissant des professionnels en novembre 2011, une représentante syndicale explique par exemple que « *le statut de 1935 est un rempart individuel mais qu'il faut un rempart collectif* » (notes d'observation, Assises internationales des journalistes, 2011). Au cours de cet atelier, et malgré la présence de nombreux syndicalistes, très peu de références sont faites aux garanties collectives instituées dans le salariat et à l'action collective des salariés. Les journalistes revendiquent la mise en place de « garde-fous » collectifs qui seraient spécifiques à leur profession (et pas seulement ceux institués par le droit du travail qui, spécifiques ou non à la profession, sont liés à la condition salariale). Ces revendications apparaissent parallèlement au travail d'instauration d'un statut individuel et lui sont complémentaires. Elles sont distinguées ici[2] par souci de clarté. Les trois garanties collectives propres aux journalistes et extérieures au droit du travail qui sont régulièrement réclamées depuis la fin du XIXème siècle sont : un statut spécifique pour l'entreprise, un code de déontologie et une instance chargée de l'appliquer.

[1] Voir Chapitres 1 et 2.
[2] La constitution du statut individuel est l'objet du Chapitre 1.

Construire des revendications

Les premières réclamations autour de droits collectifs spécifiques à la profession (à côté de ceux du droit du travail) se développent dès la fin du XIXème siècle. L'idée d'un statut spécifique à l'entreprise de presse, d'une charte et d'une instance éthique se précise parallèlement à la naissance du Syndicat national des journalistes (SNJ) en 1918. Présenter ces différentes initiatives permet d'expliquer comment et dans quel but ces revendications sont nées, mais aussi d'observer la constitution d'acteurs collectifs à même de les porter. Ces revendications correspondent en fait à une « idéologie professionnelle » qui cherche à compenser la subordination salariale inhérente au contrat de travail par des dispositions législatives en charge d'assurer l'autonomie (non pas juridique mais d'exercice) en mettant en avant les spécificités de cette activité professionnelle liée à l'intérêt général. Comme dans le cas de la médecine, l'enjeu est de mettre en place des mécanismes juridiques spécifiques pour concilier l'indépendance professionnelle (indépendance technique) et l'activité salariée (contrôle administratif et subordination juridique) (Chaumette, 2000) qui témoigneraient du caractère singulier de cette profession et en permettrait la distinction.

Comment ces exigences ont-elles évolué au cours du XXème siècle et jusqu'à aujourd'hui ? Après un siècle de revendications, et malgré la récurrence des demandes, le statut de journaliste professionnel n'a pas été complété par des dispositions spécifiques en dehors du Code du travail. Ces échecs apparents témoignent de la tension entre un modèle de profession libérale fermée et la généralisation du salariat qui ne permet pas aux journalistes, contrairement aux médecins (Chaumette, *op. cit.*) ou aux architectes (Champy, 2001) de bénéficier de dispositifs d'autorégulation. La répétition des revendications et de leurs échecs atteste du caractère « classique » du travailleur journaliste qui est un salarié dans une entreprise comme les autres. Cela justifie la posture selon laquelle il faut étudier le journaliste comme un salarié, de même nature que les autres salariés, afin de compléter les résultats de la sociologie des journalistes qui en a étudié les dimensions singulières. On réinterroge ainsi les catégories « journalistes » et « entreprises de presse ».

Méthodologie et corpus

De nombreux travaux historiques permettent de retracer la constitution de ces causes, leur parcours et leur degré de réalisation. Cependant, il ne s'agit pas seulement d'en tracer la « balistique » (Chateauraynaud, 2011), mais aussi de voir comment ces revendications se cristallisent aujourd'hui. Les initiatives en faveur d'une réglementation spécifique des

entreprises et de l'activité journalistique (codes et instances) sont portées par trois types d'acteurs sectoriels : les syndicats de journalistes, la Fédération puis le Forum des sociétés de journalistes[3] et des associations de journalistes, et notamment l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP)[4]. Le travail d'entretiens (avec des syndicalistes et représentants des sociétés de journalistes), d'observations (de dix-sept réunions de l'APCP entre avril 2011 et décembre 2012, cf. annexe 3), de consultations d'archives et de documents, nécessaires à l'analyse des mobilisations de ces différents acteurs (qui est développée dans la deuxième partie de la thèse) permet de saisir le contenu de leurs revendications sur ces questions[5]. L'APCP édite une publication mensuelle qui porte sur ces questions. Les vingt premiers numéros de ce bulletin (entre novembre 2010 et septembre 2012, voir notamment l'annexe 20) apportent de nombreux éléments sur la position des professionnels. Dans une dynamique socio-historique, il s'agit d'étudier ces revendications et les acteurs qui les portent sur le long terme.

À côté des acteurs, il a également fallu analyser le travail effectué dans plusieurs « lieux où l'on cause » (Dollé, 2011, p. 42). Ces réflexions sont tout d'abord menées au sein de l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI), créé en septembre 2012. J'ai assisté aux quatre réunions préparatoires à sa création (entre janvier et septembre 2012) puis à ces trois premières réunions (entre septembre et décembre 2012) et à son assemblée générale en avril 2013 (cf. annexe 3). Je reviendrai sur ma position au sein de l'APCP et de l'ODI dans le chapitre 6 qui porte plus spécifiquement sur ces associations. Par ailleurs, j'ai assisté à différentes manifestations comme membre du public. Les Assises internationales du journalisme, qui réunissent sept à huit cents professionnels et citoyens sur trois jours à l'automne, sont également un lieu de débat sur les garanties collectives des journalistes. Comme je l'ai mentionné dans l'introduction générale[6], j'ai participé à l'édition de novembre 2011 dont le thème était « Transparence », à celle d'octobre 2012 dont le thème était « Indépendance » (Poitiers), puis à une édition spéciale à Paris en juin 2013 consacrée plus

[3] Les sociétés de journalistes réunissent les membres d'une rédaction dans un titre et feront l'objet du chapitre 5. Elles se rassemblent dans une Fédération (1967) puis dans un Forum (2003) qui ont été porteurs de ces revendications.

[4] Les formes de mobilisation et de légitimité de cette Association feront plus spécifiquement l'objet du sixième chapitre.

[5] La seconde partie de la thèse interroge la constitution, la complémentarité et la concurrence entre ces différentes organisations. Il s'agit ici d'étudier le contenu de leurs revendications et dans la seconde partie la nature et la forme de leurs mobilisations. La méthodologie pour étudier chaque acteur sera présentée à ce moment là.

[6] Voir le point 5.3.3. de l'introduction générale et l'annexe 3.

spécifiquement à la déontologie et à l'éthique. La Conférence nationale des métiers du journalisme (CNMJ) rassemble annuellement une partie de la profession intéressée aux questions de formation des journalistes et des représentants des écoles de journalisme (reconnues ou non). J'ai assisté au Grand Palais, à Paris, à sa deuxième (septembre 2011) et à sa troisième édition (septembre 2012). Enfin, l'Alliance internationale de journalistes réunit régulièrement des journalistes et des chercheurs au sein de son conseil d'administration depuis 2004 (dont je suis membre depuis janvier 2013)[7]. Cette association souhaite promouvoir des réflexions sur la responsabilité des journalistes et des médias envers la société (livrets, panorama éthique des démarches de presse[8], etc.). C'est également un lieu de réflexions et de propositions autour de ces questions. L'observation de ces différents lieux (et des acteurs qui y interagissent en y participant ou en étant membre du public) permet de dresser l'état de ces revendications aujourd'hui. Si d'autres rencontres (« Les entretiens de l'information » notamment) n'ont pas fait l'objet d'observations approfondies comme c'est le cas des évènements précédemment cités, c'est parce que les personnes présentes et les éléments de réflexion y sont redondants.

Il s'agit de présenter ces initiatives, d'en expliquer les raisons, de mesurer le chemin parcouru et de comprendre pourquoi elles se sont systématiquement soldées par un échec. On s'intéressera tour à tour aux trois revendications : un statut pour l'entreprise de presse (1), un texte de déontologie (2) et une instance éthique (3).

Section 1. Protéger : un statut d'entreprise d'intérêt général

Le premier « garde-fou » collectif pour lequel les journalistes salariés se sont battus est l'instauration d'un statut spécifique pour les entreprises productrices d'information qui les emploient. Afin de les démarquer des entreprises « classiques », des journalistes souhaitent que leurs entreprises bénéficient d'une législation distincte. Si elles jouissent finalement de certaines mesures spécifiques, elles demeurent des entreprises soumises potentiellement aux pressions économiques et indirectement à l'État.

[7] Voir ici encore l'introduction générale, 5.3.3.

[8] [En ligne] : [http://panorama.alliance-journalistes.net/bdf/fr/index.html], consulté le 7 juillet 2013.

1.1. Une structure « comme les autres » ?

Il n'y a pas de manière non problématique de qualifier la structure pour laquelle travaillent les journalistes. On parle en général de « l'entreprise de presse » qui produit de « l'information » prise dans l'économie des « médias ». Cependant, ces termes sont sujets à controverses. Une fois cette structure définie, sa spécificité sera interrogée.

1.1.1. Société et entreprise

L'activité de production de l'information s'est progressivement rassemblée dans des entreprises, parallèlement à la salarisation des producteurs d'information. Dans la loi de 1881 sur la liberté de la presse, il n'est pourtant pas fait mention de la structure juridique qui emploie les journalistes mais de son directeur ou de son gérant[9] et de son produit : « publication », « journal » ou « écrit périodique »[10]. Il n'existe pas de définition précise et unique de l'entreprise. Dans le travail fondateur de R. Sainsaulieu, il ne définit pas l'entreprise comme « un simple appareil de production » mais comme « l'institution centrale d'une société » (1990, p. 15). L'entreprise est définie juridiquement à travers les concepts de bien et de contrat mais n'est pas un sujet de droit en soi. Juridiquement, c'est le terme « société » qui est utilisé et qui renvoie aux possesseurs du capital. Ce terme occulte en partie la dimension collective de l'entreprise : les travailleurs d'une « société » agissent en vue d'une « entreprise » commune. Ce ne sont pas les contours juridiques de la société qui doivent être étudiés mais son épaisseur sociale, qui va au-delà de la somme des biens et des contrats puisque l'entreprise est à la fois un lieu de production, une organisation et une institution (Thuderoz, 1997) et représente une communauté pratique de travail (Boisard, 2012). Elle est composée de l'ensemble des acteurs qui se sentent y appartenir et concourent à sa réussite. Elle peut être à ce titre définie comme un « être collectif » qui ne se réduit pas à une organisation marchande en quête de profit (Hatchuel, Segrestin, 2012, p. 15). Cette acception de l'entreprise voit le jour à la fin du XIXème siècle. Avant cela, l'entreprise se réduit à l'entrepreneur qui prend un risque. Le tournant s'opère parallèlement à la rationalisation de la production qui pousse à « une organisation collective de l'activité » (*op. cit.*, p. 32) dans laquelle les relations de travail ne sont pas organisées comme des prestations de service (relation marchande) mais par un contrat de travail (relation de coopération) (*op. cit.*, p. 36)

[9] Voir Chapitre 1 : 1.1.3.

[10] Cette confusion persiste aujourd'hui : Le Monde produit *Le Monde*.

La notion d'« unité économique et sociale »[11] atteste bien de ce que recouvre la notion moderne d'entreprise : au-delà des dimensions économiques de l'activité, l'entreprise est le support du collectif et des relations professionnelles.

Dans les entreprises qui les emploient, les journalistes ne sont pas les seuls salariés. Lorsqu'une entreprise a pour objet la production de l'information (journal, magazine, vidéo, bande son) le travail des journalistes est jugé fondamental mais ne peut être concrétisé sans le concours des autres catégories socioprofessionnelles : techniciens, ouvriers, employés et cadres. La monographie que j'ai réalisée au journal *Le Monde*[12] montre que les salariés qui ne sont pas journalistes s'impliquent autant que les journalistes dans la défense de leur entreprise (au double sens de leur société et de leur mission collective), puisque au-delà de la production, ils s'associent au processus d'écriture (pourtant travail purement journalistique), comme en témoigne ce cadre après la mise en vente du Groupe Le Monde (novembre 2010) :

> « J'aimerais avoir des investisseurs les plus neutres possible. Je n'ai pas envie qu'on perde notre autonomie, j'ai envie qu'*on* puisse écrire ce qu'*on* veut, qu'on continue à définir nos priorités. » (Entretien, cadre du *Monde*.)

Pourtant, ces autres catégories professionnelles ne sont pas impliquées dans les réflexions collectives sur la possibilité de doter les entreprises productrices d'information d'un statut spécifique. Cette réflexion reste le privilège des journalistes. Une certaine partie d'entre eux ne travaille pas *dans* l'entreprise (pigistes) mais bien *pour* l'entreprise. C'est le qualificatif de cette entreprise commune qu'il faut désormais définir.

1.1.2. Média, presse, information

Le terme « média » n'est pas opportun pour parler des entreprises pour lesquelles travaillent des journalistes (en collaboration avec les autres catégories professionnelles). « Il se prête à de multiples acceptions et interprétations qui fournissent d'entrée de jeu la preuve que toute tentative de définition unifiée s'avère vaine » explique R. Rieffel (2005a, p. 29). En effet, les médias sont à la fois l'ensemble des techniques de production et de transmission de messages, le message en tant que tel, mais aussi l'organisation économique, sociale et symbolique qui traite ces messages (*op. cit.*, p. 31). Les médias n'ont pas seulement un contenu informatif, mais aussi de communication et de divertissement (le support numérique et la téléphonie y sont inclus), et sont donc plus larges que le secteur dans lequel exercent les journalistes. En revanche, le terme « presse » peut être jugé trop restrictif dans la mesure où il

[11] Article 2322-4 du Code du travail.
[12] Elle fera plus spécifiquement l'objet du chapitre 8.

s'assimile à la production écrite (papier ou numérique) d'où seraient exclus le filmé (télévision) et le parlé (radio). Dernière option, on propose de définir l'entreprise par son activité : l'entreprise de « production d'information ». Cette formule présente l'avantage d'intégrer l'ensemble des supports tout en excluant la communication et le divertissement. Cependant, les journalistes professionnels salariés ne sont pas les seuls à produire de l'information. Cet échange à propos de la définition de l'objet social de l'Observatoire de la déontologie de l'information est exemplaire de ce débat sémantique :

> « Journaliste 1 : De qui on va regarder le travail ? Seulement des titulaires de la carte de presse ? Ou aussi des bloggeurs etc. ? Sur les radios libres, ce sont surtout des bénévoles ou des passionnés qui font l'information…
>
> Non journaliste 1 : Dans le titre on parle de déontologie de l'*information* et pas des *journalistes*… donc ça implique les bloggeurs, mais aussi les animateurs qui dans des émissions de divertissement font de l'information.
>
> Journaliste 2 : Ça pose toujours la question des frontières de l'information et du journalisme… » (Reconstitution à partir des notes d'observation de l'assemblée générale constitutive de l'ODI, septembre 2012.)

Il n'y a pas de qualificatif optimal pour parler des « entreprises qui emploient (notamment) des journalistes ». Par un souci de commodité, et parce que les acteurs tendent à faire ce raccourci, les termes « entreprise de presse », « entreprise d'information » et « entreprise où des journalistes sont salariés » sont pris comme synonymes et le terme « média » qui situe dans une autre littérature sociologique n'est pas utilisé. Les restructurations en cours dans ces différentes entreprises permettent de regarder les journalistes comme des travailleurs salariés et pas seulement comme une somme d'individus indépendants dans leur exercice.

1.1.3. « Méta-journalisme » et quatrième pouvoir

Le discours indigène (des acteurs) met en avant l'idée que ces entreprises ne sont pas « comme les autres ». La demande d'indépendance journalistique est formulée de manière récurrente dans le monde de la presse. Le Bohec (2010, p. 405) parle d'un « mythe professionnel » qui consiste à revendiquer le rôle primordial des journalistes en les posant comme les constructeurs de la démocratie. Il mentionne une « vision approximative, voire erronée, mais enchantée, à laquelle adhèrent certains journalistes concernant leur propre milieu professionnel. Ces représentations idéales de leur groupe professionnel permettent de lui attribuer du prestige, d'être fier de l'exercer, malgré les vicissitudes ». La presse est ainsi présentée comme un « quatrième pouvoir » « [lui] attribuant un rôle primordial dans une

démocratie » (*op. cit.*, p. 490). Cette « mythologie » qui fonde la collectivité des salariés n'est pas « naturelle ». Elle est le fruit d'un lent processus historique, qui a mené à l'adoption de valeurs collectives à même d'« enchanter » l'exercice de la profession. Le lien entre journalisme et démocratie est régulièrement cité au cours d'entretiens conduits avec des journalistes, comme dans cet extrait d'entretien : « *Les problèmes des journalistes dépassent les relations avec nos patrons, ce sont des problèmes de démocratie, de pluralisme, qui concernent les pouvoirs publics et nos dirigeants* » (responsable national SNJ-CGT). La défense du « service de mission public » n'est pas nouvelle. Cette profession entend sauvegarder la marchandise particulière qu'est l'information : « *Moi je crois que l'info, oui, est une marchandise, mais n'est pas une marchandise comme les autres. C'est dans ce "mais" que se situent toute la richesse et toute la fragilité des entreprises de presse* » (entretien, journaliste).

Cette position est relayée par de nombreux travaux de recherche. Par exemple, P. Le Floch et N. Sonnac avancent l'idée que « la presse [en fait l'information] n'est pas un bien industriel comme les autres » (2005, p. 6) puisqu'il est « hybride » (*op. cit.*, p. 3) : à la fois public (vecteur de l'information à disposition de tous) et privé (acquis par le paiement d'un prix). Dans les entreprises productrices d'information journalistique, il y a une hybridation entre des impératifs divers : à la fois économiques (rentabilité) et non économiques (intérêt public ou service au public). On retrouve cette ambivalence dans tous les secteurs mais cette tension est soulignée et réglée différemment selon les professions. Les journalistes revendiquent de manière forte leur contribution à l'intérêt public. Cette fonction de quatrième pouvoir est relayée par les sociologues du journalisme eux-mêmes[13]. Sans nier le caractère spécifique de ce bien, il faut déconstruire cette particularité mise en avant par la profession et mettre au jour une construction socio-historique des justifications, à la manière de C. Lemieux (2000).

1.2. Revendiquer un statut pour l'entreprise de presse

Les journalistes s'appuient sur des arguments liés à cette « mythologie professionnelle », tout en l'alimentant, pour revendiquer dès la fin du XIXème siècle la mise en place d'un statut spécifique pour les entreprises productrices d'information.

[13] Voir notamment la définition du journaliste donnée par J.-M. Charon, 2007, reproduite en introduction générale.

1.2.1. La presse de la Troisième République sous domination économique ?

Dès 1866, le problème des influences du pouvoir économique sur les entreprises de presse est soulevé. On trouve pour la première fois cette idée sous la plume d'Arnould Frémy[14] : « *Si jamais produits humains méritent d'être soustraits à l'influence de l'argent, ne sont-ce ceux de l'esprit ?* »[15]. La loi du 29 juillet 1881 réglemente la *publication* en la plaçant sous la responsabilité d'un directeur ou d'un gérant mais ne réglemente pas l'*entreprise de presse* en tant que telle. La publication se réalise donc implicitement dans une entreprise commerciale soumise aux lois du marché qui ne bénéficie pas d'un statut spécifique. Pour certains, l'entreprise privée et l'économie de marché sont le levier indispensable pour que la presse soit indépendante du pouvoir politique. Pour d'autres, cela constitue « l'asservissement de la presse au grand capital et au pouvoir de l'argent » (Charon J.-M., 1991, p. 42). Parallèlement, la vénalité de la presse est dénoncée tout au long de la Troisième république. Dès décembre 1897, Jean Jaurès accuse les journaux de n'être « dans l'ensemble, que des outils aux mains du capital »[16]. Les scandales économiques de la presse éclatent, dont les deux plus commentés sont le scandale de Panama[17] et celui des emprunts russes[18]. Cette « vénalité » de la presse est toutefois largement « fantasmée » par les contemporains (Eveno, 2003 ; Martin, 2006). L'entreprise demeure soumise aux pressions économiques, mais aussi aux pressions politiques lors de la suspension des libertés publiques en raison de l'état de guerre entre 1914 et 1918[19] (Eveno, *op. cit.*). Dès 1928, Léon Blum réclame un statut pour les entreprises de presse à même de les rendre indépendantes du pouvoir économique. Il met en cause la « tyrannie » de l'argent[20]. Il propose la mise en place d'un « service nationalisé de la presse » dans lequel les journaux seraient publiés par les soins et sous la responsabilité des partis politiques représentés au Parlement. Cela assurerait selon lui une égalité de traitement entre tous les partis (Charon J.-M., 1991, pp. 48-49). À son arrivée au pouvoir en 1936, la loi se contente de dispositions relatives à la transparence des journaux. Les contemporains continuent à dénoncer la mauvaise presse dans les années 1930, à l'instar d'Hubert Beuve-Méry (le futur directeur du *Monde*) qui, suite à ses démissions du *Matin* (1932) et du *Journal*

[14] Journaliste et universitaire.
[15] Frémy A., 1886, La révolution du journaliste, p. 374, cité par Schwarz, 1991, p. 75.
[16] *La Revue des Deux Mondes*, n° du 4 décembre 1897, cité par M. Martin, 2006, p. 28.
[17] Pots-de-vin versés par la Compagnie afin d'acheter le silence des journalistes sur les difficultés économiques du groupe, 1892.
[18] Sommes versées par le gouvernement du Tsar à des journalistes pour vanter les mérites des emprunts russes, 1924-25.
[19] Censure et mise des journaux à disposition de l'autorité militaire.
[20] Article dans *Le Populaire* du 28 avril 1928.

(1934), se dit « écœuré par la *pourriture* d'une presse sans morale, vénale, guidée seulement par des intérêts politiques et financiers » (Agnès, 2010c, p. 189).

1.2.2. L'espoir déçu de la Libération

À partir de 1940 (en zone nord) et 1942 (en zone sud), une partie des journaux se sabordent. Les autres collaborent et se font dicter leur ligne éditoriale par Vichy. Une partie de la presse devient clandestine. À l'été 1943, Alexandre Parodi constitue la Commission de la presse, liée au Comité national de la Résistance et lui confie la préparation des mesures à prendre par le futur gouvernement provisoire. Les membres de la Commission souhaitent que la presse ne retombe pas sous la domination de l'argent et rédigent *Le Cahier bleu*. « La focalisation sur les entreprises de presse et sur l'argent corrupteur traduit la conception d'un journalisme *pur* c'est-à-dire non commercial » explique P. Eveno (2003, p. 122). L'ordonnance du 26 août 1944 rend obligatoire la publication chaque trimestre de la liste complète des rédacteurs, des noms des propriétaires et actionnaires principaux et des comptes de l'entreprise. Les journaux légalement parus sous l'Occupation sont interdits. Cette première mesure inscrit durablement l'État comme un acteur central de régulation des entreprises de presse (contrairement à sa position depuis 1881) : « La question du statut dérogatoire de l'Agence France-Presse comme d'un certain nombre d'entreprises de presse est typiquement française. Elle date de la Libération et de la IVème République » explique un historien[21]. La loi de dévolution des biens du 11 mai 1946 prévoit le transfert des biens des rédactions qui ont collaboré (installations et imprimeries) aux nouveaux journaux issus de la Résistance. Les journaux sont confiés à leurs fondateurs. Cette loi prévoit la création d'un statut de l'entreprise de presse à négocier. Le recours à un statut d'entreprise privée est encore ici privilégié, tout en n'en précisant pas les conditions d'exercice.

Les patrons de presse regroupés, dans la Fédération nationale de la presse française (FNPF), sont favorables à l'adoption d'un statut pour l'entreprise de presse et publient dès octobre 1945 un manifeste qui pose les principes généraux d'un statut de la presse (cf. encadré 5 et annexe 10).

Encadré 5 - Extrait du projet de déclaration des droits et des devoirs de la presse libre du FNPF (1945)

Article 1 : La presse n'est pas un instrument de profit commercial mais un instrument de culture. Sa mission est de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain.

[21] Patrick Eveno, lors d'une audition devant la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale le 9 décembre 2009 (Compte rendu n° 19, p. 12).

Article 3 : La presse est libre quand elle ne dépend ni de la puissance gouvernementale, ni de des puissances d'argent.

Plusieurs projets de statut de l'entreprise de presse se succèdent à cette époque[22]. La volonté commune de tous ces projets est de limiter le pouvoir des directeurs en instituant la participation des salariés. Le projet Defferre (1946) propose que les sociétés de presse se constituent sous forme d'une société à participation ouvrière (SAPO) dans laquelle les travailleurs détiendraient au minimum le cinquième du capital. Le projet Bourdan (1948) propose de scinder les entreprises de presse entre une société d'exploitation (propriétaire du patrimoine social, qui pourvoit au fonctionnement de l'entreprise et prend à son compte les résultats d'exploitation) et une société de gestion (qui assume la responsabilité de la ligne rédactionnelle et de la publication), comme c'est le cas au *Figaro* à partir de 1950. Le projet Bichet (1949) propose que la société civile de presse (fondateurs, animateurs et propriétaires du titre) possède 51 % des parts du capital. Aucune de ces propositions n'est votée. Les éditeurs reculent devant la perspective de porter atteinte à leur droit de propriété. Mais au-delà de ce refus de céder une partie de leurs prérogatives, les éditeurs ont également peur de déstabiliser le fragile équilibre mis en place dans les entreprises de presse à la Libération. J.M. Charon explique ces échecs par le caractère « boiteux » de ce statut « puisqu'il choisit l'entreprise privée comme cadre de l'exercice de l'activité de presse et qu'en même temps il entrave les règles de l'économie de marché » (1991, p. 55). Ces projets prévoient en effet que ces entreprises demeurent dans le système capitaliste tout en limitant les pouvoirs des actionnaires. Par la mise en place d'un dispositif institutionnel régissant l'entreprise de presse, l'État n'est pas étranger au devenir de ces entreprises. Il est notamment présent au sein des « entreprises connexes » telles que l'Agence France Presse (établissement public administratif jusqu'en 1957) ou les nouvelles messageries de la presse parisienne (représentants de l'État au sein du conseil supérieur). Sont également instaurées des aides directes et indirectes aux entreprises de presse.

La loi Moustier (1954) transmet aux directeurs des entreprises de presse issues de la Résistance les biens qui appartenaient aux entreprises qui ont collaboré (et un dédommagement à ceux qui avaient des droits sur ces biens). Cela permet aux directeurs à qui l'État a confié la gestion des entreprises de presse à la Libération d'en devenir les propriétaires et d'en jouir à titre privé (droit de céder des parts). Cette loi fait des patrons de

[22] Pour plus de détails sur ces projets, voir Schwoebel 1968, Schwarz 1991, Eveno 2003.

presse des patrons comme les autres, oubliant que c'est la Nation qui leur a *confié* et non *cédé* ces biens (Schwarz, 1991). Les entreprises de presse sont donc durablement inscrites dans un statut d'entreprises privées capitalistes. En parallèle de cette mobilisation autour d'un statut de la presse, se forment les premières sociétés de journalistes[23].

1.2.3. De vaines tentatives

Dans la continuité du projet d'Hubert Beuve-Méry (1966) qui demande la « constitution de sociétés civiles ou commerciales dans une vue autre que celle de partager les bénéfices »[24] des journalistes, réunis dans la Fédération française des sociétés de journalistes (FFSJ), proposent en 1967 l'institution d'un « type nouveau de société commerciale, mieux adapté au caractère de service public de l'information »[25]. Les aides à la presse seraient réservées aux entreprises ayant adopté ce statut (qui serait obligatoire pour les entreprises créées à la Libération). Le raisonnement est le suivant : puisque l'information est un bien d'intérêt général, il faut « [la] *soustraire aux règles mercantiles des sociétés commerciales courantes* » et adapter les structures des entreprises de presse « *à* [leur] *mission très particulière et très importante* » (Schwoebel, 1968, p. 16). C'est donc bien la nature du bien (l'information) qui est au fondement de cette demande. La structure juridique proposée est à mi-chemin entre la fondation et la société commerciale puisque l'entreprise de presse aurait le cadre juridique d'une société commerciale tout en limitant ses dividendes, en renonçant à la plus-value de ses parts et en instaurant une priorité aux associés pour la reprise des parts cessibles notamment. Tout en étant d'un genre spécial, ces entreprises relèveraient du droit général privé sans remettre en cause le capitalisme des entreprises de presse : « [Une société] *dont le but n'est pas d'abord d'accroître le patrimoine des sociétaires, mais qui nécessite cependant les cadres de gestion solides de ces sociétés* » (*op. cit.,* p. 180). Ici encore, le statut préconisé est un statut d'entreprise privée capitaliste dans laquelle les pouvoirs des capitalistes seraient encadrés.

Au cours des années 1970, la Fédération des sociétés de journalistes ainsi que la plupart des syndicats de journalistes mènent une réflexion collective sur cette question (table ronde en 1973 au Sénat ; en 1975 à Bierville). Cette réflexion se concrétise par l'adoption en 1973 des « principes d'un statut des entreprises de la presse écrite » qui « remplissent une mission de

[23] L'histoire des SDJ fera l'objet du Chapitre 5.
[24] Extrait du projet de loi Hubert Beuve-Méry autorisant la constitution de sociétés civiles ou commerciales à but non lucratif, reproduit dans Schwarz, 1991, Vol. 3-Annexes, p. 170.
[25] Compte rendu de la première réunion du comité d'administration de la FFSJ, 1967.

service public », précisés en 1975 (cf. encadré 6). Les représentants des journalistes proposent que soit confié le contrôle de la gestion de l'entreprise à l'ensemble du personnel (par les instances de représentation du personnel) et le contrôle sur la gestion de l'information aux journalistes de l'équipe rédactionnelle. Les aides à la presse seraient réservées à ces « entreprises de presse d'intérêt général ».

Encadré 6 - Les entreprises d'information générale : extraits du projet de 1975

Pour s'assurer que les entreprises d'information remplissent réellement leur mission de service public, la collectivité nationale se doit d'en préciser le cadre, en fixant par la loi un statut des entreprises d'information. [Ces entreprises sont] les organismes privés éditant des journaux ou écrits périodiques consacrés pour une large part (50 % au moins) à l'information politique, économique, sociale et culturelle du public, qui tirent une part substantielle (40 % au moins) de leurs ressources des produits de la vente, des abonnements et des souscriptions ou collectes publiques et qui assurent effectivement la participation collective des journalistes aux prises de décisions touchant la mission intellectuelle de la presse.

Cette initiative est importante car elle donne pour la première fois une définition de l'entreprise de presse. Ce statut n'est pas voté, à cause des réticences de la classe politique et de l'opposition des éditeurs. L'alternance politique, avec l'arrivée du Parti socialiste au pouvoir en 1981, est une nouvelle occasion manquée. Suite aux réformes de l'audiovisuel, le gouvernement ouvre une consultation au sein de la profession sur une réforme de la législation concernant la presse écrite. Le projet de statut de l'entreprise de presse de la décennie précédente est à nouveau discuté à partir de 1983 au sein de la Fédération des sociétés de journalistes. Face aux échecs récurrents à légiférer sur un statut général de l'entreprise de presse, les revendications évoluent et se focalisent sur la demande de reconnaissance de l'équipe rédactionnelle[26]. La loi de 1984 « visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse » ne légifère pas sur cette nouvelle demande. Cette période consacre également la fin du monopole public de programmation à la radio et à la télévision (29 juillet 1982) puis la libéralisation des radios (1984) et de la télévision (1986). Les entreprises d'informations parlées et filmées deviennent donc, comme les entreprises d'informations écrites, des entreprises commerciales classiques (de statut public ou privé suite à des privatisations comme celle de TF1 en 1986).

Suite à ces multiples échecs, les velléités de légiférer sur un statut *général* de la presse écrite sont donc abandonnées au profit de revendications plus spécifiques (reconnaissance de

[26] Cette dimension spécifique sera développée dans le chapitre 5 puisqu'elle est au fondement des sociétés de journalistes.

l'équipe rédactionnelle, transparence, concentration, etc.). Les problèmes posés par le fait que « *la presse est une sorte de service public dans une entreprise privée* » (participant aux Assises internationales du journalisme, 2011) ne sont pas résolus.

1.3. Les entreprises d'information aujourd'hui en France

Les entreprises de presse « *ont un statut très particulier* » selon certains syndicalistes (entretien). Elles sont en fait des entreprises privées classiques encadrées par certaines dérogations qui ne constituent pas un statut général spécifique propre aux entreprises productrices d'informations.

1.3.1. Un statut général de l'entreprise productrice d'information ?

Il est difficile de compter le nombre d'entreprises parmi lesquelles se repartissent les 3 614 rédactions françaises. Elles ne sont pas comptabilisées selon le critère de la production d'une information journalistique mais à partir de références sectorielles beaucoup plus larges[27]. Si elles ne bénéficient pas d'une définition statistique, ces entreprises répondent à une définition juridique, celle des « entreprises éditrices » ou des « entreprises de communication audiovisuelle ». La loi n° 86-897 du 1er août 1986 « portant réforme du régime juridique de la presse », complétée par la loi n°86-1210 du 27 novembre 1986, règlent le statut des entreprises de presse écrite en France, c'est-à-dire leur création, leur organisation et leur fonctionnement. Elles ont été complétées par la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 pour la presse en ligne (cf. encadré 7). Ces lois élaborent également des règles pour les entreprises de communication audiovisuelle, qui sont en outre régies par d'autres textes.

Encadré 7 - La définition des entreprises éditrices par la loi

Une entreprise éditrice est toute personne physique ou morale ou groupement de droit éditant, en tant que propriétaire ou locataire-gérant, une publication de presse ou un service de presse en ligne (article 2 de la Loi n° 86-897).

Une publication de presse est tout service utilisant un mode écrit de diffusion de la pensée mis à la disposition du public en général ou de catégories de publics et paraissant à intervalles réguliers (article 1 de la loi n° 86-897).

Le service de presse en ligne est tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère

[27] Voir Chapitre 1 : 3.2.1.

journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale (article 27 de la loi n° 2009-669).

Si la loi de 1986 ne prend en compte que la périodicité : pour désigner une production (« paraissant à intervalles réguliers »), la loi de 2009 est plus précise sur le contenu de la publication (« informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique »).

Les entreprises produisant de l'information demeurent du côté des entreprises classiques, qu'elles soient publiques (Radio France, France Télévisions) ou privées. Elles sont soumises aux impératifs de gestion et de rentabilité et aux décisions de leurs propriétaires (ou actionnaires). Elles sont cependant régies par certaines règles spécifiques qui se déclinent autour de quatre thèmes : la transparence, l'indépendance, le contenu et enfin la concentration. Tout d'abord, la loi du 1er août 1986 oblige les entreprises éditrices à porter à la connaissance des lecteurs un certain nombre d'éléments sur les personnes et le financement : personnes physiques ou morales détenant au moins 10 % du capital, nom du directeur de la publication et du responsable de la rédaction (article 5), toute cession ou promesse de cession (supérieure au tiers du capital de la société) et transfert ou promesse de transfert (en cas de propriété individuelle) (article 6). Ensuite, cette loi consacre l'indépendance des entreprises de presse françaises à l'égard des étrangers : les étrangers ne peuvent posséder plus de 20 % du capital social d'une entreprise éditant une publication en langue française (article 7) et l'entreprise ne peut recevoir des fonds ou avantages directs ou indirects d'un gouvernement étranger (article 8). Sont également fixées des exigences de contenu (pas de publicité financière, article 10 ; respect d'obligations particulières pour la production audiovisuelle, article 18). Enfin, les mesures sur la concentration sont assouplies. La loi du 23 octobre 1984 avait fixé un seuil de 15 % de diffusion maximale pour une même entreprise ou groupe de presse. La loi de 1986 rehausse ce seuil à 30 % (pour la presse quotidienne). La loi du 27 novembre 1986 complète ce dispositif anti-concentration, notamment pour l'audiovisuel, dont les entreprises sont régies par des règles complémentaires. Ainsi, les entreprises qui emploient des journalistes sont soumises à certaines règles, mais elles sont loin du statut d'entreprise non lucrative imaginé à la Libération. Elles bénéficient seulement de certains « correctifs » (Derieux, 1999, p. 38).

1.3.2. Les aides de l'État aux entreprises éditrices

Les entreprises productrices d'information sont subventionnées par l'État. « *Il y a quand mêmes des aides publiques qui sont très conséquentes* » explique un responsable syndical (entretien). Les économistes font appel au concept de « bien tutélaire » pour justifier la participation financière de l'État à ces entreprises, car ils revêtent « un caractère d'intérêt général et de service public » (Le Floch, Sonnac, 2005, p. 17). En effet, l'information est considérée comme un instrument potentiel de développement culturel et de démocratie. Dans un rapport sur ces aides, la « *légitimité de l'intervention de la puissance publique* » est justifiée en référence à l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789 selon lequel « *La libre communication des pensées et opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme* »[28]. Face à « *la spirale dramatique de la presse écrite imprimée* » et une presse digitale « *insuffisamment solvable* »[29], l'État intervient pour assurer la pérennité de ces entreprises et ainsi le pluralisme de la presse. Le nombre d'entreprises bénéficiaire n'est pas connu.

La politique de soutien public à la presse pèse pour 1,2 milliards d'euros dans le budget prévisionnel de 2013. Les chiffres qui suivent sont extraits du rapport de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale sur le projet de loi de finances pour 2013 (octobre 2012). Tout d'abord, les entreprises de presse écrite (papier et Internet) bénéficient des « aides à la presse ». Le régime d'aide à la presse est juridiquement déterminé et organisé afin que les publications ne puissent être traitées différemment selon leurs orientations. Le périmètre des bénéficiaires des aides se modifie selon les mesures. Si certaines ciblent « tous les éditeurs de feuilles périodiques », d'autres sont réservées aux publications disposant d'un numéro d'inscription de la Commission paritaire des publications et agences de presse (Derieux, 1999, p. 70). Ces aides peuvent être directes ou indirectes et représentent près de 254 millions d'euros. Elles se décomposent entre des aides à la diffusion (65 % pour l'aide au portage, la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse, etc.), des aides au pluralisme (5 % pour les aides aux quotidiens à faibles ressources publicitaires, dont près des trois quarts profitent aux titres *L'Humanité, La Croix* et *Libération*) et des aides à la modernisation (30 % pour le soutien de la résorption des sureffectifs d'ouvriers du Livre et pour le fond stratégique pour le développement de la presse notamment). Il faut y ajouter 143

[28] Rapport à Madame Aurélie Filippetti, Ministre de la culture et de la communication, sur les aides à la presse, avril 2013, [En ligne], [URL : http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Missions-et-rapports/Rapport-issu-de-la-reflexion-sur-les-aides-a-la-presse], consulté le 7 juillet 2013, p. 6.
[29] *Op. cit.*, p. 1.

millions d'aides au transport postal. Ensuite, une part importante du budget des aides à la presse est allouée aux abonnements de l'État à l'AFP. Via ce dispositif d'abonnement, l'État contribue à près de la moitié des ressources de l'agence, en lui apportant 120 millions d'euros. Ces abonnements ont été dénoncés par la Commission européenne comme des subventions déguisées, car elles faussent la concurrence avec les agences étrangères[30].

Parallèlement aux revendications en faveur d'un statut de l'entreprise de presse, est née une volonté de ciblage de ces aides à la presse sur les publications d'intérêt général. Dans le rapport de la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée Nationale, le rapporteur fait cette demande (2012, p. 7) : « Les défauts de la politique de soutien public à la presse […] demeurent, à commencer par son absence de ciblage sur les titres d'information politique générale et sur les investissements d'avenir ». Parmi les trente titres les plus aidés par l'État (aides directes et aides postales), le rapporteur pointe les seize millions d'aides attribuées à cinq magazines télévisés (*op. cit.*, p. 30). Avec ces titres, la presse magazine capte 35 % de la contribution publique à la presse (*op. cit.*, p. 33). Au contraire, certains prônent une « neutralité fiscale ».

L'État contribue également au fonctionnement des entreprises d'information audiovisuelle. Les aides aux entreprises privées sont en priorité destinées à la survie d'entreprises fragiles ou pour la production d'émissions d'un genre spécifique. Le financement du secteur public de l'audiovisuel est assuré par la redevance et des dotations budgétaires exceptionnelles (en plus des ressources publicitaires).

Depuis la révision constitutionnelle de 2008, « la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias » sont inscrits dans l'article 34 de la constitution française. Cela permet de justifier les contributions publiques aux entreprises d'information. On assiste ainsi à une participation financière importante de l'État « *sans équivalent dans les pays de l'OCDE* »[31] dans laquelle on retrouve les ambigüités de l'entreprise éditrice : une entreprise privée dotée d'une « mission d'intérêt général » à laquelle on ajoute des « correctifs » afin de rendre possible la réalisation de cette mission mais sans lui ôter les impératifs de rentabilité. Ici encore, on voit la force des liens qu'entretiennent l'État et les entreprises éditrices, et que la proposition récente de « *conditionner* » les aides à la poursuite de certains objectifs définis par l'État illustre bien (aspects économiques, financiers, mais aussi stratégiques)[32].

[30] Le chapitre 7 est consacré aux négociations sur la réforme du statut de l'AFP suite notamment à la plainte d'une agence allemande dénonçant cette subvention.
[31] *Op. cit.*, p. 5.
[32] *Op. cit.*, pp. 28-29.

1.3.3. Les Etats Généraux de la presse écrite (EGPE)

Enfin, l'intervention de l'État s'est illustrée au moment de l'organisation d'États généraux de la presse écrite (EGPE). Lancés par Nicolas Sarkozy en octobre 2008, ces États Généraux entendaient réunir les acteurs de ce secteur autour de quatre pôles : « métiers du journalisme », « processus industriel », « presse et Internet », « presse et société ». Au terme de ces consultations, les quatre responsables de pôles ont rédigé un « Livre Vert » qui regroupe les recommandations des groupes de travail. Suite au départ de deux des trois syndicats de journalistes invités[33], les recommandations du « Livre Vert » témoignent de la position de l'État et des éditeurs davantage que de celle des journalistes. Ici encore, l'intervention de l'État est importante.

Ainsi, les entreprises productrices d'information employant des journalistes n'ont jamais accédé à un statut général qui aurait permis aux journalistes d'être mis à l'abri des pouvoirs politique et financier inhérents à toute entreprise. Elles demeurent des entreprises classiques, auxquelles ont été apportées par l'État un certain nombre de correctifs ne permettant pas de les sortir de l'impératif de rentabilité comme souhaité à la Libération. Les journalistes professionnels sont donc des salariés « comme les autres » travaillant dans des entreprises « comme les autres » (et étudiés ici comme tels). Ils ont également cherché à réglementer leur pratique par l'instauration de textes déontologiques.

Section 2 : Réglementer la pratique : les textes déontologiques

Le second « garde-fou » collectif dont les journalistes ont souhaité doter leur catégorie professionnelle est une réglementation collective de la pratique par l'intermédiaire de textes déontologiques. Le lien entre la déontologie et la pratique professionnelle est étudié, avant l'analyse du contenu des textes proposés et des réalisations concrètes.

2.1. Déontologie, activité professionnelle et législation

Les discours sur la déontologie de la pratique journalistique sont très présents parmi les professionnels. Avant d'étudier les règles concrètes de cette déontologie, il faut interroger la

[33] Pour plus de détails, voir Chapitre 4 : 1.3.3.

définition, la manière dont elle structure le groupe professionnel et les principes contenus dans le statut individuel.

2.1.1. Déontologie, éthique et morale

Les définitions de « déontologie », « éthique » et « morale » ne sont pas stabilisées. Dans le *Dictionnaire du journalisme et des médias,* J. Le Bohec définit la « déontologie » comme « l'éthique professionnelle (chez les journalistes) […] censée servir de garde-fou efficace aux dérapages » (2010, p. 188). Selon lui, l'« éthique professionnelle » est l'« ensemble des règles propres à un groupe professionnel (au contraire de la morale, individuelle) » (*op. cit.,* p. 232). Elle est précisée dans une « charte de déontologie », définie donc comme un « code des journalistes précisant l'éthique professionnelle » (*op. cit.*, p. 120). Dans ces définitions, l'éthique professionnelle et la déontologie apparaissent comme des règles collectives, traduites dans des textes (codes ou chartes), et s'opposent à la morale qui est un « ensemble de règles professionnelles propres à un individu » (*op. cit.*, p. 399). La morale renvoie à un système d'obligations imposées de l'extérieur tandis que l'éthique renvoie plutôt à des normes évolutives en fonction du contexte. L'éthique est ainsi une « discipline d'action » dans une situation particulière (de Nanteuil, 2012). Regarder l'éthique permet donc d'étudier les transformations historiques de la morale et de dépasser le « fixisme sociologique » (Terrenoire, 1991, p. 10). En se centrant sur les dimensions collectives du salariat, la morale individuelle est exclue pour ne regarder que les règles et les instances collectives.

Morale et éthique étant définis, il s'agit de préciser la distinction entre éthique et déontologie prises jusqu'ici pour des synonymes. Le terme de déontologie a été créé par Jeremy Bentham en 1834 et désigne « la connaissance de ce qui est juste et convenable ». Elle se développe en priorité pour deux professions : les médecins et les avocats. Le terme entre dans la loi française en 1971 pour réglementer les usages professionnels de certaines professions judiciaires (Moret-Bailly, Trichet, 2010, pp. 45-46). Dans sa définition la plus restreinte, la règle déontologique est inscrite dans l'ordre de la loi. C'est le cas pour les professions précédemment citées (médecins, avocats, professions judiciaires) dont les règles déontologiques font office de loi et sont passibles de sanction (par une instance de régulation). Dans une acception plus large, comme c'est le cas chez les ingénieurs (code de déontologie depuis 1997, la déontologie n'est pas un ensemble de règles coercitives mais « l'affirmation de valeurs indiquant les objectifs à poursuivre et le comportement idéal auquel il faut tendre »

(Didier, 2009, p. 210). Les journalistes, comme les ingénieurs, n'ont pas besoin d'autorisation (ou d'un diplôme spécifique) pour exercer leur métier (profession ouverte). Leur déontologie est un ensemble indicatif de valeurs.

Enfin, le terme de « déontologie » est plus restrictif que celui d'« éthique ». Dans sa « contribution à la réflexion théorique » sur l'éthique professionnelle, J.-P. Terrenoire (1991) inclut dans l'éthique professionnelle « tout ce qui relève de la régulation éthique dans le cadre d'une profession donnée ». La déontologie constitue une partie de l'éthique : c'est l'ensemble des normes et des valeurs professionnelles qui sont prises en compte dans la régulation éthique. Elle est composée de droits et de devoirs. Ainsi, on parle ici des principes déontologiques et dans la section suivante des instances de régulation éthique (chargées d'appliquer la déontologie).

2.1.2. Déontologie et groupe professionnel

Les définitions étant posées, il s'agit de discuter de la place de la déontologie dans la construction et la structuration du groupe professionnel des journalistes. Le caractère intellectuel constitue le fondement des revendications sociales des premiers syndicats de professions intellectuelles (Sapiro, 2006, p. 6). Le Syndicat national des journalistes (SNJ) ne fait pas exception puisqu'il se crée autour de revendications déontologiques afin de régler l'activité intellectuelle de production d'information. Le SNJ propose une première charte des droits et des devoirs des journalistes dès sa création en 1918[34]. Dans l'étude de la déontologie qu'il a menée, D. Ruellan (2011) montre que le groupe professionnel s'est rassemblé autour de principes et de valeurs, la déontologie étant première par rapport au groupe. L'ancien premier secrétaire du SNJ parle ainsi de la déontologie comme « *le ciment* » de la profession « *qui fonde notre identité* » (cité par Dollé, 2011, p. 16). Les règles professionnelles constituent un héritage que les membres du groupe mobilisent qui et permet de les unir.

Tout d'abord, la déontologie permet de dresser les frontières du groupe des journalistes professionnels (qui respectent cette déontologie) en créant un espace et une dynamique propre. En guise de comparaison, on peut prendre l'exemple de la tentative de créer un code de déontologie et une instance éthique propres à la psychanalyse en 1989 (Terrenoire, *op. cit.*, p. 16). Cette tentative répond à un besoin pour ces professionnels de marquer leur spécificité par rapport à des professions proches (psychiatrie et psychologie) afin de se voir reconnaître une identité propre. Il y a donc dans la construction de la déontologie une fonction de

[34] Voir Chapitre 1 : 2.1.1. et Chapitre 4 : 2.1.2.

légitimation du groupe professionnel et de mise à distance des autres professions, bien résumée dans l'analyse que J.-D. Reynaud mène des règles des communautés professionnelles : « Les bonnes manières permettent à ses membres de se reconnaître entre eux. Les mauvaises manières d'exclure les autres » (1989, p. 165). Ainsi, en 1918, la première charte est écrite dans l'idée d'une exclusion (symbolique) des amateurs c'est-à-dire des personnes exerçant de manière non professionnelle. La déontologie est donc un discours fédérateur pour la profession. Elle constitue également un affichage pour ceux qui sont en dehors de la catégorie de journaliste professionnel en distinguant le journaliste « digne de ce nom » du journaliste indigne. Elle permet ainsi de crédibiliser l'exercice de la pratique professionnelle.

Au-delà du discours, la déontologie a une fonction normative. Elle est censée empêcher les nombreuses « dérives » possibles (distorsion, falsification, sous-information, déqualification, uniformisation, recomposition et irresponsabilité : Rhodes, 2010, pp. 42-50), tandis que certains « dérapages » journalistiques sont régulièrement mis en avant : charnier de Timisoara (1989), fausse interview de Fidel Castro sur TF1 (1991) ou encore affaire d'Outreau (2005). Pour l'année 2012, l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP) a constitué un « répertoire déontologique » qui recense une centaine de cas de dérives dans la pratique journalistique. Bien que tous les journalistes ne respectent pas la déontologie de leur profession, elle est toutefois structurante dans les pratiques et constitue la base d'un questionnement quotidien des journalistes au cours de leur activité. À partir de l'analyse des articles de deux journalistes (un du *Monde* et un de *Libération*) traitant de l'actualité européenne[35], G. Bastin met au jour un processus de « codage » qui s'opère dans la pratique à partir des règles professionnelles qui sont en fait des « normes dispersées dans l'activité quotidienne » (2009b, p. 195). La déontologie n'est donc pas seulement un discours *a posteriori* mais s'inscrit dans la dynamique des activités de travail.

2.1.3. Déontologie, droit du travail, droit de la presse

Quelle est la place de la déontologie dans les règles juridiques qui encadrent cette profession ? Le statut individuel de journaliste de 1935 fait indirectement référence à la déontologie par l'instauration d'une clause de conscience[36]. Cependant, ces éléments ne se retrouvent pas dans la définition du journaliste professionnel à partir de critères économiques et par le fait d'exercer sa profession, sans prendre en compte le respect des règles

[35] Traitement par le logiciel Alceste de 225 articles parus entre le 1er juillet 1998 et le 30 avril 1999.
[36] Voir Chapitre 1 : 2.2.2.

professionnelles. Pourtant, les deux instances créées par le statut, la Commission de la carte d'identité de journaliste professionnel et la Commission arbitrale (qui fixe les indemnités de départ dans certains cas), ont recours à des arguments déontologiques dans leur prise de décisions concernant ces journalistes. À la CCIJP, les commissaires évaluent les demandes en fonction notamment d'un registre déontologique (les journalistes ne font pas de communication par exemple)[37]. La Commission arbitrale (composée de deux représentants des employeurs et de deux des salariés) adopte également certaines considérations déontologiques lorsque les arbitres doivent statuer sur l'indemnité à verser à un journaliste qui est licencié pour faute grave. Un arbitre (A) explique ainsi au cours d'un entretien :

> « A : J'ai connu un gros cas de déontologie : on a versé zéro et on a dit dans le compte rendu de la Commission arbitrale que c'était une faute grave évidente […]
>
> CD : Mais une faute déontologique peut être une faute grave alors qu'il n'y a pas de texte qui régule la déontologie ?
>
> A : Oui, tu as raison, on avait écrit que c'était une faute grave contre les règles de la profession...
>
> CD : Mais quelles règles ?
>
> A : Ah... Heu... Non, mais ce n'est pas évident […] La Commission arbitrale, elle regarde une carrière, si M. Dupont a été parfait pendant vingt ans, la faute grave, on l'oublie, sauf si c'est vraiment énorme, par contre s'il a accumulé plein de conneries au long de sa vie, c'est pas pareil...
>
> CD : Mais quand vous êtes en discussion tous les quatre sur quelle indemnité on lui met par rapport à la faute commise, comment vous décidez ?
>
> A : C'est l'avantage d'une arbitrale, on est entre professionnels […] Après, il y a discussion, mais c'est quand même une discussion entre professionnels. »

Dans cet exemple, des « règles professionnelles » sont invoquées. Le Code du travail ne fait pas explicitement mention de règles déontologiques. La convention collective pour sa part fait référence à des règles professionnelles à deux reprises. Dans le bloc « pratiques professionnelles », l'article 5 stipule que :

> a) Un journaliste professionnel ne peut accepter pour la rédaction de ses articles d'autres salaires ou avantages que ceux que lui assure l'entreprise de presse à laquelle il collabore.
>
> En aucun cas un journaliste professionnel ne doit présenter sous la forme rédactionnelle l'éloge d'un produit, d'une entreprise, à la vente ou à la réussite desquels il est matériellement intéressé.
>
> b) Un employeur ne peut exiger d'un journaliste professionnel un travail de publicité rédactionnelle […]
>
> c) Le refus par un journaliste d'exécuter un travail de publicité ne peut être en aucun cas retenu comme faute professionnelle, un tel travail doit faire l'objet d'un accord particulier […]

[37] Voir Chapitre 2 : 5.3.

Ensuite, on trouve dans les « règles à observer » l'article 44 qui stipule qu'une « faute grave ou fautes répétées dans le service » peuvent provenir de « voies de fait, indélicatesse, violation des règles d'honneur professionnel ». La convention collective fait donc mention de règles professionnelles générales mais n'en définit explicitement qu'une : l'interdiction de faire l'éloge d'un produit (publicité rédactionnelle).

Enfin, on peut regarder dans le droit de la presse si certaines règles professionnelles sont édictées. Une comparaison menée entre le droit de la presse français et les textes de déontologie par des membres de l'APCP montre que certaines lois portent en creux des principes professionnels (annexe 11). Par exemple, la dernière version de la charte du SNJ (2011) énonce la règle selon laquelle le journaliste « garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations ». La protection des sources est assurée par le droit français[38] depuis 1993, cédant à une revendication ancienne des journalistes. Ainsi, certaines règles professionnelles s'inspirent ou se sont transformées en règles juridiques et peuvent faire l'objet de sanctions (déontologie au sens restreint). Il y a dans ces cas une « juridicité de la déontologie » : elle prend sa source dans la morale et sa sanction dans le droit (Moret-Bailly, Truchet, 2010, p. 47). Un journaliste explique ainsi au cours d'un entretien : « *On a en France un droit de la presse qui est l'un des plus développés au monde. C'est un argument de ceux qui ne veulent rien toucher* […] *Certains disent : pas d'instance de régulation, les gens n'ont qu'à faire des procès !* »

Cependant, la déontologie ne se réduit pas aux règles législatives imposant des sanctions disciplinaires (définition étendue de la déontologie : Didier, 2009, p. 209). Il faut également prendre en compte les règles morales non codifiées qui ne peuvent faire l'objet de sanctions juridiques. Face aux « lacunes déontologiques » de la législation qui définit la catégorie juridique de journaliste professionnel, la profession a produit des textes déontologiques complémentaires (extérieurs à la législation).

2.2. Les textes professionnels régissant la déontologie des journalistes

Les professionnels ont défini un certain nombre de règles déontologiques propres à leur profession. Mais elles n'ont pas été traduites dans des règles qui s'imposeraient à tous, demeurant au stade d'orientations générales. Comment expliquer cette limite alors que des codes déontologiques font office de loi dans d'autres professions ?

[38] Loi n° 2010-1 du 4 janvier 2010 relative à la protection du secret des sources des journalistes.

2.2.1. Les textes de référence

Au-delà des règles énoncées dans le droit du travail et de la presse, les journalistes professionnels sont à l'origine de textes déontologiques, qui reprennent certaines des règles et en ajoutent d'autres (quatre vagues selon Bertrand, 1997). Si la loi sur la liberté de la presse de 1881 a été considérée par les associations de journalistes de l'époque comme la « charte professionnelle des journalistes », elle ignore le journaliste qui ne bénéficie pas de privilèges moraux liés à l'exercice de sa profession (Delporte, 1999, pp. 37-40). La responsabilité repose sur l'entreprise et non sur le journaliste (dans une forme primitive de responsabilité sociale d'entreprise). En produisant des codes déontologiques, la responsabilité s'individualise en étant transmise au journaliste. Des premiers codes apparaissent dès la fin du XIXème siècle à l'étranger (première vague) mais le premier texte qui propose une déontologie propre pour les journalistes en France est la charte d'éthique des journalistes de 1918 rédigée à l'initiative des journalistes (par le Syndicat national des journalistes). Le Syndicat entend ainsi « assurer le respect dû à la profession de journaliste […] en établissant les règles de l'honneur corporatif »[39]. Il instaure la notion de responsabilité des journalistes à l'égard de ses pairs. Ce texte a été mis à jour en 1938 puis en 2011 (cf. encadré 8).

Encadré 8 - La charte du Syndicat national des journalistes

Un journaliste digne de ce nom,

Prend la responsabilité de toutes ses productions professionnelles, mêmes anonymes ;

Respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence ;

Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ;

Exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ;

Dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révèlerait inexacte ;

N'accepte en matière de déontologie et d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs ; répond devant la justice des délits prévus par la loi ;

Défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique ;

Proscrit tout moyen déloyal et vénal pour obtenir une information. Dans le cas où sa sécurité, celle de ses sources ou la gravité des faits l'obligent à taire sa qualité de journaliste, il prévient sa hiérarchie et en donne dès que possible explication au public ;

[39] Extrait de l'appel adressé aux journalistes par les membres du comité fondateur en 1918 reproduit dans le *Bulletin mensuel* n° 1 du Syndicat, décembre 1918.

Ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;

N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;

Refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication ;

Cite les confrères dont il utilise le travail, ne commet aucun plagiat ;

Ne sollicite pas la place d'un confrère en offrant de travailler à des conditions inférieures ;

Garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations ;

Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge.

Les textes suivants s'inspirent de ce texte fondateur. Créée en 1926, la Fédération internationale des journalistes publie un « code d'honneur » en 1939. Les chartes se multiplient après la Seconde Guerre mondiale (deuxième vague). L'ONU rédige en 1950 un projet de code qui ne sera jamais adopté. Un regain d'intérêt pour la déontologie voit le jour au début des années 1970 (troisième vague). En 1971, les syndicats de journalistes des pays membres de l'Union européenne ainsi que de Suisse et d'Autriche adoptent une « Déclaration des devoirs et des droits des journalistes » couramment appelée « Charte de Munich » qui devient la référence européenne, et à laquelle les syndicats de journalistes CFDT et CGT restent attachés. Ce texte a pour originalité d'équilibrer les droits et les devoirs des journalistes. Parallèlement aux réflexions sur le statut de l'entreprise de presse dans les années 1970 (voir *supra*), les syndicats de journalistes français et la FFSJ adoptent une « Charte du droit à l'information » (1973) qui reprend les principes de la charte de 1971. Enfin, face à la multiplication des dérives depuis le début des années 1990 (quatrième vague), les codes font de plus en plus référence au public. Lors de la deuxième édition des Assises internationales du journalisme, réunies à Lille en 2008, un groupe de travail élabore la « Charte qualité de l'information ». Dans la suite de cette première initiative, le Livre Vert des Etats Généraux propose qu'un groupe soit constitué pour rédiger un code de déontologie. Comme le montre D. Ruellan (2011), les règles déontologiques sont rédigées avec des intentions qui varient au cours du temps : par rapport aux concurrents (1918-1943), aux employeurs (1943-1980), aux sources (1980-1995) et enfin au public (depuis 1995).

À ces grands textes déontologiques qui ont l'ambition de s'appliquer à l'ensemble des journalistes, s'ajoute une myriade de textes à portée plus limitée. Dans ces chartes, les règles sont plus concrètes et plus précises car elles s'appliquent à une pratique journalistique particulière. Parmi les auteurs de ces textes se comptent des familles de médias (chartes de syndicats d'employeurs par exemple), des catégories de journalistes spécifiques (journalistes

pigistes) et des groupes ou des entreprises. En 2011, une charte d'entreprise a par exemple été adoptée au Monde[40] et à France Télévision. En général, les chartes d'entreprises sont élaborées en conciliation entre les directions et les salariés et sont intégrées dans le contrat de travail. Elles correspondent à la recherche d'un « ajustement » entre les parties prenantes (Didry, 2010). Certaines entreprises (TF1 notamment) se sont par ailleurs orienté dans la voie de la responsabilité sociale entreprise.

2.2.2. Négocier un texte commun

Face à cette pluralité de chartes et de codes, les tentatives pour adopter un texte accepté par l'ensemble de la profession (journalistes et éditeurs) se sont toutes soldées par un échec. Suite aux discussions sur « l'avenir des métiers du journalisme » dans le premier pôle des Etats Généraux de la presse écrite, les responsables proposent en janvier 2009 que soit rédigé un texte qui serait annexé à la convention collective des journalistes. Les textes de 1918 (charte du SNJ), de 1971 (Charte de Munich) et de 2008 (charte des Assises), adaptés « aux nouvelles normes et techniques du journalisme », constituent la base de la réflexion[41]. Ce texte permettrait de « conforter vis-à-vis des professionnels comme des publics l'existence d'un texte » en matière de déontologie[42]. Ce texte servirait de référence commune à l'ensemble des professionnels et permettrait de regagner la confiance du public (stratégie d'affichage). La « crise de confiance » du public envers l'information est régulièrement soulignée. Par exemple, sur les dix-neuf débats organisés lors de l'édition des Assises internationales du journalisme de 2011, presque 20 % portent sur la relation entre les journalistes et le public (voir modalités de calcul en annexe 12). Les résultats du « baromètre de la confiance »[43] sont ainsi régulièrement cités, et notamment que 59 % des sondés considèrent que les journalistes ne sont pas indépendants vis-à-vis des partis politiques et du pouvoir, et 56 % des pressions de l'argent[44]. Face à ce déficit de confiance, les journalistes considèrent que la meilleure façon pour améliorer leurs pratiques professionnelles en matière d'éthique et de déontologie est d'adopter une charte dans toutes les rédactions[45].

[40] Au moment du rachat du titre, voir Chapitre 8.
[41] Extrait du Livre Vert des EGPE, p. 12.
[42] *Ibid*.
[43] Enquête de TNS Sofres pour La Croix depuis 1987 réalisé sur un échantillon représentatif de la population française de plus de 18 ans d'un millier de personnes interrogées en face-à-face.
[44] Résultat de l'enquête de 2012 à la question : « Croyez vous que les journalistes sont indépendants c'est-à-dire qu'ils résistent 1/ aux pressions de l'argent ; 2/ aux pressions des partis politique et du pouvoir ? ».
[45] Résultat de l'enquête CSA / Les Assises (2011) à partir des réponses à un questionnaire sur Internet par 513 journalistes (échantillon redressé) : la première réponse à la question « Quelles sont les priorités pour améliorer

Un groupe de onze « sages »[46] est désigné paritairement pour rédiger un « projet de code de déontologie » dit « Frappat-Code» dévoilé le 20 octobre 2009 (reproduit en annexe 13). Ce code est ensuite soumis aux partenaires sociaux. Une négociation collective s'engage entre les représentants des syndicats de journalistes et des syndicats d'employeurs, sous la houlette de trois des onze « sages »[47]. La première réunion paritaire de discussion sur la charte se tient le 7 décembre 2010 à l'Institut Pratique du Journalisme avec les syndicats d'éditeurs de presse écrite, des agences de presse (FFAP) et de la presse en ligne (SPIIL) et du côté des salariés, l'ensemble des syndicats représentatifs (SNJ, SNJ-CGT, USJ-CFDT, SJ-CFTC, SJ-FO) hormis la CGC. Le texte présenté est vivement critiqué par les syndicats de journalistes car il ne reprend que les devoirs (mais pas les droits) des journalistes. À partir du projet de code présenté par les « sages » et suite aux échanges lors de cette réunion, chaque organisation est invitée à proposer des modifications permettant l'élaboration d'un nouveau texte de consensus pour une seconde réunion.

Signe d'un impossible accord, chaque organisation adopte une charte différente entre les deux réunions : nouvelle version de la charte de 1918 pour le SNJ, adoption du Code Frappat pour le SPPMO (magazine d'opinion) ou encore de la Charte de Munich par le SPIIL (presse en ligne). Une seconde réunion se tient le 15 juin 2011, qui prend acte de l'échec de la négociation paritaire et dissout le groupe des sages. Même si les négociations n'ont pas abouti à l'adoption d'un texte commun, elles ont été utiles dans la mesure où cela a incité les organisations syndicales et patronales à adopter ou revisiter leurs chartes :

> « Notre négociation sur le code Frappat a eu un effet assez drôle, c'est que pour être sûrs de ne pas avoir à réécrire un texte commun adopté par tout le monde, tout le monde s'est mis à rédiger son texte commun en quatrième vitesse ! » (Entretien, participant aux négociations.)

Depuis près d'un siècle, des chartes déontologiques sont rédigées par des membres de la profession, sans qu'aucun texte ne soit parvenu à s'imposer. Cet échec est-il le signe d'une trop grande diversité dans les valeurs des différents codes ?

2.2.3. Des valeurs communes

Un classement des différentes clauses présentes dans les chartes de déontologie journalistique montre qu'il n'y a pas de désaccord profond sur ce qu'un journaliste doit ou ne

---

vos pratiques professionnelles en matière d'éthique et de déontologie ? » est « l'adoption d'une charte déontologique dans toutes les rédactions », choisie par 35% des journalistes (contre 32 % en 2007).

[46] Marie-Laure Augry, Basile Ader, Alain Boulonne, Jérôme Bouvier, Jean-Pierre Caffin, Olivier Da Lage, Jean-Marie Dupont, Bruno Frappat, Pascal Guénée, Catherine Vincent et Lorenzo Virgili.

[47] Jérôme Bouvier, Jean-Marie Dupont et Bruno Frappat.

doit pas faire. C'est notamment ce qu'ont entendu prouver des membres de l'APCP. Ils ont comparé terme à terme cinq chartes françaises[48]. Un groupe de travail a indexé les principes avancés dans chacun des textes qui ont été ventilés parmi six thèmes : le droit citoyen à l'information, la responsabilité des éditeurs et des journalistes, l'indépendance du journaliste et l'autorité éditoriale, la collecte de l'information, le traitement éditorial de l'information, les engagements personnels du journaliste (synthèse reproduite dans l'annexe 14). D'après un membre du groupe de travail, les différents textes « *présentent un corpus de valeurs communes de 90 %* » et les principes déontologiques ont très peu évolué entre la première charte de 1918 et aujourd'hui. Comme dans le cas des avocats, « les règles du jeu semblent déjouer le changement alors que tout le reste change » (Karpik, 1995, p. 337). Les nouvelles pratiques (Internet et information gratuite notamment) n'ont pas modifié les principes fondamentaux. L'actualisation des chartes produit des modifications marginales des textes. On peut s'interroger sur la particularité de la déontologie journalistique. Si on regarde de plus près, les grands principes défendus sont les mêmes que ceux d'autres professions. Dans la déontologie des juristes par exemple, les quatre grands ensembles de valeurs sont : la probité (honnêteté et loyauté) et l'indépendance ; la qualité du travail ; le secret et la discrétion professionnelles ; la prohibition des conflits d'intérêts (Moret-Bailly, Truchet, 2010, pp. 99-129). On peut ainsi postuler que ce sont 90 % des règles professionnelles de l'ensemble des professions qui sont communes. Ce qui constitue les 10 % de différences entre les textes a trait aux droits des journalistes. En ce qui concerne l'autorité éditoriale, des clauses précisent que le journaliste « *ne peut être contraint d'accomplir un acte, d'exprimer une opinion, ou d'être associé à une expression éditoriale qui seraient contraires à sa conscience ou aux règles déontologiques* » (article 11 de la synthèse). Ce droit des journalistes n'a pas été reproduit dans le code Frappat, ce qui explique en partie qu'il ait été rejeté : « *Le texte présenté par la Commission des sages ne traite des principes professionnels qu'en termes de devoirs du journaliste* » (déclaration du SJ-FO, mars 2011). Par ailleurs, les syndicats de journalistes ne parviennent pas à s'unir sur un texte commun.

[48] La charte d'éthique professionnelle des journalistes du SNJ (1918-1938-2011), la déclaration de principe sur la conduite des journalistes de la FIJ (1951-1986), la déclaration des devoirs et des droits des journalistes de Munich (1971), la charte qualité de l'information élaborée aux Assises (2008) et le code de déontologie pour les journalistes proposées suite aux EGPE (2009).

2.2.4. Des principes ou des règles

La question de l'annexion du texte à la convention collective des journalistes est source d'oppositions. Les syndicats de journalistes souhaitent qu'un code de déontologie soit annexé à la convention collective, recommandation suivie par le groupe de travail des États généraux de la presse écrite. Si c'était le cas, le texte deviendrait opposable devant les tribunaux.

> « SNJ : C'est pour ça que le groupe Frappat il est un peu tombé... car on souhaite que la charte de déontologie soit agrafée, soit opposable aux patrons, soit annexée à la convention collective…
>
> CD : J'ai du mal à comprendre comment ce serait possible juridiquement...
>
> SNJ : C'est souvent le discours des syndicats de patrons... [Rires] La convention collective elle est signée par tout le monde, par eux (syndicats de patrons) et par nous (syndicats de salariés). Si on a une charte annexée, ça veut dire qu'elle est opposable, c'est à dire qu'à partir du moment où ils l'ont signée, ils acceptent ce qui est dedans, les principes fondateurs de la profession […] En tant que responsable d'un syndicat patronal, ils sont d'accord avec ces principes mais ils ne veulent pas qu'on leur oppose [...] Un délégué à Marseille me raconte qu'il est très emmerdé parce que son patron lui demande de faire du publireportage. Si c'était agrafé, il pourrait aller aux prud'hommes oui, mais il y a combien d'affaires qui vont aux prud'hommes ? La plupart du temps, ça se règle en interne [...] On n'a pas besoin d'aller aux prud'hommes, c'est opposable aussi devant un délégué du personnel, devant un DRH, à l'inspection du travail : comme pour faire respecter une prime d'ancienneté, ou une disposition sur un congé maternité, c'est dans la convention collective, pas besoin d'aller aux prud'hommes. On y va si le patron est complètement obtus et que bien que ce soit écrit il ne respecte pas ! [...] Avant d'aller devant le tribunal, il y a quand même des étapes... » (Entretien, responsable national SNJ.)

Les éditeurs prennent position contre l'annexion d'un texte de déontologie à la convention collective dès la première réunion de négociations alors que c'est une condition posée par les syndicats. Les négociations sont ainsi vouées à l'échec dès la première réunion pour les journalistes : « *À partir du moment où les patrons ferment la porte en disant "même le plus beau texte qui soit, il ne sera pas annexé", alors que c'est ce à quoi ils s'étaient engagés… Qu'est-ce que vous voulez qu'on fasse ? La négociation est morte dans l'œuf dès le départ* » considère une responsable national SNJ (entretien).

Dans les négociations paritaires autour de l'adoption d'une charte de déontologie annexée à la convention collectives des journalistes, on retrouve, comme dans le statut de journaliste professionnel et celui des entreprises d'information la même ambigüité constitutive : la catégorie professionnelle s'est instituée autour d'un statut de salarié tout en œuvrant pour l'adoption d'un dispositif propre aux professions libérales non subordonnées. Cela permet d'expliquer à la fois la récurrence des volontés de s'entendre sur un texte déontologique qui contribuerait à un encadrement du groupe et à sa légitimation, et les échecs

à y parvenir. Pourtant, d'autres professions ont réussi à régler la tension entre salariat et autonomie d'exercice. Pour les médecins du travail salariés dans une entreprise par exemple, leur autonomie d'exercice est liée à une validation préalable des contrats de travail par l'Ordre et à un statut protecteur dans l'entreprise (qui se rapproche des salariés protégés). Mais cette limitation du pouvoir de l'employeur n'est pas acceptée par les éditeurs. S'ils partagent les principes professionnels édictés dans ces codes, ils ne veulent pas qu'ils deviennent des règles qui pourraient leur être opposées.

Face à ces échecs, une proposition alternative s'est construite autour d'un « passeport professionnel ».

2.3. Doter la profession de références communes : le projet d'un passeport professionnel

Parallèlement à l'échec de ces négociations, une alternative s'est développée, proposant l'instauration d'une formation minimale pour tous *via* l'instauration d'un passeport professionnel.

2.3.1. La CNMJ ou la sortie du paritarisme

Suite aux recommandations issues des Etats généraux de la presse écrite, s'est créée en juillet 2010 une association loi 1901 : la Conférence nationale des métiers du journalisme (CNMJ). Elle a pour objet : « de contribuer aux échanges entre les Ecoles de journalisme dispensant des cursus de formation reconnus par la profession, les pouvoirs publics et les acteurs des médias d'information »[49]. Elle présente les résultats de ses travaux annuellement lors d'une conférence publique. Les quatorze écoles dont le cursus est reconnu par la profession sont membres de droit de cette association. Les autres membres sont « des experts et des personnalités qualifiées »[50]. On y trouve des journalistes et des éditeurs qui sont reconnus par la profession comme des spécialistes de la déontologie ainsi que des universitaires (cf. encadré 9). Un certain nombre des membres de la CNMJ sont ou ont été membres de la CPNEJ (la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes, chargée notamment des questions de formation).

[49] Article 2 des statuts de l'Association.
[50] Article 4 des statuts de l'Association.

Encadré 9 - Comment devient-on président de la CNMJ ?

Patrick Pépin a été président de la CNMJ entre 2010 et 2013. Né en 1947, il exerce la profession de journaliste dans diverses rédactions (Agence France presse, Radio Monte-Carlo, France 3 Bayonne etc.). Il exerce également des fonctions de directeur à Radio France. Son intérêt pour la formation à la déontologie provient de deux expériences : il a été le directeur général de l'École supérieure de journalisme (ESJ) de Lille pendant sept ans (1991-1998) puis le médiateur de Radio France jusqu'à sa retraite (2004-2008). Il a régulièrement publié des articles dans la revue *Les Cahiers du Journalisme*, dont il est l'un des fondateurs : « Le journaliste, acteur de la société » (1996), « Le traitement journalistique de la complexité » (1997) ; « Vertus, faiblesses et ambigüités de la médiation de presse » (2008).

Comment expliquer la création de cette association en marge d'une instance paritaire ? Les membres de la CNMJ la présente comme : « *Une instance de réflexion, d'élaboration, de proposition sur l'évolution du métier* […] *un petit* think tank *sur l'évolution et la formation des journalistes* » (discours d'ouverture de la Conférence de 2011 par son président). Ils se veulent force de proposition mais n'entendent pas remplacer le dialogue social. À plusieurs reprises, les membres de l'Association précisent qu'il est du devoir des organisations représentant la profession de se saisir des propositions afin de négocier : « *La CNMJ est un lieu de proposition et de réflexion mais pas de décisions. Ce sont aux acteurs de la profession (employeurs, syndicats et écoles de journalistes) de les mettre en œuvre. Nous ne sommes que des conseillers, à vous de vous en emparer !* » (Discours d'ouverture de la Conférence de 2012 par son président.)

Il se met en place une forme de contournement du paritarisme qui s'explique par les échecs des négociations paritaires[51]. Suite à l'arrêt des négociations sur la charte (seconde réunion du 15 juin 2011), ce groupe propose en septembre un projet de « passeport professionnel » qui peut être considéré comme une alternative à l'adoption d'un texte commun.

2.3.2. Une formation minimale

Les journalistes n'ont pas besoin d'un diplôme spécifique pour exercer leur profession. Cette absence de formation obligatoire est constitutive de la profession de journaliste qui veut demeurer une « profession ouverte ». Pourtant, sans être remise fondamentalement en cause, elle est souvent critiquée : « *Tout le monde ne peut pas se dire chirurgien-dentiste, pourquoi journaliste ? Il y a un débat philosophique au départ : est-ce que le journaliste est un poète ?*

[51] Nous retrouverons cette stratégie de contournement du paritarisme dans les stratégies de l'APCP (Chapitre 6).

Un artiste ? Ou un professionnel encadré ? » (Déclaration d'un participant, CNMJ 2012.) L'acquisition d'un diplôme n'est pas nécessaire (profession non réglementée) pour exercer le journalisme. Le diplôme semble même ne pas être un élément pertinent pour l'évaluation d'un journaliste. Alors que la plupart des conventions collectives mentionnent au moins un diplôme (à titre indicatif et sans être nécessairement obligatoire pour l'exercice du métier), la convention collective des journalistes ne fait référence à aucun diplôme (Jobert, Tallard, 1995). On retrouve ici encore les ambigüités entretenues par le refus symbolique de la condition salariale. Les « mécanismes d'apprentissage » de la bonne relation entre le journaliste et son public sont pensés sur le modèle de l'apprentissage de la relation entre le médecin et le patient à l'université (Siméant, 1992). Pourtant, cet idéal du journaliste formé par ses pairs est de plus en plus remis en cause. Parmi les moyens de favoriser la qualité de l'information, la formation est régulièrement citée : « une formation de journalistes à l'ancienne, sur le tas, pratique mais myope est devenue dangereusement insuffisante » explique C.-J. Bertrand (1997, p. 86). On retrouve cette idée dans un rapport pour le ministère de la Culture et de la Communication de 1999 qui explique qu'il existe un consensus autour de l'idée qu'« une profession à forte responsabilité ne peut qu'être formée à l'exercice de celle-ci. Elle appelle comme toutes les autres professions une compétence sans cesse actualisée » (Charon J.-M., 1999). De quel niveau de formation professionnelle disposent les journalistes ?

Quatorze cursus sont « reconnus » par la profession (par l'instance paritaire chargée de la formation[52]) uniquement dans le but d'éclaircir l'offre de formation. Si les journalistes issus de l'un d'entre eux accèdent plus facilement à un emploi, ce n'est en rien une obligation. En 2011, seulement 5 966 journalistes encartés étaient issus d'un cursus reconnu (16 %)[53]. Ce taux est équivalent pour les journalistes qui accèdent à leur première carte de presse. À côté de ces quatorze cursus, il existe une myriade de formations au journalisme : pas moins de cinquante-deux formations non reconnues par la profession sont recensées[54]. L'analyse d'un échantillon aléatoire des dossiers de la CCIJP des nouveaux titulaires de la carte de presse en 2008 (Leteinturier, 2010) montre que 60 % de la cohorte sont passés par une formation professionnelle initiale ou continue au journalisme (21,6 % par une école reconnue ; 38,4 %

[52] À partir d'un référentiel général alliant des éléments fondamentaux (techniques du métier, histoire, règles et fondements juridiques de la profession etc.) et éléments spécialisés selon le type de média. Voir Chapitre 1 : 3.1.2. pour la liste des écoles.

[53] D'après le rapport sur les journalistes encartés en 2011 de l'Observatoire des métiers de la presse.

[54] En 2007, d'après le répertoire dressé par Jacqueline Papet, [en ligne], [URL : http://www.cnmj.fr/wp-content/uploads/ObservatoireAVFormationsjournalisme.pdf], consulté le 2 septembre 2013.

par une école non reconnue). Environ 40 % des journalistes n'ont pas bénéficié d'une formation professionnelle. Parmi la cohorte 2008, le niveau d'étude de la majorité est égal ou supérieur à bac+3 (71,6 %). La part des non bacheliers est résiduelle (3 %). En plus d'une formation générale, les jeunes journalistes accumulent des expériences de terrain. Cette analyse permet de remettre en question la faiblesse de la formation professionnelle des journalistes. Pourtant, cette idée reste ancrée parmi les journalistes. L'un d'entre eux interroge : « *80 % des journalistes sortent d'écoles non reconnues par la profession. Quand entendent-ils parler de déontologie ? J'aimerais faire le test sur cent journalistes de leur connaissance en déontologie !* » (Lors de l'atelier Indépendance et déontologie, Assises 2012.)

Cela explique que les membres de la CNMJ aient proposé une action sur la formation des journalistes. Ils souhaitent que tous les nouveaux entrants bénéficient d'une formation minimale commune et obligatoire fondée sur la déontologie. L'un des rapporteurs explique ainsi : « *La déontologie est le plus petit dénominateur commun à l'ensemble des conceptions du journalisme. Ce ne serait pas une école de journalisme express mais l'apprentissage de ce dénominateur commun* » (CNMJ, 2011). Suite à cette formation, ils seraient titulaires d'un « passeport professionnel ».

2.3.3. Le passeport professionnel

La première version du « passeport professionnel » date du 29 septembre 2011 et a été présentée à la deuxième conférence de la CNMJ (cf. encadré 10).

Encadré 10 - Préambule du projet de passeport professionnel

La qualité de l'information contribue à la qualité de la démocratie. Conscients de leur responsabilité sociale, journalistes et médias ont décidé la mise en œuvre d'un passeport professionnel.

La vocation du passeport professionnel est d'attirer l'attention des journalistes récemment entrés dans le métier sur les enjeux moraux et des risques éthiques qu'ils vont rencontrer durant leur carrière. Depuis plus d'un siècle, l'exercice du journalisme a établi progressivement un ensemble de règles partagées, un code de bons usages, que l'on appelle généralement la déontologie, et que l'on trouve dans les codes, chartes et textes divers, adoptés aux plans international, national, ou à l'échelle de l'entreprise.

Il s'agit d'aborder les fondements du droit de la presse ou encore les grands principes professionnels comme la protection des sources, le rôle du journaliste, ce que contient comme exigences la mission d'informer les citoyens dans une société démocratique.

Le passeport professionnel doit répondre aux questions que pose le métier.

Le projet consiste en une formation de trois semaines centrée autour de cinq thèmes : la relation au public, aux sources, aux interlocuteurs (droit de la presse, éthique et déontologie), l'exploitation des données chiffrées et des sondages et la dimension collective du métier (statut, convention collective). Elle serait obligatoire pour l'ensemble des journalistes non diplômés de l'un des quatorze cursus reconnus par la profession pendant leurs deux premières années d'exercice (carte de presse stagiaire). Sans passeport professionnel, le journaliste ne pourrait se voir délivrer une carte de presse titulaire. Cela impliquerait une modification du décret de 1936, qui instaure la CCIJP en faisant entrer un critère de formation pour délivrer la carte. Le premier projet avance peu de propositions sur les modalités de financement de cette formation.

Lors des premières discussions, le critère de l'obligation fait l'objet de vives critiques tant du côté des employeurs que des syndicats. Les éditeurs de presse quotidienne régionale (PQR) considèrent que « *la PQR est en soit une école* » tandis que les délégués CGT s'opposent à ce qui pourrait constituer « *une fermeture de la profession* ». Des participants s'amusent d'« *une alliance objective du patronat et de la CGT !* » (Extraits des notes d'observation). Les partenaires sociaux se sont emparés de cette proposition et le projet est adopté comme « priorité de branche » au sein des CPNEJ presse et audiovisuel. Le « groupe passeport » de la CNMJ se dissout donc le 5 avril 2012. Le passeport est adopté par la CPNEJ le 2 mai 2012. Le caractère obligatoire a été supprimé de l'accord paritaire final (reproduit en annexe 15). Pour ceux qui en font la demande, la formation s'étale sur quinze journées (sur deux années au maximum), autour des cinq thèmes précédemment cités. La prise en charge est opérée par l'AFDAS (organisme paritaire de formation). Une expérimentation[55] a eu lieu jusqu'en janvier 2013. En septembre 2012, seules trois personnes[56] suivaient cette formation à l'IJBA (Bordeaux) et les écoles habilitées[57] n'avaient aucun inscrit malgré la large communication opérée par l'AFDAS.

Le bilan des initiatives en faveur de la déontologie est donc très mitigé : échec sur la négociation d'une charte commune et recul devant le caractère obligatoire du passeport professionnel. Un journaliste peut donc exercer son activité sans aucune référence à la déontologie de sa profession. On retrouve ici les tensions d'une catégorie de salariés qui tente

[55] Sur 80 journalistes pour un montant de 300 000 euros d'après un membre de la CPNEJ « presse écrite », Bulletin de l'ACPCP n° 12, janvier 2012.
[56] Trois monteurs de France Télévision en reconversion vers le journalisme.
[57] En septembre 2012, cinq écoles ont été retenues : CFPJ (paris), CUEJ (Paris), ESJ (Lille), IPJ (Paris), IJBA (Bordeaux).

de s'organiser à partir du modèle des professions libérales. Le dernier élément que les journalistes tentent d'emprunter aux indépendants est l'instauration d'une instance de régulation éthique.

Section 3 : Encadrer la pratique : une instance de régulation éthique

Le troisième dispositif institutionnel qui pourrait offrir une régulation de la catégorie de journaliste professionnel au-delà des garanties offertes par le droit du travail est l'instauration d'une instance de régulation éthique. Les débats autour de cette instance se focalisent sur trois questions : la place de l'État, la place des non journalistes et la nature des sanctions.

3.1. Le juge de l'éthique

Si l'idée d'instaurer un « juge de l'éthique » pour faire appliquer les règles professionnelles a été régulièrement proposée, les moyens pour y parvenir sont débattus. Le recours au législateur est craint tandis que la profession peine à s'entendre.

3.1.1. Charte et instance : des dispositifs complémentaires ?

L'instauration de règles professionnelles, par l'intermédiaire de textes de déontologie, sous-entend qu'une instance soit à même de les faire exécuter. Un certain nombre de règles sont appliquées par les juridictions ordinaires. Dans le cas où les règles morales ont été traduites par des règles juridiques (comme dans le cas du secret des sources), les juridictions judiciaires sont chargées de les faire respecter : la justice pénale traite des délits contre l'honneur et le secret et la justice civile des cas d'atteinte à la personne (Labarthe, 2008). Par ailleurs, si les règles déontologiques étaient annexées à la convention collective, elles deviendraient des règles légales appliquées par les juridictions du travail (prud'hommes). Ainsi, lorsque les règles professionnelles entrent dans le corpus des règles de droit (règles déontologiques au sens restreint du terme), elles sont appliquées par les juridictions communes chargées de sanctionner les individus ne les ayant pas respectées. Cependant, une partie des règles professionnelles des journalistes demeure du côté des principes moraux (pas de traduction juridique : *supra*). Pour faire appliquer ces règles, des journalistes demandent l'instauration d'une instance de régulation éthique qui les ferait exécuter : « *Il ne peut pas y*

avoir une charte sans qu'il n'y ait quelqu'un pour en contrôler l'application, ce n'est pas possible, ça ne tient pas debout » (entretien, éditeur.)

Dès 1898, l'idée d'un conseil de presse est lancée (Delporte, 1999) mais c'est avec la première charte que le projet prend forme. Le SNJ met au cœur de ses objectifs l'encadrement de la pratique journalistique : « *Le Syndicat des journalistes se propose de remplir un rôle moral analogue à celui que remplit le Conseil de l'Ordre des Avocats* » (appel adressé à la profession par les membres fondateurs du Syndicat, 1918). La charte d'éthique professionnelle des journalistes du SNJ de 1918 doit ainsi être « *obéie des syndiqués* » (*ibid*.). Le SNJ met en place un conseil de discipline le 28 juin 1930 pour faire appliquer ces règles. Il se révèle rapidement inefficace. La question qui se pose alors est la voie pour réussir à instaurer cette instance : doit-elle être créée par les professionnels ou instituée par le législateur ?

3.1.2. Instituer un conseil de presse par voie législative

Après les années 1930, le Syndicat national des journalistes n'est plus attaché à la création d'un Ordre professionnel mais à la reconnaissance du statut des journalistes. À la suite de l'échec du contrat collectif signé entre les partenaires sociaux en 1931, le statut de journaliste et la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) sont institués par la loi[58]. Ce précédent est utilisé par ceux qui sont favorables à l'institution d'une instance éthique par la loi (faute d'un accord entre les organisations de salariés et d'employeurs). Cela constitue une « *voie alternative* » à l'accord professionnel, que souhaite par exemple la Fédération nationale de la presse française (FNPF) qui la sortie de la Seconde Guerre mondiale (1945) demande l'institution d'un Ordre de la presse. La CFTC rallie cette position en 1959. Plusieurs demandes sont faites dans ce sens au cours des années 1970, parallèlement aux projets d'un statut de l'entreprise de presse et d'un code de déontologie. Ces trois éléments sont imbriqués, comme dans le projet de statut des entreprises de presse d'intérêt général de 1973 (cf. encadré 11). De même que le statut des entreprises de presse, ces dispositions ne sont jamais adoptées.

Encadré 11 - Article 9 du projet de statut d'entreprise de presse d'intérêt général (1973)

Il est créé un conseil de presse chargé de :

. Définir une déontologie de l'information et de sanctionner les manquements commis par les dirigeants d'entreprises de presse ou les journalistes ;

[58] Voir Chapitre 1 : section 2.

. De donner un avis sur tous les projets de concentration ;

. De donner son agrément aux statuts des entreprises de presse d'intérêt général ;

. D'élaborer et de publier annuellement un Livre blanc sur la situation de la presse française.

L'échec des négociations sur la charte (*supra*) a relancé cette « voie politique » ou « *voie Bourdon qui après huit ans de négociations paritaires infructueuses a choisit la voix politique pour faire voter le statut de 1935* » (réunion APCP, juin 2011). Certains membres de l'APCP y sont favorables. Dans le cas où une instance d'éthique était créée par le législateur, elle bénéficierait d'une certaine forme de légitimité : « *Il nous faut un minimum de sacre politique pour ne pas être pris pour une bande de zozos !* » considère un membre de l'APCP (entretien). Un journaliste explique ainsi :

> « Je crois maintenant que le conseil d'éthique ne marchera que s'il ne représente plus les syndicats et les organisations patronales, et qu'il est créé *ex nihilo* pour ce qu'il représente, avec des gens que personne ne peut discuter […] : qu'il y ait une décision du politique qui dise, voilà, il y a un conseil d'éthique, composé de dix personnes, dans lesquelles il y a je dis n'importe quoi hein, mais Badinter, machin, truc, bidule. » (Entretien, 2011.)

Le cas de la Belgique francophone est régulièrement cité en exemple. Une instance éthique a été créé par le législateur, avec la mission de rédiger un texte de déontologie et de statuer sur des cas de manquement à ce texte. L'État apparaît comme un « *facilitateur* » : « *On peut réfléchir au système qui existe en Belgique et voir comment, à un moment donné, le législateur peut donner un coup de pouce* » (entretien, journaliste membre APCP, 2012). Cette démarche s'inscrit dans la loi de modernisation du dialogue social du 31 janvier 2007 qui stipule que les projets de réforme « qui porte sur les relations individuelles et collectives du travail, l'emploi et la formation professionnelle » et « qui relève du champ de la négociation nationale et interprofessionnelle » doivent faire l'objet d'une « concertation préalable ». Cette loi menace en creux les partenaires sociaux de légiférer faute d'un accord dans un délai raisonnable (Bevort, Jobert, 2011, p. 113). Le recours au politique est considéré comme « *un levier pour faire peur à la profession* » et obliger les partenaires sociaux à négocier sur un texte. Cependant, cela constitue un « *jeu dangereux* » (réunion APCP, décembre 2011) selon certains.

3.1.3. Les limites de la voie législative

Le recours au législateur est loin de faire consensus parmi les professionnels. En effet, rien ne garantie qu'une instance éthique créée par la loi respecte leurs préconisations : « *Je n'ai pas suffisamment confiance dans le législateur pour lui demander de dire, il existe un*

conseil de presse, voilà ses missions et voilà qui sera dedans. Il ne connait pas suffisamment la profession pour ça » explique par exemple un journaliste (entretien). Certains pensent que l'instance en serait décrédibilisée : « *Le politique est, qu'on le veuille ou non, la quasi certitude d'aller dans le mur* […] *La profession n'attendra que ça de pouvoir dire que c'est une loi liberticide* » (réunion APCP, juin 2011).

Les positions de ceux qui sont contre ont été confirmées suite à une proposition de loi « visant à instituer un conseil national de déontologie journalistique » enregistrée à la présidence de l'Assemblée nationale le 13 juillet 2011 par le député UMP Jean-François Mancel. Dans l'exposé des motifs, les rédacteurs de la loi reviennent sur « *les excès auxquels certains journalistes peuvent succomber* » et sur les abus tels que les « *atteintes au secret de l'instruction, au secret défense, à la dignité et à la vie privée de la personne* ». Certains ont souligné le caractère liberticide de ce texte dont l'objectif serait de contrôler la presse.

> « Résumons nous, l'État nomme un tiers des membres du conseil national de la déontologie [les membres de la société civile] et, de surcroit, il rajoute à la liste de son comité exécutif un haut fonctionnaire qui prend part aux votes (même si c'est à titre consultatif). Si ce n'est pas un retour au ministère de l'information, cela y ressemble diantrement. » (Tribune d'un ancien président de la CCIJP, SNJ[59].)

La manière de créer une instance éthique divise la profession. Celle de la place à laisser aux non journalistes au sein de l'instance aussi.

3.2. Quelle place pour les non journalistes ?

La place que pourraient tenir les non journalistes (autres catégories professionnelles, représentants de l'État, ou public) fait l'objet de débats.

3.2.1. Les pairs et les autres

Les journalistes sont attachés à un processus d'autorégulation professionnelle. Dans la deuxième version de la charte du SNJ (1938), la mention : « le journaliste ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnelle » est ainsi ajoutée. Cette disposition est fondamentale car elle justifie que soient créées des instances par et pour les professionnels. La référence en termes d'organisation d'une régulation professionnelle éthique est l'ordre des avocats. O. Favereau *et al.* (2009) montrent qu'un ordre professionnel (« ordre institutionnel ») tire son efficacité de sa structuration même. En effet, le professionnel dispose d'un degré d'expertise sur sa profession qui lui permet de juger au

[59] O. da Lage, paru dans *Légipress* n° 286, pp. 455-456.

mieux la prestation fournie par l'un de ses pairs. Les auteurs concluent donc à la supériorité de l'autorégulation par rapport à la régulation marchande (par le marché). Cependant, ils n'étudient pas la troisième option que constitue la co-régulation avec l'association de non professionnels dans la régulation éthique. L'idée selon laquelle la déontologie doit rester aux mains des professionnels a entretenu une mise à distance des représentants de l'État. Le projet de 1973 est l'unique projet dans lequel on trouve la participation de « *quatre représentants des assemblées parlementaires* » (parmi les dix-sept membres du conseil de presse). Pourtant les syndicats militent pour l'annexion d'une charte à la convention collective qui la rendrait opposable devant une juridiction ordinaire (les prud'hommes) et non professionnelle.

La proposition d'associer des représentants des salariés des entreprises de presse non journalistes à un conseil de presse a connu davantage de succès. Elle est présente dans le projet de 1973 qui, parmi les dix-sept membres du conseil de presse, nomment « trois représentants du personnel non journalistes (cadres, employés, ouvriers du Livre) ». Cette proposition a été suivie au sein de commissions éthiques d'entreprises, et notamment au groupe Le Monde. Suite à l'adoption d'une charte, publiée la première fois le 3 novembre 2010, deux comités d'éthique et de déontologie se sont créés pour la faire appliquer (un pour *Le Monde* et ses suppléments, déclinaisons, sites numériques ; un pour les magazines) auxquels des non journalistes participent. Mais c'est surtout la place du public dans la régulation qui pose question.

3.2.2. La consultation du public

Les chartes les plus récentes (assises 2008 et Frappat 2009) ont supprimé la référence aux pairs. Cependant, le SNJ y reste attaché et a repris cette clause dans la dernière version de sa charte (2011). Signe de son évolution sur cette question, le Syndicat a tout de même adopté lors de son congrès de Villeurbane le 5 octobre 2012 une résolution en faveur de la création d'une instance déontologique qui laisse une place à des représentants du public :

> « La qualité de l'information délivrée aux citoyens étant au cœur des préoccupations de cette instance, la présence du public en son sein est légitime. Elle assurera en outre la transparence des travaux et préviendra toute suspicion de corporatisme. Ses représentants ne pourront toutefois excéder un cinquième de la totalité des membres. » (Extrait de la résolution.)

Les syndicats de journalistes CFDT et CFTC vont dans le même sens tandis que la CGT s'oppose à toute instance de déontologie. La proposition portée par l'Association de préfiguration d'un conseil de presse place pour sa part le public au cœur de l'instance éthique. Le premier trimestre 2011 a été l'objet de modifications substantielles de sa maquette d'un

conseil de presse, et notamment d'une discussion autour de la composition des collèges. Dans la nouvelle version d'une « instance indépendante de médiation pour une information de qualité », le comité délibératif est ainsi composé de trois collèges : éditeurs, journalistes et public, de huit titulaires et huit suppléants chacun. Les vingt-quatre membres ont voix délibérative. Dans ce projet, le public représente donc le tiers des votants (cf. encadré 12). Une étude menée en 2009 sur treize conseils de presse de dix pays européens, du Québec et du Bénin montre que seulement deux pays n'ont pas de représentant du public (Allemagne et Slovénie)[60]. Dans les cas où une représentation du public existe, trois systèmes de désignation sont possibles : appel public à candidatures et sélection par un comité ; nomination par la fondation qui abrite le conseil de presse ; nomination par des personnes physiques ou morales.

Encadré 12 - Comment choisir les représentants du public ? Les propositions de l'APCP (maquette de mai 2011)

Le Conseil National de la Vie Associative désigne 4 membres titulaires et 4 membres suppléants représentant des associations ayant manifesté concrètement leur intérêt pour les médias et l'information. Le CNVA propose une liste de 24 personnes (non élues dans ces organisations) au collège des fondateurs pour les 8 autres membres du collège (titulaires + suppléants) ; les fondateurs choisissent dans cette liste, en fonction des critères ci-dessous ; ils peuvent, pour que ces critères soient respectés, désigner des personnes qui ne seraient pas dans cette liste.

Critères généraux pour les trois collèges : majorité de la moitié d'actifs au total ; tendre vers la parité hommes/femmes ;

Critères particuliers pour le collège « Public » : variété des appartenances associatives pour des personnalités du monde associatif ; rapport avec les médias pour des personnalités ne représentant pas une association (enseignants-chercheurs, juristes spécialisés, etc.).

Ces instances sont la preuve d'une attention particulière au public qui s'inscrit dans une dynamique plus générale de participation de l'ensemble des « parties prenantes ». La question de la place du public pose plus largement la question du degré d'ouverture de la catégorie des journalistes. Encore une fois, on peut interroger la faisabilité d'une telle instance : des professionnels et des membres du public sont-ils à même de juger les pratiques d'un salarié à la place de son directeur ? C'est finalement la nature des sanctions qui est l'élément central de ces discussions : dans un monde salarié, est-il possible de contraindre les salariés et éditeurs sans instaurer une juridiction légale c'est-à-dire sans « monopole de la violence légitime » ?

[60] Comparaison réalisée par des membres de l'APCP

3.3. La nature de la sanction

Quelque soit la composition de l'instance, la nature des sanctions est discutée : sanctions légales ou morales ; sanctions privées ou publiques : jusqu'où peut-aller l'encadrement des pratiques journalistiques ?

3.3.1. L'ordre des journalistes : la sanction

Un ordre professionnel possède des attributions extrêmement vastes. En partant de l'exemple de l'Ordre des avocats (créé en 1940 et réformé en 1977), L. Kaprik liste les différentes fonctions qu'un Ordre peut exercer : représentation, administration, enseignement, discipline et conciliation (1995, p. 338). Parmi ces prérogatives, c'est la fonction disciplinaire qui intéresse ici. Toutes les professions libérales n'en disposent pas. Par exemple, dans le cas des architectes, ce sont des chambres composées à majorité de magistrats (trois magistrats et deux architectes) qui émettent les sanctions (Champy, 2001, p. 40). C'est cette autonomie disciplinaire que les journalistes recherchent dans les premiers projets d'Ordre. Certains souhaitent que les professionnels puissent exclure de la profession ceux qui ont commis une faute. Le conseil de discipline du SNJ (1930) est salué comme « le premier tribunal d'honneur » (Agnès, 2010b). Lors de la création de la CCIJP, le bulletin du SNJ titre : « L'ordre des journalistes est créé ». Les commentateurs de la loi de 1935 comparent la CCIJP à une « police des professions »[61]. Cela a alimenté une confusion liée à la diversité des fonctions d'un ordre professionnel. Si la CCIJP acquière la prérogative de dire qui est journaliste, elle ne bénéficie en revanche d'aucune mission de discipline. Il n'y a aucune référence aux règles professionnelles dans le statut de 1935. La CCIJP ne peut donc pas être confondue avec un Ordre puisqu'elle ne peut contraindre une personne à arrêter son activité, comme l'a rappelé l'un de ses anciens présidents :

> « La Commission rappelle que, contrairement à une idée répandue, elle n'a pas de prérogative déontologique comme il en est d'un Ordre (médecins, avocats etc.). Mais elle reconnaît un professionnalisme fondé, en principe, sur la connaissance des textes régissant le droit de la communication et l'observance d'une éthique. » (Déclaration adoptée par la CCIJP et diffusée le 4 février 1992.)

Cependant, la CCIJP a joué ponctuellement un rôle d'Ordre professionnel suite aux ordonnances de 1944. L'ordonnance du 30 septembre précise dans son article 11 que la Commission se prononcera sur les demandes de carte « en tenant compte de l'attitude du

[61] *Dalloz Péridoique* 4, 1936.

demandeur depuis le 16 juin 1940 ». L'ordonnance du 2 mai 1945 érige la nouvelle commission en organisation d'épuration professionnelle. La Commission est susceptible de prononcer des sanctions contre les journalistes « ayant favorisé les entreprises de l'ennemi », « contrarié l'effort de guerre de la France ou de ses alliés », ou « entravé la résistance des français ». La Commission se voit ainsi allouer une mission d'épuration de la profession, pouvant aller jusqu'à prononcer une interdiction d'exercice à vie. Cette mission prend fin le 30 juin 1946 : 647 journalistes ont été sanctionnés (8,4 %). Moins de quarante journalistes écopent d'une interdiction d'exercer supérieure à six ans et une loi d'amnistie est prise en 1953 (Delporte, 1999, pp. 394-6). L'existence d'un Ordre des journalistes est donc non seulement de courte durée, mais aussi relativement inefficace, puisque l'exercice du journalisme est libre. Cette idée est décrédibilisée dans l'immédiat après-guerre (institution vichyste) mais est à nouveau proposée en 1945 par la Fédération nationale de la presse française (cf. encadré 13).

Encadré 13 - Projet de statut de la presse adopté par la Commission exécutive de la FNPF le 17 septembre 1946

Art. 109 : La Cour d'Honneur dispose des sanctions suivantes :

- L'avertissement,
- Le blâme (qui intervient obligatoirement en cas de récidive pour une faute déjà sanctionnée par un avertissement depuis moins de trois ans),
- L'exclusion des organismes professionnels et, pour les journalistes, le retrait temporaire ou définitif de la carte de journaliste professionnel,
- S'il y a faute grave ou répétée, la suspension provisoire d'une entreprise de presse qui est requise des pouvoirs publics.

Cependant, un Ordre des journalistes est incompatible avec le caractère ouvert de cette profession. Comme dans le cas des ingénieurs (Didier, 2009), l'exercice de la profession n'est pas régulée (on peut se dire ingénieur sans avoir fait une école spécifique ou se dire journaliste sans être titulaire d'un carte professionnelle). Par ailleurs, les journalistes salariés doivent rendre des comptes à leurs pairs, mais aussi à leur hiérarchie, et sont limités dans l'autonomie de leur exercice. La CFTC pose dès 1959 les bases de cette incompatibilité :

> « L'ordre des journalistes ne peut être à l'image de l'ordre des médecins, des avocats ou des architectes. Les médecins, les avocats et les architectes appartiennent à des professions dites libérales. En revanche, les journalistes sont des salariés qui ont une dépendance et un lien

de subordination à l'égard de leurs employeurs. » (Résumé du rapport d'activité de la CFTC, avril 1959[62].)

De plus, les décisions d'un ordre professionnel peuvent faire l'objet d'un appel devant le tribunal de grande instance. La profession s'expose ainsi à une justice externe.

3.3.2. Le conseil de presse : la médiation

Un conseil de presse ne prend pas de sanctions mais rend des avis qui ne peuvent faire l'objet de contestations. Un conseil de presse est une organisation non administrative (pas créée par la loi) dont la seule arme est la publication de ses décisions (Rhodes, 2010, p. 67). Il est généralement tripartite (journalistes, éditeurs et publics). C'est sous cette forme que l'APCP propose la création d'une instance éthique. Dans la plaquette de présentation du conseil de presse, il est ainsi rappelé qu'un conseil de presse n'est pas : « *un conseil de l'ordre professionnel* » ou « *un tribunal de la presse et des journalistes* » mais est « *une instance de médiation entre la presse et son pu*blic », « *un observatoire des pratiques et un espace de débat public* ». Face à la violente opposition de la profession à un ordre des journalistes, l'APCP rappelle régulièrement que le conseil de presse n'est pas un tribunal chargé de sanctionner le fautif : « *C'est quelqu'un qui va dire, ça ce n'est pas bien. Ce n'est pas quelqu'un qui va cogner, boum, vous devez 100 000 euros* » (entretien, membre de l'APCP, 2011).

Un conseil de presse s'inscrirait à côté d'un dispositif mis en place en France à la fin des années 1990 : celui des médiateurs. Au sein d'une rédaction, un médiateur fait le lien entre la rédaction et son public. L'un d'entre eux expliquent qu'il est à la fois « *l'ambassadeur du public et le porte-parole, le pédagogue des équipes éditoriales* […] *au cœur du triangle démocratie, journaliste, citoyen* » (Pépin, 2008, p. 13). Le premier en France est apparu au *Monde* en 1994. Aujourd'hui ils ne sont présents que dans une dizaine de rédactions. Le conseil de presse ne pourrait être saisi que suite à l'échec d'une régulation directe entre le plaignant et le média. L'idée de médiation est fondamentale dans le conseil de presse. Les sanctions ne seraient que des sanctions morales, ce qui ne veut pas dire qu'elles n'auraient aucune incidence, comme dans cet exemple :

> « Les avis sont publiés. Il n'y a pas de pouvoir de sanction. Nous, on n'en veut pas dans un premier temps. C'est une sanction morale […] Au Bénin, il y a eu un cas qui avait été traité, un journaliste accusé pour collusion avec l'ennemi togolais (espionnage et connivence avec l'étranger). Le conseil de presse a enquêté sur ce cas, ils l'ont suivi, ils l'ont pris en photo

[62] Reproduit dans *Le Monde* du 21 avril 2009.

> en train de parler au Togo avec des personnes, ils ont délibéré, ils ont publié l'avis. Depuis ce temps-là, ce confrère a énormément de peine à trouver du travail ! C'est un cas anecdotique, mais une sanction morale, ça peut avoir de l'effet quand même. Moi, si j'avais été pris la main dans le sac et que ça avait dépassé les limites de mon journal, j'aurai été mort ! J'aurai démissionné de ce métier. Ça m'aurait fait un mal de chien. » (Entretien, journaliste membre de l'APCP, 2011.)

Un conseil de presse est donc une instance qui délivre des avis à partir de cas et semble donc davantage compatible avec le statut de journaliste salarié. Cependant, et malgré un certain nombre de propositions concrètes, le projet n'avance pas. Une réunion de travail qui a réuni à la Sorbonne le 13 juin 2013 des représentants des journalistes, des employeurs et des politiques a permis de faire un état des lieux des positions de chacun. Le principe n'est pas accepté par l'ensemble de la profession. Les éditeurs y voient une usurpation de leur pouvoir hiérarchique tandis que les journalistes pointent les risques de discrédit de la profession rejoignant ainsi les analyses de L. Karpik sur l'ordre des avocats (1995, p. 343) :

> « Toute organisation professionnelle dotée d'un pouvoir disciplinaire est confrontée au même dilemme : faut-il dissimuler les sanctions prises pour éviter que le discrédit ne rejaillisse sur tous les autres ou faut-il à l'inverse montrer publiquement que la collectivité n'hésite pas à réprimer les fautes et qu'elle est donc digne de la confiance qui lui est portée ? »

Certains préfèrent ainsi une régulation interne au sein de la rédaction plutôt qu'une régulation externe qui publicise la faute, comme cet ancien rédacteur en chef de l'AFP qui explique : « *Il faut que les questions se règlent en interne par la constitution de pools internes dans les services, c'est ce que j'avais mis en place à l'AFP. Un médiateur et une autorégulation interne c'est mieux qu'un conseil de presse externe* » (entretien).

Les tenants de la « responsabilité sociale de l'entreprise » (RSE) vont dans ce sens. Un poste de responsable RSE a ainsi été créé à TF1 et sa titulaire participe aux manifestations professionnelles traitant des questions déontologiques : elle a pris part aux Assises du journalisme, à l'Alliance internationale de journaliste et à la CNMJ en 2012.

Pour d'autres, c'est le principe même d'une discipline collective qui est refusée car il limiterait la liberté individuelle des journalistes et ne prendrait pas en compte le système médiatique dans son ensemble en ramenant la responsabilité sur le journaliste plutôt que sur l'entreprise.

> « Ce truc là détourne la profession des enjeux d'aujourd'hui. Ce n'est pas ça le problème. Les problèmes c'est les pouvoirs économiques dans la presse, et politiques. Et ça, l'APCP s'en tape ! Un petit conseil de presse… Et alors, ça va changer quoi ? Est-ce que Dassault aura toujours le *Figaro* ? Est-ce qu'il va rentrer dedans à Dassault parce qu'on ne peut pas parler de ses Mirages au *Figaro* ? » (Entretien, responsable national SNJ-CGT.)

Ces instances ne seraient pas à même de traiter de la diversité des problèmes qui impliquent l'ensemble de la chaîne rédactionnelle. Un dernier dispositif moins ambitieux est celui d'une structure d'évaluation générale des pratiques.

3.3.3. L'Observatoire : l'évaluation générale

L'unique réalisation concrète récente en matière d'instance éthique est la création d'un Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) en septembre 2012. Face à l'échec des négociations paritaires en matière de déontologie de juin 2011, l'APCP lance l'idée de créer un « observatoire de la déontologie » avec un ensemble d'organisations partantes comprenant des organisations de salariés, d'employeurs, des écoles, des médiateurs et des associations de la société civile (dont l'APCP qui n'est pas proprement une organisation professionnelle puisque des non journalistes en sont membres). Contrairement à un conseil de presse, cette structure ne rendrait pas d'avis et n'enregistrerait pas de plaintes. Elle s'autosaisirait à partir des dérives, mais aussi des bonnes pratiques qu'elle recenserait : « *Ce n'est pas un conseil de presse donc l'Observatoire n'émettra pas d'avis et n'aura pas de parole publique. Les affaires traitées le seront a posteriori (pas de réactions à chaud)* […] *Il faudra dresser des constats rigoureux et factuels mais pas émettre des jugements* » (réunion APCP, octobre 2011). Au cours des réunions de l'Observatoire, les personnes utilisant le registre sémantique de la justice : « plainte », « sanction » sont systématiquement rappelés à l'ordre. Le but de l'Observatoire n'est donc plus d'exclure (ordre) ou de pointer du doigt (conseil de presse) les journalistes ou les rédactions en faute, mais de contribuer au débat sur la déontologie : « *L'Observatoire permettrait de faire un recensement de la situation. Cela représenterait un effort conséquent et visible à destination des publics* » (présentation aux Assises, 2011.)

Lors des Assises de 2011, l'APCP présente un projet d'observatoire au cours de l'atelier « pour une veille déontologique » devant trente-sept personnes (représentants des syndicats, des éditeurs, de la société civile et des étudiants). Un travail important de rassemblement a été mené afin de rallier un grand nombre d'acteurs de la profession au projet. Trois réunions de travail ont réuni les représentants des organisations partantes en janvier 2012 (trente personnes), mars 2012 (seize personnes) et juin 2012 (treize personnes). Ces réunions ont fait l'objet de la préparation des statuts de l'Observatoire et d'une discussion plus générale sur sa

fonction et sa légitimité[63]. L'assemblée générale constitutive de l'Observatoire de la déontologie de l'information s'est tenue le 12 septembre 2012 (cf. encadré 14).

Encadré 14 - Article 2 des statuts de l'ODI

L'Association a pour objet de contribuer, par ses réflexions, ses travaux et la communication de ceux-ci, à la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public.

Sa mission première est de recueillir et d'examiner les faits concernant les pratiques relatives à la déontologie dans l'information diffusée par les médias français (presse écrite, radio, télévision, médias en ligne).

Le travail de recueil des informations – manquements à la déontologie et « bonnes pratiques » – s'accompagne d'un travail d'enquête et d'analyse, en s'attachant à déceler les causes qui ont conduit à des dysfonctionnements ou les mécanismes qui favorisent les bonnes pratiques.

L'Observatoire effectue ainsi une « veille permanente » en matière de déontologie journalistique, interroge les pratiques professionnelles, dégage des tendances sur la durée et rend publiques ses observations.

L'instance de réflexion sur la déontologie qui est créée est éloignée de ce que serait une instance d'éthique. Ainsi, le troisième « garde-fou » que constitue l'encadrement des pratiques déviantes par la sanction n'existe pas en France.

Conclusion

La catégorie de journaliste professionnel est régie par un statut défini dans le Code du travail que la convention collective des journalistes précise. Les journalistes bénéficient d'un certain nombre de garanties collectives relevant du droit du travail, qu'elles soient pour l'ensemble des salariés ou spécifiques aux journalistes. Ils ont souhaité que leur profession et leur entreprise soient davantage encadrées, afin de les protéger et d'en réguler l'accès, sur le modèle des professions fermées et libérales. Un statut spécifique pour les entreprises productrices d'information, à même de les rendre indépendantes des pouvoirs politiques et économiques a été longtemps débattu. L'adoption d'une charte déontologique et la création d'une instance éthique pour les faire appliquer ont également fait l'objet de controverses. L'échec de ces projets s'explique par le caractère contradictoire entre le statut de journaliste et ces dérogations attachées aux professions libérales. L'exercice du journalisme étant à la fois libre (profession ouverte) et encadré par un contrat de travail (salariat), une autorégulation

[63] Le contenu de cette discussion et les relations entre les partenaires sociaux et les organisations non représentatives feront l'objet du Chapitre 6.

professionnelle ne paraît pas possible. Les journalistes sont soumis à un régime salarial de droit commun, en ce qui concerne leurs entreprises (statut général avec aménagements) et leurs pratiques (encadrement de la pratique par le droit et pas par des règles et instances propres). Ces dispositions bénéficient de certains « correctifs » qui, tout en aménageant les règles de la profession, inscrivent le journaliste dans une catégorie de salarié.

Conclusion (I). Entre autonomie professionnelle et salariat

Le journalisme s'est constitué progressivement comme une activité de travail professionnelle dont l'exercice est ouvert à tous (sans condition de diplôme ou de titre). Ces travailleurs se sont rassemblés au sein de rédactions parallèlement à la naissance de l'entreprise moderne à la fin du XIXème siècle. Tout en revendiquant une autonomie dans l'exercice de leur profession, les journalistes ont demandé à être reconnus comme des salariés dans ces entreprises. Au-delà de la subordination juridique inhérente au contrat de travail, la condition salariale apporte des dimensions protectrices qui concourent à l'autonomie de cette profession. L'institution d'un statut de journaliste professionnel dans le Code du travail en 1935 permet de dépasser l'apparente contradiction entre l'autonomie professionnelle et la condition salariale et crée ainsi une catégorie professionnelle autonome salariée de journaliste. Regarder le journaliste comme un salarié permet de le penser au-delà de la singularité de sa profession pour l'envisager dans son activité quotidienne comme n'importe quel autre travailleur. Cette catégorie juridique prend son sens dans la carte d'identité de journaliste professionnel (carte de presse). Bien que le journalisme puisse être exercé sans carte, celle-ci est le signe de l'appartenance symbolique à un groupe professionnel. Pour se voir délivrer cette carte de presse, le journaliste doit en faire la demande devant une commission paritaire, créée en 1936 par le législateur. C'est au moment de l'attribution de cette carte que se dessinent les contours de cette catégorie professionnelle. Les acteurs chargés de la délivrer ne peuvent faire une application mécanique de la règle de droit. Dans cette application, apparaissent en filigrane des éléments professionnels, déontologiques et économiques. Les journalistes professionnels, salariés, encartés ont cherché à faire adopter des règles qui leurs soient spécifiques et aillent au-delà de celles définies dans le droit du travail (règles partagées avec l'ensemble des salariés et règles spécifiques telles que la clause de conscience). En se focalisant sur la mission d'intérêt général propre au produit de l'information, les journalistes ont souhaité que leur travail soit mis à l'abri des pouvoirs de l'argent et que soit instauré un statut spécifique aux entreprises de presse. Cette revendication n'a jamais abouti. Par ailleurs, les journalistes ont souhaité que leur profession soit encadrée par des dispositifs similaires aux professions libérales c'est à dire des règles déontologiques opposables devant une instance éthique. Le caractère ouvert de cette profession n'a pas permis qu'une telle régulation s'impose.

Dans l'ensemble de ces combats et de manière plus générale dans l'histoire de la construction d'une catégorie de salarié comme les autres qui exercent dans des entreprises comme les autres, on retrouve l'ambivalence entre la volonté d'autonomie professionnelle et de protection salariale, comme chez les artistes décrits par P.-M. Menger (2002) dont la figure professionnelle emprunte aux valeurs de l'indépendance (autonomie, engagement, etc.) tout en dépendant d'un statut de salarié.

Par ces dispositions collectives, les journalistes appartiennent à un groupe unifié qui voit la naissance d'intérêts communs, support des relations professionnelles. Cela se traduit par la création d'instances collectives qui portent les intérêts de ce groupe. La catégorie des journalistes salariés et son entreprise définis, la manière dont ses membres se mobilisent collectivement est analysée, à partir des différentes structures de représentation collective des journalistes salariés. L'ambivalence du salariat indépendant se retrouve dans les formes que prennent les structures collectives des journalistes.

Deuxième Partie

Les instances collectives des journalistes : représenter un groupe professionnel salarié et spécifique

Introduction (II). Étudier les journalistes par la multitude des acteurs les représentant : du groupe professionnel aux relations professionnelles

Les journalistes constituent une catégorie spécifique de salariés, symbolisée par la carte de presse, dans la mesure notamment où ils exercent leur activité de travail au sein d'entreprises « comme les autres »[1]. La « professionnalisation » du journalisme ne correspond pas à l'archétype « classique » de la profession, qui garantie une autonomie d'exercice à ses membres sur le modèle des professions libérales françaises. Leur groupe professionnel s'est construit sur cet idéal tout en dotant ses membres du statut de salarié ordinaire (sans nier la spécificité de leur produit)[2]. Ce groupe peut alors être appréhendé à partir d'une dimension plus concrète qui se fonde sur le travail journalistique, qui se réalise dans l'activité de travail, mais aussi par la structuration collective dans des instances chargées de représenter ses membres. Les différentes tentatives d'organisation, par lesquelles le groupe prend corps, conduisent à les appréhender à la lumière d'une sociologie des relations professionnelles qui se centre sur les structures collectives (Flanders, 1968) et complète les résultats établis par la sociologie des groupes professionnels. Cela implique de dépasser la focalisation sur l'acteur syndical, pour donner toute sa signification à ce qui apparaît comme « professionnel » dans les relations qui se formalisent dans l'activité.

Dans la perspective de Dunlop (1958), un « système de relations professionnelles » est constitué de trois catégories d'acteurs collectifs, définies selon C. Paradeise (1990, p. 105) de manière « très carrée » : les travailleurs (n'appartenant pas à la direction) et leurs représentants, les dirigeants et leurs représentants et les institutions publiques. Suivant les prescriptions de T A. Kochan (2003), pour qui : « *We must expand the definition of the key actors in industrial relations systems to include institutionnal forms that are emerginig* […] *and incorpor* [them] *into our models of industrial relations in the 21st century* », des travaux récents ont analysé de nouvelles catégories d'acteurs, dont l'action, directe ou indirecte, a une influence sur les orientations des relations professionnelles. Parmi ces acteurs, on trouve notamment les organisations non gouvernementales (Büchner, 2003), les clients (Bellemare *et al.*, 2009, Bellemare, 2000) ou les actionnaires (Conchon, 2012). Ces acteurs exercent une

[1] Cela justifie qu'on les étudie en tant que tels, comme le suggérait Max Weber dès 1910.
[2] C'est ce que montre la Partie 1.

influence extérieure et déterminent parfois de manière cruciale l'issue de la négociation collective instituée entre salariés et employeurs. Cette ouverture pointe « les limites patentes que connait l'analyse des relations professionnelles face aux nouveaux contextes qui jouent désormais sur les contenus et les résultats de la négociation collective traditionnelle » (Groux, 2012a, p. 55). Cela invite à analyser la « multitude des relations professionnelles » (*op. cit.*, p. 59) en prenant en considération l'influence sur les négociations en entreprise de ces nouveaux acteurs, mais aussi du développement de la négociation individuelle. Cette première ouverture peut être prolongée par une interrogation sur la notion même d'acteurs. En effet, plutôt que d'« acteurs », les analyses de Dunlop suggèrent de parler de « positions ». Il ne décrit pas le système comme un ensemble triangulaire de trois « acteurs » mais comme un ensemble de « positions » que peuvent adopter les acteurs (Mias, 2012, p. 33). Dans cette perspective, ce ne sont pas de nouveaux acteurs des relations professionnelles[3] que l'on cherche à identifier, mais l'ensemble de ceux qui adoptent une certaine position (ici, de représentant des journalistes), avec une attention sur les différentes formes d'organisation collective qui s'y font jour. Ces structures correspondent à des formes spécifiques de représentation qui partagent cette position avec d'autres instances de représentation (syndicats, comités d'entreprise).

Les sociologues des relations professionnelles se sont plutôt intéressés aux structures collectives légalement instituées qui représentent les travailleurs (les syndicats et, dans une moindre mesure, les comités d'entreprise). En France, le système de relations professionnelles est fondé sur une démocratie représentative, dans laquelle certains acteurs bénéficient d'une représentativité des salariés réglée par la loi[4]. La représentativité désigne « les modalités de reconnaissance des acteurs collectifs considérés comme légitimes à agir au nom des salariés et des employeurs » (Bevort, 2012a, p. 666). Cela invite à étudier les institutions représentatives du personnel et l'acteur syndical. G. Groux montre que le cadre historique et général de la négociation collective en France s'est fondé sur les représentants institués du collectif de travail et questionne l'« identification d'une discipline [la sociologie des relations professionnelles] aux institutions [ces acteurs institués] » (2012a, p. 57). Si on considère que les salariés et leurs représentants ne sont pas un acteur (qui serait ainsi réduit aux institutions représentatives du personnel) mais une position qu'un groupe formel ou informel peut

[3] L'idée selon laquelle les propriétaires des journaux (Bouygues à TF1 ; Dassault au *Figaro*, etc.) prennent une place croissante dans la ligne éditoriale pourrait à cet égard être étudiée analysée comme une évolution des dormes d'organisation au niveau de la position « employeurs ».

[4] Les règles de représentativité établies après la Seconde Guerre mondiale ont été modifiées en 2008.

adopter, toutes les organisations (légalement représentatives ou non) qui représentent (ou entendent représenter) le groupe professionnel et concourent (ou entendent concourir) à la régulation et à la coordination de ses membres doivent être étudiées. Sans négliger ce type de représentation instituée, on propose d'élargir les relations professionnelles pour prendre en compte des instances moins formalisées, c'est-à-dire également les acteurs collectifs « en dehors de l'entreprise et du champ traditionnel de la négociation collective entre l'employeur et les syndicats » (*op. cit.*, p. 54). Le système de relations professionnelles apparaît ainsi comme un système de positions soumis à la dynamique des acteurs, qui ne sont pas définis *a priori*. Une telle dynamique conduit, selon J.-D. Reynaud à mener « une recherche inductive de la définition d'un système social » (1990, p. 279), entendu comme « une configuration d'acteurs à relations plus ou moins bien institutionnalisées, autour d'un enjeu » (ici la défense des journalistes, *op. cit.*, p. 285), le système étant un produit « contingent » (*op. cit.*, p. 282). C'est la manière dont différents acteurs qui entendent représenter les journalistes concourent à créer et définir le système autonome de régulation dans lequel ils prennent place qui est interrogée. Dans ce cadre analytique, « ce sont les acteurs qui produisent le système et non le système qui détermine les acteurs », résume G. de Terssac à propos de la théorie de la régulation de Jean-Daniel Reynaud (2003, p. 19).

Dans un contexte où l'épuisement des régulations collectives conduit à l'affirmation de logiques plus individuelles (Groux, 2012a, p. 52), les journalistes se regroupent au contraire dans un ensemble de structures collectives qui vont au-delà des organes classiques de représentation du personnel attachés à l'état de salarié. Ces « instances de représentation », bien qu'exclues du dialogue social traditionnel, concourent également à l'organisation de ce groupe et tentent d'influer sur l'activité professionnelle de ses membres Ces instances contribuent à une affirmation de la profession de journaliste et se concentrent sur un intérêt singulier (la participation au capital des journalistes, la constitution d'un conseil de presse, etc.). Elles s'inscrivent (ou tentent de s'inscrire) dans système de relations professionnelles propre à la presse. Les journalistes se sont regroupés dans des sociétés de journalistes qui représentent l'ensemble des journalistes de la rédaction d'un titre. Ils se rassemblent également dans des associations de journalistes et notamment dans l'une d'entre-elles qui œuvre pour l'instauration d'un conseil de presse en France (Association de préfiguration d'un conseil de presse). Ces structures débordent la position de salariés et entendent s'adresser également aux employeurs, voire aux clients. Chaque forme de structuration collective porte une certaine conception du journalisme, de la production de l'information et de l'entreprise de

presse. La pluralité de ces instances démontre l'existence de tensions pour le journaliste professionnel, revendiquant des garanties sur la liberté d'exercice dans un contexte de subordination salariale. La reconnaissance dont bénéficie chacune de ces structures et les répertoires d'action collective qu'elles utilisent apportent des indices sur la composition et les valeurs de ce groupe professionnel, dans la mesure où chaque acteur « tente de faire reconnaître comme légitime ses actions ou d'affirmer sa contribution » explique G. de Terssac (2003, p. 14). Leurs liens (concurrence, complémentarité, rivalité, ignorance) doivent ainsi faire l'objet d'une analyse : « Les actions des uns obligent à fournir une réponse des autres » (*op. cit.*, p. 13).

La multiplicité des acteurs collectifs qui regroupent des journalistes atteste à la fois de l'inscription dans le salariat et d'une recherche d'une autonomie professionnelle constitutive d'une pratique prudentielle, définie comme l'exercice libéral de l'activité (Champy, 2009). À côté des sept syndicats représentant les journalistes salariés (**chapitre 4**), se sont créées des sociétés de journalistes dans une centaine de titres (**chapitre 5**) et des associations de journalistes dont une est centrée sur les questions déontologiques (**chapitre 6**). L'ensemble forme un système de relations professionnelles dynamique.

Chapitre 4. Les syndicats de journalistes : des revendications professionnelles aux questions sociales

Se regrouper dans des syndicats de salariés

Les journalistes professionnels sont des salariés dans des entreprises. Dans le système français de relations professionnelles, la représentation des salariés repose en premier lieu sur les syndicats. Leur mission est définie comme l'« étude et la défense des droits ainsi que des intérêts matériels et moraux, tant collectifs qu'individuels, des personnes » (article L. 2131-1 du Code du travail). Les syndicats œuvrent « pour obtenir de meilleurs salaires et organiser l'entraide envers ceux qui sont au chômage, malades ou trop vieux pour retrouver de l'embauche [mais aussi] les qualifications et plus généralement tout ce qui concerne la condition des salariés » (Andolfatto, Labbé, 2011, p. 5). Classiquement, l'action des syndicats se centre sur la défense des intérêts du travailleur salarié au cours de négociations collectives instituées à trois niveaux : entreprise, branche et interprofessionnel (national).

Les journalistes se sont regroupés dans plusieurs syndicats parallèlement au développement puis à l'institutionnalisation de leur groupe professionnel salarié. Le premier, le Syndicat des journalistes (SJ, qui devient Syndicat national des journalistes – SNJ) a été créé en 1918. C'est un syndicat catégoriel non confédéré[1] dont les membres s'organisent pour défendre la profession. À côté de ce syndicat, se constituent des syndicats de journalistes confédérés : CFTC (1919), CGT (1938), FO (1948), CFDT (1964) et CCG (1972) auxquels s'ajoute SUD (1988-1989). Ces derniers sont le signe de l'inscription des journalistes parmi les salariés, avec qui ils partagent des intérêts communs. La construction historique de syndicats de journalistes dans l'entre-deux-guerres a été bien étudiée, notamment dans les travaux de C. Delporte (1999), mais leurs dynamiques sociologiques actuelles n'ont pas fait l'objet d'études précises[2]. Il faut donc ici retracer la constitution socio-historique de ces syndicats, mais aussi les décrire et les analyser dans leurs dimensions contemporaines. Si les journalistes se regroupent comme les autres salariés dans des syndicats, leur syndicalisme est singulier, dominé par une organisation catégorielle qui semble défendre des questions spécifiques à la profession (éthique et déontologie notamment) qui s'éloignent des dimensions salariales plus classiques que l'on retrouve dans les autres secteurs (salaires ou conditions de

[1] Qui n'est pas lié à une organisation syndicale nationale qui a vocation à représenter l'ensemble des salariés.

[2] La publication par D. Ruellan de l'ouvrage *Le journalisme défendu* en janvier 2014 constituera un jalon important vers une meilleure connaissance de ces syndicats.

travail des ces professionnels par exemple). Le SNJ est toujours resté le premier syndicat de journalistes. Les places suivantes ont été occupées de manière variable par les autres syndicats, plutôt intéressés par les thématiques sociales plus courantes. Depuis le milieu des années 2000, le syndicat des journalistes CGT est le second syndicat suivi par celui de la CFDT. Les journalistes CFTC, FO, CFE-CGC et SUD pèsent pour une faible part dans le paysage syndical. Les singularités du syndicalisme journaliste illustrente l'interpénétration entre les logiques de spécialisation professionnelle et l'inscription générale dans le salariat.

Catégoriel, professionnel, salarial

Le syndicalisme journaliste est dominé par un syndicat catégoriel. On entend par « catégoriel » un syndicat qui réunit uniquement des travailleurs partageant le même statut (le syndicalisme cadre) ou appartenant au même groupe professionnel (journalistes, personnels navigants, policiers etc.). Le groupe professionnel des cadres a été largement étudié et son syndicat historique[3], la CFE-CGC, a fait l'objet d'une analyse récente (Béthoux *et al.*, 2013). Le syndicalisme de métier a été analysé dans les professions fermées (pour lesquelles le syndicat dispose du monopole de l'embauche) où il s'est développé en priorité en France (dockers, Pigenet, 2001, ouvriers du Livre, Rebérioux M., 1981, marine marchande, Paradeise, 1984, etc.). En revanche, le syndicalisme catégoriel de métier a fait l'objet de beaucoup moins d'analyses dans les professions ouvertes[4]. Ce syndicalisme est généralement « non confédéré » ou « autonome »[5] et vient concurrencer les confédérations généralistes qui entendent défendre l'ensemble des salariés (Andolfatto, Labbé, 2011, p. 40). Le syndicalisme journaliste, on l'a vu, se divise entre un pôle « catégoriel non confédéré » emmené par le SNJ et un pôle « confédéré » emmené par les autres syndicats de journalistes.

Pour A. Lyon-Caen, il se trouve dans ces syndicats catégoriels « un gisement de corporation » (1986, p. 743). En effet, les syndicats catégoriels se constituent pour la défense d'intérêts spécifiques à une profession. Les termes « corporation » et « corporatisme » reçoivent des définitions nombreuses et variables selon les traditions et les disciplines (science politique et relations professionnelles : Hassenteufel, 1990). Ici, « corporatif »

[3]C'est le syndicat historique mais il est aujourd'hui seulement troisième dans les collèges relatifs à l'encadrement (CFDT : 26,84 % ; CGT : 20,98 % ; CFE-CGC : 18,14 %, selon les résultats aux élections professionnelles agrégées de mars 2013).

[4] À noter les travaux de L.-M. Barnier sur les personnels navigants.

[5] Les syndicats « autonomes » renvoient à ceux qui, comme le SNJ, ont refusé de choisir entre la CGT et la CGT-FO lors de la scission de 1947-1948 (Béroud *et al.*, 2012, p. 67). Le SNJ ayant existé avant d'être intégré à la CGT en 1945 puis de devenir « autonome », on préfère le qualifier de « non confédéré », terme plus neutre par rapport à celui de « autonome » ou « indépendant » d'après Sainsaulieu, 1999, p. 17.

renvoie au fait de défendre les intérêts spécifiques d'un groupe, sans prendre en compte les conséquences possibles sur les autres groupes, dans une « idéologie de la différenciation » que l'on retrouve chez les cadres (Groux, 1983). La dimension « corporatiste » (rassemblement dans un même groupe des salariés et des employeurs) n'est pas nécessairement présente. Le corporatisme n'est pas défini ici par la structure du groupe mais par la nature des intérêts qu'il porte, en ne retenant du groupe professionnel durkheimien que son rôle de moralisation de la vie économique par la définition des droits et devoirs des professionnels. Parler d'un « syndicat corporatif » n'engage donc pas l'existence d'une corporation mais plutôt d'un groupe engendré par la conscience de métier qui participe à « un processus général de production des représentations sociales dans le monde du travail et dans la société en générale » (Segrestin, 1985). Si un syndicat catégoriel est un syndicat qui rassemble uniquement des travailleurs partageant la même profession et s'exprimant en leur nom, le syndicat corporatif est un degré au dessus, puisqu'il défend cette profession et en produit les normes et les valeurs. Les syndicats confédérés entendent pour leur part représenter tous les salariés. Par ailleurs, l'échec global de régulation des questions professionnelles peut expliquer pour partie la création d'autres formes de représentation des salariés à côté des syndicats[6]. Sont ainsi interrogées les tensions entre catégoriel, corporatiste, professionnel et salariat.

Méthodologie et corpus

Pour étudier le syndicalisme journaliste, je m'appuie sur une série d'entretiens semi-directifs menés avec des représentants de syndicats de journalistes. Dans un souci de protection de l'anonymat, le mandat de chacun des enquêtés n'est pas précisé[7], mais tous ont des mandats nationaux (au sein du syndicat ou dans des commissions paritaires) ou en entreprises (délégué syndical, délégué du personnel ou élu du comité d'entreprise). Au niveau national, vingt-trois entretiens ont été réalisés avec des représentants des organisations professionnelles de journalistes (SNJ et syndicats de journalistes CGT, CFDT, CFTC, FO et SUD) et d'employeurs (Fédération française des agences de presse, Syndicat de la presse quotidienne départementale, Syndicat de la presse quotidienne nationale). Ces entretiens ont été menés en deux phases : une première à l'automne 2009 et une seconde au cours de l'hiver 2011-2012. Dans les entreprises, des syndicalistes ont été rencontrés au cours de l'étude de

[6] Structures que nous étudierons dans les deux chapitres suivants.
[7] Sur ce point, voir l'introduction générale : 5.3.4.

plusieurs restructurations[8]. Par ailleurs, les archives personnelles de deux anciens journalistes, J. Schwoebel et D. Perier Daville, se sont révélées fructueuses pour reconstituer l'histoire des syndicats à partir de documents retraçant les liens entre les différentes instances et l'union syndicale des journalistes.

Je m'appuie également sur des publications syndicales. Tout d'abord, j'ai étudié les publications régulières des deux principaux syndicats de journalistes : le SNJ et le SNJ-CGT. Les premières pages (Unes et éditos) du bulletin trimestriel du SNJ, *Le Journaliste*, ont été analysées sur une période d'un peu plus de trois ans (de fin 2008 à début 2012, n° 291-303 soit neuf bulletins, voir annexe 16) et le contenu détaillé sur une période d'un an (2011, n° 300-303 soit cinquante et un articles). Le SNJ-CGT communique pour sa part *via* des déclarations diffusées par courriels. J'ai étudié les soixante et onze communiqués diffusés par le syndicat entre février 2011 et janvier 2013 (les déclarations de l'année 2012 sont listées dans l'annexe 17). Enfin, j'ai rassemblé les professions de foi des syndicats lors de l'élection à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels de juin 2012. Ces publications rendent compte des actions (récit) et des positions (mise en récit) de ces syndicats.

Si le croisement de ces méthodes permet de penser la singularité et les positions des syndicats de journalistes, elles donnent peu d'éléments sur les membres de ces organisations et présentent le risque de réifier les syndicats comme des ensembles homogènes. Il est possible de reconstituer des trajectoires individuelles et de rendre compte d'éléments généraux (nombre de syndiqués, bastions, etc.) mais le profil des militants syndicaux ne peut être connu sans une sociographie plus fine qui n'a pas été menée ici (les enquêtés sont choisis pour leur position dans leur syndicat). Malgré le biais que représente une méthode centrée sur les militants responsables, c'est celle qui est couramment utilisée dans les recherches sur les syndicats en raison de l'impossibilité de rencontrer l'ensemble des syndiqués (listes syndicales non publiques) et qui paraît ici la plus adaptée pour envisager les instances collectives[9].

La constitution socio-historique du système de relations professionnelles et ses dynamiques actuelles sont analysées ici à partir de la représentation instituée des journalistes. La manière dont s'est constituée une branche de journalistes est analysée (1) puis les deux

[8] Qui feront l'objet de la troisième partie de la thèse.
[9] Sur ce point, voir également l'introduction générale : 5.2.

formes de syndicalisme (non confédéré et confédéré) sont présentées (2) pour envisager les limites d'une division du travail syndical entre eux (3). Dans cette perspective, le syndicalisme journaliste apparaît comme la défense conjointe du salariat général et du professionnalisme spécifique (4).

Section 1. Constitution et institutionnalisation d'un espace de régulation propre aux journalistes

Des syndicats de journalistes se sont constitués en France depuis 1918 à partir de leur appartenance à un même métier. Les étudier pose la question des « espaces de régulation » au sein desquels ils « déploient une action collective pour construire, transformer, contester des règles concernant les conditions de travail et d'emploi » (Jobert, 2007a, p. 249). Ils contribuent avec les organisations d'employeurs à l'institutionnalisation d'une branche de métier (et pas de production), qui s'éloigne de la dynamique industrielle classique.

1.1. Un syndicalisme de métier pluriel et puissant

Les organisations syndicales qui représentent les journalistes sont plurielles et relativement puissantes. Elles sont singulières par rapport aux autres organisations car elles se constituent en référence à un métier plutôt qu'à une industrie.

1.1.1. Des syndicats de métier

L'éclatement du paysage syndical est une spécificité du monde du travail français. Malgré des effectifs syndicaux faibles, les deux millions de salariés (et retraités) syndiqués se répartissent dans huit organisations confédérées et une myriade de petits syndicats d'entreprises. Les premiers syndicats se sont constitués autour des métiers. Ils ont progressivement été remplacés par des « syndicats d'industrie […] regroupant toutes les strates et tous les corps de métier d'une même branche d'activité » (Segrestin, 1992, p. 46). Ils ne remettent pas en cause en tant que telle l'identité de métier qui reste un élément central de la mobilisation, mais ils se structurent à partir de l'appartenance à une collectivité de production (une industrie) plutôt que de travail (Segrestin, 1981, p. 165). Aujourd'hui, les syndicats français se constituent très majoritairement selon une double logique territoriale et industrielle (Bevort, Jobert, 2011, p. 57). Si on suit cette logique, il devrait se créer des syndicats presse, audiovisuel ou média à côté de ceux de la banque ou de la chimie. Les

salariés des entreprises de production d'information dérogent à cette structuration industrielle et se regroupent dans des syndicats de métier. Les ouvriers du Livre, dominés par les typographes, se retrouvent dans une fédération syndicale dès 1881 avant d'adhérer à la CGT à sa constitution en 1895 (Rebérioux M., 1981, pp. 94 et 116). À côté du syndicalisme du Livre, se constituent à la fin du XIXème siècle des associations de journalistes, puis des syndicats de journalistes après la Première Guerre mondiale, qui entendent représenter les intérêts spécifiques de cette profession. Ainsi, l'ensemble des salariés de ces entreprises n'appartiennent pas au même syndicat.

Le paysage syndical des journalistes français comprend sept organisations syndicales qui se sont créées sur un siècle (cf. tableau 12). L'évolution des structures syndicales suggère un déplacement des intérêts de ce groupe professionnel.

Tableau 12 - Date de création des syndicats de journalistes

(1886)	(Syndicat des journalistes parisiens chrétiens : devient SJ-CFTC)
1918	SNJ (non confédéré)
1938	SNJ-CGT
1948	SNJ-CGT-FO (devient SGJ-FO)
1964	SJF-CFDT (issu du SJ-CFTC, devient USJ-CFDT)
1971	Recréation des journalistes CFTC
1972	Journalistes CFE-CGC
1988-1989	Journalistes SUD (dans Sud Media)

La première organisation syndicale est un syndicat mixte (salariés et employeurs) créé en 1886 dans un idéal de négation de l'opposition entre travail et capital que porte le catholicisme social à la fin du XIXème siècle. Le Syndicat de journalistes (non confédéré) est le premier qui regroupe uniquement de salariés. Celui-ci se constitue en 1918, en parallèle de la dynamique de professionnalisation du journalisme. Les six syndicats qui se créent après le SNJ sont des syndicats affiliés à des à des organisations (SUD) ou à des confédérations : le Syndicat national des journalistes CGT (SNJ-CGT), l'Union syndicale des journalistes CFDT (USJ-CFDT), le Syndicat des journalistes CFTC (SJ-CFTC), le Syndicat général des journalistes FO (SGJ-FO) et le Syndicat des journalistes CFE-CGC. Ces syndicats démontrent l'inscription définitive du journalisme dans le salariat, les journalistes étant défendus conjointement aux autres salariés.

1.1.2. Un taux de syndicalisation relativement fort

L'étude des syndicats se focalise souvent sur la raison de la faiblesse de leurs effectifs. Alors que dans les années 1970, les syndicats regroupaient environ un salarié sur quatre (Andolfatto, Labbé, 2011), les plus récentes recensions estiment le taux de syndicalisation des salariés français autour de 8 % en 2008 (5 % dans le secteur privé)[10]. Le taux de syndicalisation des journalistes est pour sa part relativement élevé par rapport aux autres secteurs professionnels. Tentons de l'évaluer. Les deux premiers syndicats de journalistes (SNJ et SNJ-CGT) ont accepté de communiquer leurs chiffres contrairement aux autres syndicats qui ont refusé. Pour ces derniers, on s'inspire de la méthode d'estimation des effectifs syndiqués qui a été mise en place par D. Labbé (1996, p. 113) (cf. encadré 15).

Encadré 15 - Méthode d'évaluation des données manquantes

Cette méthode repose sur l'hypothèse selon laquelle le nombre d'adhérents d'un syndicat (effectif A) est proportionnel à ses résultats aux élections professionnelles (résultat A), vérifiée selon D. Labbé par des études monographiques de secteurs. Il considère ainsi que « les scores électoraux sont un sous-produit de la densité relative des adhérents et des militants » (1996, p. 114). Ainsi, le nombre d'adhérents de l'un des deux syndicats (effectif A) peut être calculé du moment que le nombre d'adhérents de l'autre (effectif B) ainsi que les résultats aux élections (résultat A et B) sont connus, dans la mesure où le rapport (r) entre le nombre d'adhérents et le nombre d'électeurs est similaire pour l'ensemble des organisations syndicales.

Effectif A / Résultat A = Effectif B / Résultat B = r

Donc : Effectif estimé A = r x Résultat A

On applique ce raisonnement pour calculer les effectifs des syndicats de journalistes. À partir des effectifs déclarés de deux syndicats, on peut estimer les effectifs des cinq autres à partir de leurs scores électoraux. Ce calcul présente des limites, car la corrélation (entre effectifs et résultats) n'est vraie que jusqu'à un certain point, et parce que les effectifs déclarés des deux syndicats (qui servent de point de départ) peuvent être faussés. Cependant, en l'absence de chiffres, cela permet tout de même de calculer des « ordres de grandeur ». On procède à ces calculs à partir des résultats à l'élection triennale des représentants des journalistes professionnels à la Commission de la carte d'identité des journalistes (CCIJP)[11] de 2009 (afin d'intégrer SUD qui n'a pas présenté de liste en 2012, *infra*) et de 2012 (les plus récentes). À partir des effectifs déclarés par les syndicats SNJ et SNJ-CGT, on peut calculer le

[10] Estimations à partir de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages de l'INSEE, Wolff 2008.
[11] Pour des détails sur cette commission, voir Chapitre 2 : 1.1.

rapport « r » et ainsi estimer les effectifs des cinq autres syndicats (cf. tableau 13 et, pour les étapes du calcul, voir l'annexe 18).

Tableau 13 - Effectifs déclarés et estimés des syndicats de journalistes

	SNJ	*SNJ-CGT*	*USJ-CFDT*	*J-CFTC*	*J-FO*	*J- CFE-CGC*	*J-SUD*	
Effectifs déclarés	2 850[12]	13 00						
Effectifs estimés à partir des résultats de 2009			794	307	290	286	253	**6 080**
Effectifs estimés à partir des résultats de 2012			769	332	258	267		**5 776**

D'après cette estimation, le taux de syndicalisation chez les journalistes oscille entre 16,1 %[13] et 15,6 %[14]. C'est une évaluation haute, le Club de la presse et des médias estime pour sa part le taux de syndicalisation autour de 12 %[15], sans donner de détails sur les modalités du calcul. Ces résultats, s'ils ne constituent que des « ordres de grandeur », permettent de comparer la syndicalisation des journalistes par rapport à celle des autres secteurs. Le taux de syndicalisation des journalistes français est largement supérieur à la moyenne française mais reste faible si on le compare aux taux de syndicalisation dans d'autres professions dominées par le syndicalisme catégoriel. Par exemple, le syndicalisme policier non confédéré regroupe 70 % d'entre eux (Loubet, 2012).

Le taux de syndicalisation des journalistes s'explique notamment par des effets de structure. Les journalistes sont des cadres, catégorie aujourd'hui plus syndiquée que les ouvriers et les employés. Par ailleurs, ils appartiennent pour partie à des grandes entreprises, or la présence syndicale est corrélée à la taille des entreprises du fait des dispositions du droit du travail qui favorisent la création de syndicats. Les syndicats de journalistes ont une stratégie d'implantation large avec par exemple une présence dans les écoles de journalisme. Enfin, une dernière explication tient à l'histoire de ce secteur. L'implantation syndicale commence très tôt, dès 1918 et le premier syndicat de journalistes accompagne la mise en place du statut de 1935, s'implantant ainsi durablement dans le paysage syndical. Cela

[12] Le premier secrétaire général du SNJ déclare (entretien, 2012) des effectifs compris entre 2700 et 3000 adhérents. On prend la moyenne par souci de commodité.

[13] 6 080 des 37 604 journalistes encartée en 2009.

[14] 5 776 sur les 37 012 journalistes encartées en 2012. Cette mesure exclut cependant les syndiqués SUD.

[15] [En ligne] [URL : http://clubpresse38.blogspot.com/search?q=taux+de+syndicalisation], consulté le 26 septembre 2013.

participe à la constitution précoce d'une identité professionnelle de journaliste qui elle-même alimente l'adhésion syndicale. Quel est le rapport de force entre ces syndicats ?

1.2. Mesurer un rapport de force : un paysage syndical en évolution

Le poids d'un syndicat se mesure à partir de deux éléments : l'adhésion et l'élection. On propose de rendre compte du poids de chaque syndicat de journalistes à partir de son audience syndicale et de ses résultats aux élections professionnelles. L'analyse se fonde d'une part sur les résultats d'une élection professionnelle qui se déroule au niveau national, à savoir à la Commission de la carte d'identité professionnelle (2009 et 2012) qui dispose de modalités d'organisation qui lui sont propres et, d'autre part, sur les premiers résultats agrégés aux élections professionnelles en entreprise (fourni par le ministère) pour le secteur des journalistes, qui ont été rendus publics en 2013.

1.2.1. Rapport de force entre les syndicats de journalistes : les chiffres de l'adhésion

Les syndicats de journalistes se sont unis au milieu des années 1960 (*infra* : 3.1). Ils sont aujourd'hui divisés. Pour évaluer le rapport de force entre eux, un premier indicateur peut être utilisé : celui du poids respectif des syndicats dans l'audience syndicale (cf. tableau 14) à partir des effectifs déclarés et estimés qui ont été calculés précédemment (cf. encadré 15 et tableau 13).

Tableau 14 - Poids respectif des syndicats parmi les journalistes syndiqués

	2009		**2012**	
	Effectifs du syndicat	*Poids du syndicat parmi les journalistes syndiqués (6 080)*	*Effectifs du syndicat*	*Poids du syndicat parmi les journalistes syndiqués (5 776)*
SNJ	2 850	46,9 %	2 850	49,3 %
SNJ-CGT	1 300	21,4 %	1 300	22,5 %
USJ-CDFT	794	13,1 %	769	13,3 %
SJ-CFTC	307	5,0 %	332	5,7 %
J-FO	290	4,8 %	258	4,5 %
J-CFE-CGC	286	4,7 %	267	4,6 %
SUD	253	4,2 %		

Ce premier indicateur montre le poids de chaque syndicat parmi les journalistes syndiqués et souligne bien la domination du SNJ : presque la moitié des journalistes professionnels qui adhérent à un syndicat le font au SNJ (46,9 % en 2009 et 49,3 % en 2012). Le syndicalisme catégoriel non confédéré est donc puissant chez les journalistes. Le deuxième syndicat est la CGT (au-dessus des 20 %), suivi par les journalistes CFDT (aux alentours de 13 %). Les quatre autres syndicats (CFTC, FO, CFE-CGC et SUD) représentent moins de 5 % des journalistes syndiqués chacun. La puissance du SNJ peut être toutefois relativisée si on regarde le poids des syndicats parmi l'ensemble des journalistes professionnels (cf. tableau 15).

Tableau 15 - Poids respectif des syndicats parmi l'ensemble des journalistes professionnels

	2009		**2012**	
	Effectifs du syndicat	*Poids du syndicat parmi l'ensemble des journalistes (37 604)*	*Effectifs du syndicat*	*Poids du syndicat parmi l'ensemble des journalistes (37 012)*
SNJ	2 850	7,6 %	2 850	7,7 %
SNJ-CGT	1 300	3,5 %	1 300	3,5 %
USJ-CDFT	794	2,1 %	769	2,1 %
SJ-CFTC	307	0,8 %	332	0,9 %
J-FO	290	0,8 %	258	0,7 %
J-CFE-CGC	286	0,8 %	267	0,7 %
SUD	253	0,7 %		

Près de 70 % des journalistes étaient adhérents au SNJ avant la Seconde Guerre mondiale (en 1937 selon Bernard, Mouriaux, 1987, p. 10). Les élus du SNJ représentent, par un mécanisme d'extension, toute la profession. En effet, en France les syndicats n'agissent pas seulement au nom de leurs mandants : « Le syndicat professionnel agit en vertu d'un droit propre et distinct, non en vertu d'une délégation, d'un mandat des membres qui le composent »[16] rappelle la jurisprudence constance de la Cour de cassation. Cependant, le SNJ

[16] Cour de cassation, 5 avril 1913, *Recueil Dalloz*, 1914, III. 1. p. 71, cité par Bevort et Jobert, 2008 (première édition à 2011), p. 80.

entend aller plus loin et prétend « *s'exprimer au nom de toute une profession* » (*Le Journaliste* n° 303, p. 1) alors qu'il ne syndique aujourd'hui qu'environ 7,6 % des journalistes professionnels.

Ainsi, malgré un taux de syndicalisation relativement fort, les syndicats de journalistes subissent un déclin comparable aux autres secteurs. La part des journalistes syndiqués dans les quatre petits syndicats est inférieure à 1 %.

1.2.2. Rapport de force entre les syndicats de journalistes : les chiffres des élections à la CCIJP

La représentativité des syndicats de journalistes peut être évaluée à partir des résultats aux élections professionnelles. On propose de regarder tout d'abord ceux de l'élection triennale des représentants des journalistes professionnels à la Commission de la carte. C'est une élection nationale dont les résultats sont assez significatifs et qui est prise en référence par les syndicats. Lors de cette élection, les journalistes titulaires de la carte de presse (y compris les retraités avec la carte honoraire) votent pour élire leurs représentants. C'est un scrutin de liste à deux tours avec vote préférentiel. L'électeur choisit une liste et peut rayer des noms dans cette liste. Les règles de calcul des sièges (représentation proportionnelle, suivant la règle de la plus forte moyenne, sans panachage) donnent un avantage plus que proportionnel aux syndicats qui obtiennent de bons résultats. On propose de regarder les résultats aux cinq dernières élections[17] (cf. tableau 16).

Tableau 16 - Poids respectif des syndicats dans les élections triennales à la CCIJP (2000-2012)

	Résultats à l'élection de 2000	*Résultats à l'élection de 2003*	*Résultats à l'élection de 2006*	*Résultats à l'élection de 2009*	*Résultats à l'élection de 2012*
Taux de participation	50,6 %	> 50 %	37,8 %	40,6 %	33,7 %
SNJ	45,7 %	42,4 %	46,5 %	49,6 %	51,3 %
SNJ-CGT	15,9 %	19,9 %	17,6 %	19,1 %	20,9 %
USJ-CDFT	17,1 %	15,9 %	12,3 %	12,8 %	13,2 %
SJ-CFTC	11 %	10,2 %	9,7 %	5 %	5,7 %
J-CFE-CGC	4,8 %	3,3 %	4,3 %	4,7 %	4,6 %
J-FO	5,6 %	5 %	4,4 %	4,6 %	4,4 %
SUD			3,7 %	4,1 %	
UNSA		3,3 %	11,5 %		

[17] On les trouve sur les différents dites des syndicats de journalistes.

Ici encore, le SNJ est largement premier. Cependant, ces performances sont nuancées par un déclin du taux de participation depuis l'élection de 2000. À partir des résultats, les sièges à la CCIJP sont répartis entre les syndicats (cf. tableau 17).

Tableau 17 - Répartition des sièges entre les huit représentants titulaires des journalistes à la CCIJP (2000-2012)

	2000[18]	*2003*	*2006*	*2009*	*2012*
SNJ	4	4	**4**	**5**	5
SNJ-CGT	**1**	**2**	2	2	2
USJ-CFDT	**2**	**1**	1	1	1
J-CFTC	1	1	**1**	**0**	0

Entre 2000 et 2003, les sièges de titulaires se distribuent entre quatre syndicats : le SNJ (quatre), la CFDT (deux), la CGT (un) et la CFTC (un). L'élection de 2003 voit l'inversion de la tendance entre la CGT, qui passe second syndicat et obtient un nouveau siège et la CFDT qui devient troisième. Les positions de la CFDT et de la CGT restent stables dans les élections suivantes. L'élection de 2009, confirmée par l'élection de 2012, voit le recul de la CFTC (5 % en 2009 contre 9,7 % en 2006) qui perd son siège tandis que le SNJ en gagne un. En 2012, le SNJ franchit la barre symbolique des 50 % (51,3 %) tandis que le SNJ-CGT arrive deuxième et réalise son objectif : dépasser la barre des 20 % (20,9 % contre 19,1 % en 2009). L'USJ-CFDT obtient le dernier siège à la commission avec 13,2 % des suffrages et demeure troisième. La CFTC (5,7 %), la CFE-CGC (4,6 %) et FO (4,4 %) conservent des résultats stationnaires à la dernière élection tandis que l'organisation SUD, exclue du premier tour, n'a pas présenté de liste au second tour. Celle-ci dénonce les modalités de présentation de listes qui, se calquant en cela sur le modèle des élections professionnelles en entreprise, autorisent seulement les syndicats qui sont « représentatifs » au niveau du secteur à être candidat au premier tour[19].

1.2.3. Les résultats aux élections professionnelles en entreprises

Pour évaluer le poids respectif des syndicats de journalistes, les résultats agrégés des élections professionnelles dans les entreprises constituent un indicateur alternatif et nouveau (depuis le printemps 2013). Suite à la loi du 20 août 2008 modifiant les critères de

[18] On connaît la répartition des sièges mais pas les résultats.

[19] Déclaration SUD médias « Pourquoi SUD ne présente pas de listes en 2012 », [En ligne] [URL : http://www.sud-afp.org/spip.php?article13], consultée le 5 septembre 2013.

représentativité, les syndicats ont testé leur force dans chacune des branches. Les syndicats de journalistes affiliés aux cinq confédérations (CGT, CFTC, CFDT, CFE-CGC et FO) bénéficiaient jusqu'en mars 2013 de la « présomption irréfragable de représentativité »[20] tandis que le SNJ était reconnu comme « représentatif » pour ce secteur[21]. Ces six syndicats étaient donc considérés comme « aptes à agir au nom des salariés » (Bevort, 2008, p. 823). La loi de 2008 supprime la présomption irréfragable en conditionnant la représentativité syndicale aux résultats aux élections professionnelles. Cela constitue un « changement de paradigme » dans la conception de la représentativité et de la légitimité des organisations syndicales (Morin, 2011, p. 62). Il est demandé à toutes les organisations de faire la preuve de leur représentativité aux différents niveaux à partir des élections aux résultats des élections professionnelles (cf. encadré 16).

Encadré 16 - La loi du 20 août 2008 et les nouveaux critères de représentativité

L'État encadre également le processus de production de règles en accordant à certaines organisations des droits spécifiques : monopole de la signature d'accords collectifs et de candidature pour le premier tour des élections professionnelles, élus protégés etc. La notion de « syndicats les plus représentatifs » apparaît en 1919 lors de la création de l'Organisation internationale du travail (Reynaud, 1975, p. 12). Elle est reprise dans la loi française en 1936 qui mentionne les « organisations syndicales représentatives » en lien avec l'extension des conventions collectives. Les critères de représentativité sont définis en 1945 et revus par une loi du 20 août 2008 « portant rénovation de la démocratie sociale et réforme du temps de travail ». Cette loi fait suite à une « position commune » signée entre deux organisations de salariés (CGT et CFDT) et deux organisations d'employeurs (MEDEF et CGPME). Elle instaure sept critères cumulatifs auxquels une organisation syndicale doit répondre pour être « pleinement » représentative (ce qui permet que le délégué syndical négocie et signe des accords) : les effectifs d'adhérents et les cotisations, la transparence financière, l'indépendance, le respect des valeurs républicaines, l'influence, une ancienneté de deux ans, l'audience établie à partir des résultats aux élections professionnelles. Au niveau de l'entreprise, l'organisation syndicale doit récolter au moins 10 % des suffrages exprimés au premier tour des élections professionnelles (comité d'entreprise ou délégué du personnel) ; 8 % au niveau de la branche ; 8 % au niveau interprofessionnel (dans une gamme de branche couvrant les secteurs industrie, construction, commerce et services). Un accord est valide s'il est signé par une ou plusieurs organisations représentant 30 % des suffrages sans rencontrer l'opposition d'organisations non signataires totalisant plus de 50 % des suffrages. (Bevort, Jobert, 2011, pp. 104-105.)

[20] Les sections syndicales des organisations représentatives établies par une loi de 1966 étaient considérées depuis 1982 comme représentatives dans les entreprises sans avoir à prouver leur représentativité.

[21] Les syndicats qui ne bénéficient pas de la présomption irréfragable de représentativité doivent faire la preuve de leur représentativité au niveau du secteur ou de l'entreprise si celle-ci est contestée. Il semble que dans le cas du SNJ, aucune contestation n'ait été enregistrée.

Les résultats au niveau de la branche 1 480 « journalistes » sont l'agrégation ce ceux obtenus aux élections professionnelles dans les entreprises (comités d'entreprise et délégation du personnel) et aux élections organisées au niveau local pour les très petites entreprises (*infra* cf. encadré 22). Pour tester la représentativité des syndicats de journalistes dans les entreprises, dans lesquelles tous les salariés ne sont pas journalistes, cette profession bénéficie d'une exception catégorielle c'est-à-dire qu'elle peut tester sa représentativité dans un collège propre (cf. encadré 17). Dans le cas contraire, la représentativité aurait été basée sur l'ensemble des salariés de l'entreprise et pas seulement ceux de la catégorie journaliste, comme cela a été expliqué pendant les débats au Sénat : « *Nous avons tous, je pense, été interpellés pas des journalistes très inquiets à l'idée que le syndicat le plus représentatif de leur collège électoral spécifique* […] *risque de disparaître de la table des négociations si sa représentativité doit être rapportée à l'échelle d'une entreprise* » (sénateur socialiste, 17 juillet 2008). Suite au lobbying du Syndicat national des journalistes, deux amendements (n° 64 et 106) ont été déposés au Sénat afin que les syndicats catégoriels non affiliés à une confédération interprofessionnelle bénéficient de règles distinctes. L'exception catégorielle accordée aux journalistes n'a pas été questionnée par les autres organisations syndicales, à la différence de l'exception accordée à la CFE-CGC, attaquée y compris en justice par les syndicats concurrents (Béthoux *et al.*, 2013, p. 170).

Encadré 17 - La loi du 20 août 2008 et l'exception faite aux syndicats catégoriels de journalistes

La loi prévoit des dispositions particulières pour les syndicats catégoriels de journalistes et des personnels navigants techniques dont l'audience est mesurée dans un collège spécifique, s'il existe. « Dans les entreprises mentionnées aux articles L. 7111-3 [« entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse »] et L. 7111-5 [« entreprises de communication au public par voie électronique »], lorsqu'un collège électoral spécifique est créé pour les journalistes professionnels et assimilés, est représentative à l'égard des personnels relevant de ce collège l'organisation syndicale qui satisfait aux critères de l'article L. 2121-1 et qui a recueilli au moins 10 % des suffrages exprimés au premier tour des dernières élections des titulaires au comité d'entreprise ou de la délégation unique du personnel ou, à défaut, des délégués du personnel dans ce collège » (article L. 7111-7 du Code du travail).

Cette disposition crée des tensions lors des négociations autour de la constitution des collèges (Béroud, Guillaume, 2012). La Cour de cassation a précisé ces dispositions par deux arrêts rendus en mars 2011, suite aux recours déposés par le SNJ : l'instauration d'un collège journaliste, prévu par la loi, n'est pas soumis à la conclusion d'un accord unanime mais « aux conditions de droit commun de validité du protocole préélectoral »[22] et « la représentativité d'un syndicat de journalistes se mesure dans un seul collège et non pas

[22] Cass. soc., 2 mars 2011, n° 530, 09-60.419.

sur l'ensemble des collèges dès lors que tous les journalistes sont inscrits dans un seul collège, même s'il comprend d'autres salariés »[23].

Ce nouvel indicateur fondé sur les élections professionnelles en entreprise montre également une domination du SNJ. Ce syndicat arrive en tête pour la branche (cf. tableau 18) mais s'impose moins largement que pour les résultats aux élections à la CCIJP. Cet indicateur a été largement critiqué par les représentants du SNJ. En effet, ils considèrent que leur score est « dilué » dans les entreprises qui n'ont pas de collèges propres aux journalistes tandis que les journalistes des très petites entreprises ne pouvaient voter directement pour eux (*infra*). Ils remettent ainsi en cause les logiques comptables à l'œuvre qui ont selon eux « *minimisé le score du SNJ* » (déclaration SNJ, 29 mars 2013).

Tableau 18 - Résultats agrégés pour la branche journaliste (2013)

	SNJ + SUD[24]	*CGT*	*CFDT*	*CGT-FO*	*CFTC*	*CFE-CGC*	*UNSA*
Part des voix parmi les journalistes votants	38,58 %	25,18 %	16,77 %	10,55 %	4,89 %	2,67 %	0,44 %

Le taux de participation atteint environ 56 %[25], ce qui est plus élevé qu'aux élections à la CCIJP. Cependant, le nombre de votants est équivalent (14 280 dans les entreprises et 12 307 à la CCIJP en 2012)[26], ce qui permet d'affirmer la pertinence de prendre en compte les deux élections. Quelle que soit l'élection privilégiée, l'ordre entre les syndicats est le même. Ils se retrouvent dans un espace institutionnel commun.

[23] Cass. Soc., 2 mars 2011, arrêt n° 527, 10-60.157.

[24] Dans la branche journaliste (voir *infra* sur la constitution problématique de cette branche), les résultats agrégés publiés en mars 2013 ne permettent pas de connaître le résultat propre du SNJ. En effet, les journalistes des très petites entreprises ont eu à s'exprimer lors d'une élection organisée au niveau national, au cours de laquelle seules les organisations syndicales nationales étaient représentées. Les résultats du SNJ peuvent cependant être déduits à partir des résultats de l'Union syndicale Solidaires dont elle est membre. Les résultats de SUD-Média sont également agrégés avec ceux de Solidaires mais ce syndicat est suffisamment faible chez les journalistes pour que l'on puisse extrapoler le résultat de Solidaires comme étant à peur près celui du SNJ chez les journalistes.

[25] Il y a eu 14 280 votants sur les 25 512 inscrits.

[26] Cela provient du fait qu'une partie des journalistes professionnels n'étaient pas inscrits sur les listes électorales, ce qui conforte la position du SNJ selon lequel certains votes ne sont pas comptabilisés.

1.3. L'institutionnalisation d'une branche de métier journaliste

L'instauration d'une convention collective, de dispositifs institutionnels et de lieux de négociation propres aux journalistes illustrent la construction d'une branche de journalistes dans laquelle interagissent ces syndicats et les représentants des employeurs.

1.3.1. La convention collective comme fondement d'une branche de journalistes

Les espaces de négociation dans lesquels se retrouvent les syndicats de journalistes et les organisations d'employeurs sont l'entreprise et la branche. L'institutionnalisation d'une branche de journalistes ne va pas de soi. En effet, en France, les branches professionnelles (comme les syndicats) se sont constituées par secteurs d'activités (banque) et non pas par métiers (guichetier, conseiller, etc.) (Jobert, 2012). Toutefois, suite à l'application de la loi de 2008 sur les critères de représentativité, le législateur a dressé la liste des branches professionnelles, parmi lesquelles il en a reconnu une propre aux journalistes (branche 1 480). La branche est un objet mal défini. C'est « un espace organisé par les acteurs collectifs, représentants des salariés et des employeurs, un espace dans lequel s'expriment des revendications et se forme une action collective, un espace de solidarité entre les travailleurs » (Jobert, 2000, p. 24). Elle n'est pas définie juridiquement mais constitue un construit historique et social, porté par les acteurs des relations professionnelles qui façonnent l'espace de négociation : « Ce qui est défini par le Code du travail, ce sont, chacun de leur côté, les partenaires sociaux : organisations représentatives des employeurs et des salariés. Mais les lieux et instances où ils doivent se rencontrer pour déterminer ensemble des règles collectives ne sont pas définis *a priori* » (Poisson, 2009, p. 35). La constitution d'acteurs engagés dans des négociations qui portent exclusivement sur cette catégorie de salariés (syndicats de journalistes salariés notamment) est un premier élément qui traduit l'existence de cette branche.

L'un des principes d'identification de la branche est la convention collective. Dans leur étude sur « la construction de la branche professionnelle de la course urbaine », M. Dressen et A. Mias (2008) étudient en fait la signature d'un avenant à la convention collective des transports qui instaure des dispositions spécifiques pour ces professionnels. Cela montre l'imbrication entre branches et conventions collectives, bien qu'elles ne puissent être confondues (Jobert, 2000, p. 9). Le champ conventionnel ne recouvre pas un champ sectoriel qui serait prédéfini : « Les négociateurs d'une convention collective [ont] l'entière responsabilité du champ qu'ils entendent couvrir » (Jobert, 2003, p. 6). C'est la convention

collective qui détermine par son extension le champ couvert par la branche. Suite à l'échec du contrat collectif de 1931, une première convention collective pour les journalistes professionnels est signée en 1937[27]. Elle est appliquée jusqu'à la négociation d'un nouveau texte en 1956, refondu en 1968, 1976 et 1987 (Renoux, 2011, p. 76). Elle « règle les rapports entre les employeurs et les journalistes professionnels [tels que définis dans le Code du travail] » et « s'applique à l'ensemble du territoire national, et ce dès le premier jour de la collaboration ». La convention collective des journalistes a été étendue en 1988[28]. Cela signifie qu'elle ne s'applique pas seulement aux membres des organisations signataires mais à toute la profession. Pour qu'existe une branche, il faut que des salariés et des employeurs reconnaissent la convention collective et se réfèrent au système formalisé de classification qu'elle propose pour déterminer les salaires ou la hiérarchie d'emploi (Jobert, 2003). Les entreprises adoptent effectivement les minima salariaux fixés par fonctions et branches de presse (quotidienne, hebdomadaire, spécialisée, nationale, régionale ou départementale) (Renoux, *op. cit*, p. 139). Ainsi, alors que les conventions collectives en France se développent autour des branches d'industrie, celle des journalistes est ancrée sur un métier. Elle ne se définit pas par une activité de production (les travailleurs de l'information) mais par rapport à une activité professionnelle (le journalisme). Ici encore, le construit juridique illustre la double identité du journaliste à la fois salarié comme les autres (et représenté par des syndicats au niveau d'une branche) et attaché à son identité professionnelle forte (branche spécifique au métier).

La branche est l'espace national de négociation collective pour le secteur économique concerné. Les syndicats de journalistes y côtoient les organisations patronales représentatives de la profession.

1.3.2. Les représentants des employeurs

Les syndicats des éditeurs de presse sont encore plus divers que ceux des journalistes salariés. Ils se structurent selon des caractéristiques professionnelles liées à quatre variables : le lieu d'exercice (Paris ou province), le territoire de diffusion (national, régional, départemental), le rythme de diffusion (quotidien ou non), la nature de l'information (généraliste ou spécialisée) (Renoux, *op. cit.,* p. 87). Cette structuration a conduit à un éclatement de la représentation patronale encore plus prononcé que la division des syndicats.

[27] Voir Chapitre 1 : 2.1.3.

[28] « Sont rendues obligatoires, pour tous les employeurs et tous les salariés compris dans son champ d'application, les dispositions de la convention collective nationale des journalistes ».

Alors que trois syndicats de salariés sont représentés à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (SNJ, SNJ-CGT, USJ-CFDT), les quatorze membres titulaires et suppléants (plus un commissaire au titre de l'audiovisuel public et un au titre de l'audiovisuel privé) représentant les organisations employeurs se répartissent entre sept organisations dites « représentatives des employeurs » : les Syndicats de la presse quotidienne nationale (SPQN), régionale (SPQR) et départementale (SPQD) ; le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM)[29] ; la Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS) ; la Fédération française des agences de presse (FFAP) et la Fédération nationale des agence de presse photos et informations (FNAPPI)[30]. Ces syndicats, à l'exception des fédérations représentant les agences, étaient réunies dans la Fédération nationale de la presse française (FNPF) jusqu'en décembre 2009. Issue de la presse clandestine et héritière de la Fédération nationale des journaux français (1924), elle a été créée à la sortie de la Seconde Guerre mondiale autour d'un projet de déclaration des droits et des devoirs de la presse libre (Delporte, 1999, p. 220). Cette Fédération s'est dissoute suite à des dissensions internes, laissant un paysage éclaté. Les organisations d'employeurs se réunissent désormais de manière ponctuelle quand elles en éprouvent le besoin :

> « On a ponctuellement des réunions. On a démarré il y a pas longtemps ce qu'on a appelé GPS, ça nous amuse beaucoup, ça s'appelle Groupe paritaire[31] social, c'est la réunion des employeurs pour préparer d'autres réunions. Ce GPS s'est réuni à plusieurs reprises sur le futur accord formation. On a une position commune et un texte commun, on va le défendre ensemble. » (Entretien, responsable syndicat employeur.)

À côté de ces syndicats représentés à la CCIJP, il existe une myriade de petits syndicats non représentatifs, et notamment le Syndicat national des radios libres (SNRL) qui a tenu son premier congrès en 2005 ou le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL) créé en 2009. Ces syndicats, ainsi que la Fédération française des agences de presse détonnent dans le paysage syndical par leur proximité avec les journalistes. Ces organisations ont par exemple participé aux discussions sur la création d'un Observatoire de la déontologie de l'information entre janvier et juin 2012 aux côtés de journalistes et de non professionnels[32]. Cela s'explique par le profil de ces entrepreneurs de presse qui sont le plus souvent d'anciens

[29] La presse magazine d'opinion est représentée par un syndicat unique depuis la fusion le 2 mai 2012 entre le Syndicat de la presse magazine (SPM) et de Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion (SPPMO) qui a donné naissance au SEPM.

[30] Issue d'une scission de la FFAP en 1989.

[31] Ce groupe n'est pas « paritaire » en soi puisqu'il est uniquement composé d'employeurs mais il prépare les rencontres paritaires (avec les représentants des salariés).

[32] Voir Chapitre 3 : 3.3.3. et Chapitre 6.

journalistes. Les syndicats de la presse écrite papier sont en revanche davantage dans une opposition frontale avec les journalistes : « *On a les employeurs* contre *nous* » explique une responsable SNJ (entretien). Le profil de ces employeurs semble avoir évolué dans les années récentes dans la presse. Bien qu'aucune étude empirique ne vienne attester ces intuitions, les enquêtés mettent en avant une forme de « managérialisation » des directeurs de presse : « *Parmi les directeurs de presse, il y a de plus en plus de contrôleurs de gestion, de financiers* […] *Je n'ai plus beaucoup de confrères directeurs qui sont d'anciens journalistes* » (entretien, responsable syndicat employeur). L'arrivée d'un gestionnaire, Louis Dreyfus, à la tête du journal *Le Monde* en décembre 2010 est emblématique de ce changement, dans une entreprise qui avait toujours été dirigée par un journaliste.

Les représentants des employeurs rencontrent alors les représentants des salariés dans des espaces spécifiques de négociation.

1.3.3. Lieux de négociation et état du dialogue social

Le dialogue social se déroule dans différents endroits. La négociation collective a lieu dans les entreprises (accords d'entreprises) et au niveau de la branche (activité conventionnelle). Les instances paritaires peuvent également être l'occasion d'un dialogue entre les partenaires sociaux. Il s'agit d'étudier ces trois lieux pour dresser un bilan de l'état de la négociation chez les journalistes.

La négociation de branche se traduit par une activité conventionnelle plus ou moins intense selon les secteurs (Jobert, 2003). En 2011, quatre avenants à la convention collective de journalistes ont été signés (DARES, 2011). Si on retient cette activité, et qu'on la compare à l'activité dans les autres branches, il apparaît que la celle des journalistes est très « dynamique » (Poisson, 2009, p. 61)[33]. Toutefois, trois accords concernent seulement une certaine forme de presse[34]. Un seul avenant (parmi les quatre) a concerné l'ensemble des journalistes (valeur du point de salaire, accord du 21 janvier 2011). Cette segmentation selon les formes de presse va dans le sens de ce que J.-L. Renoux nomme des « sous-systèmes » de relations professionnelles (2011, p. 89). Par ailleurs, ces accords concernent des thèmes de

[33] La méthode de comparaison utilisée dans le rapport Poisson consiste à calculer « le taux dont le numérateur est le nombre d'années avec signature d'au moins un accord et le dénominateur le nombre d'années qui a suivi la conclusion d'une convention collective fondatrice » (2009, p. 61). Une branche est « très dynamique » si elle signe en moyenne 0,7 accord par an, « productive » entre 0,3 et 0,7, « moribonde » entre 0,1 et 0,3, présumée éteinte < 0,1. On dispose ici des résultats seulement pour l'année 2011 (4), ce qui ne permet pas de faire une comparaison termes à termes mais donne un ordre de grandeur.

[34] Salaires au 01/07 et au 01/11 de la presse spécialisée ; gestion prévisionnelles des compétences 2012-2014 en presse hebdomadaire (DARES, 2011).

négociations assez classiques (salaires et formation). Les partenaires sociaux éprouvent en revanche des difficultés pour négocier sur des thématiques plus spécifiques à la profession, comme en atteste par exemple l'échec des négociations menées en vue de l'annexion d'une charte de déontologie à la convention collective entre décembre 2011 et juin 2012[35]. Les syndicalistes dressent donc un bilan finalement assez négatif du dialogue social au niveau de la branche. L'une d'entre eux résume assez brutalement la situation : « *Le paritarisme consiste à dire on se voit une fois l'an, parce que sinon ça ne fait pas beau dans le dialogue social et c'est tout !* » (Entretien).

Au niveau de l'entreprise, les négociations étudiées au moment de restructurations[36], le fort taux de syndicalisation et le nombre de sections syndicales d'entreprises semblent démontrer la vitalité du dialogue social à ce niveau. Cependant, les enquêtés rapportent de grandes difficultés à négocier : « *Il n'y a plus aucun dialogue. Ce qu'on appelle dialogue social dans une entreprise, c'est tu m'écoutes et tu te tais* » (entretien, responsable SNJ). Preuve de ces difficultés, les syndicats de journalistes ont signé le 1er novembre 2012, à l'initiative de la CFTC, une déclaration commune pour dénoncer le non-respect du droit syndical à la décharge du temps de travail : « *Les délégués syndicaux et représentants du personnel en entreprise subissent des pressions quasi-généralisées, dignes d'une chasse aux sorcières* »[37]. Par exemple, un des élus du comité d'entreprise de l'Express a écopé de deux avertissements suite à des déclarations critiques à l'encontre de son groupe, annulés par le Conseil de Prud'hommes en juillet 2013.

Au contraire, les discussions entre partenaires sociaux se déroulent assez bien au sein des instances paritaires, à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), à la Commission arbitrale et la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ). Par exemple, à la CPNEJ, les syndicats d'employeurs et de journalistes définissent les cursus qui sont reconnus par la profession. Dans ces commissions paritaires, les discussions entre partenaires sociaux fonctionnent car ils partagent des intérêts communs, comme à la CCIJP[38]. Des négociations paritaires ont également été conduites sous l'égide de l'État lors des États Généraux de la presse écrite (2008)[39]. Les syndicats SNJ, CGT et CFDT

[35] Voir Chapitre 3 : 2.2.2.
[36] Voir Partie 3.
[37] « Qualité de l'information et répression antisyndicale généralisée », signé par trois organisations de journalistes : SNJ, SNJ-CGT et SGJ-FO et trois confédérations syndicales (afin de ne pas exposer leur journaliste signataire) : CFDT, CFTC, CFE-CGC.
[38] Voir Chapitre 2 : 1.1.
[39] Pour les résultats de ces discussions, voir Chapitre 3 :1.3.3.

ont été invités à participer à cette discussion collective sur l'avenir de la presse. Les employeurs y ont obtenu une aide financière exceptionnelle.

Le système de relations professionnelles dans le secteur de l'information présente des spécificités puisqu'il ne correspond pas à une logique industrielle mais à une logique de métier. La constitution de syndicats de métier centrés sur la profession de journaliste se traduit par l'existence d'une convention collective et par extension d'une branche « journalistes professionnels » et non d'une branche presse et audiovisuelle par exemple. Le paysage syndical et le contexte de négociation présentés, les dynamiques et les intérêts des différents syndicats en charge de représenter les journalistes sont analysés.

Section 2. Défendre des intérêts : catégoriel professionnel et confédéré salarial

Une branche de journalistes s'institue parallèlement à la domination d'une forme de syndicalisme catégoriel non confédéré. Celui-ci se constitue pour défendre les professionnels et privilégie la défense des intérêts de la profession plutôt que ceux de l'ensemble des salariés. Cependant, l'apparition de syndicats de journalistes confédérés témoigne de la revendication par certains de leur état salarial. À partir de la sociohistoire de ces syndicats et des rhétoriques qu'ils mettent en avant, est interrogée l'existence d'une division syndicale entre le SNJ chargé de défendre la déontologie professionnelle et les syndicats confédérés qui défendraient les intérêts matériels.

2.1. SNJ et défense de la profession

Le Syndicat national des journalistes (non confédéré) domine largement le paysage syndical de la branche. Il est créé pour défendre la profession et se présente encore aujourd'hui comme le premier syndicat de journalistes sur ces questions.

2.1.1. La constitution d'un syndicat catégoriel non confédéré

Le Syndicat national de journalistes est le premier syndicat de journalistes par l'ancienneté et par l'audience. Non affilié à une confédération, il est cependant membre fondateur de l'Union syndicale Solidaires. En adhérant au SNJ, les journalistes se syndiquent dans un syndicat représentant une catégorie professionnelle (les journalistes) et pas une

industrie (la presse ou les médias). Le SNJ a une organisation classique : les sections régionales ou d'entreprises sont représentées annuellement, par région géographique, au Congrès. Tous les deux ans, le Congrès renouvelle les deux instances dirigeantes : le Comité national (quatre-vingt membres environ[40]) qui élit le Bureau national (trente membres) qui désigne en son sein cinq Secrétaires généraux, dont un Premier secrétaire (cf. encadré 19).

Encadré 18 - Les trois derniers premiers secrétaires du SNJ

Les trois derniers premiers secrétaires du SNJ sont trois hommes. En 1984, c'est un journaliste d'environ 45 ans, syndiqué depuis le début des années 1960, qui prend la tête de l'organisation. Journaliste à *Sud Ouest* pendant quatre ans, il est salarié du SNJ entre 1966 et 1970 avant d'être embauché au *Figaro*. Il prend la relève du précédent premier secrétaire (journaliste au *Monde*) dont il est le second depuis le début des années 1980. Il reste à la tête de l'organisation pendant vingt ans, longévité notable. Il est remplacé en 2005, deux ans après son départ en retraite, par un journaliste d'*Ouest France* d'environ cinquante ans qui exerce trois mandats (2005-2011) et se retire en 2011 pour « *que ça tourne* » (entretien). L'actuel premier secrétaire du SNJ, journaliste au *Courrier de l'Ouest*, a été élu en 2011 suite à une opposition entre l'ancienne génération (candidature d'une militante de longue date) et la jeune génération (candidat de 38 ans) dans laquelle les plus jeunes ont gagné : « *On doit organiser l'avenir, parce que le syndicat il a 94 ans* » (entretien).

Il n'y a pas de membres permanents au SNJ. Les responsables de l'organisation tiennent à ce que tous les élus travaillent effectivement dans une rédaction. Ce positionnement visant à limiter le nombre de salariés qui se consacrent uniquement à leur activité syndicale est classique dans les rhétoriques syndicales. Cela alimente l'image d'un syndicat de journalistes pour les journalistes. Sans permanent, l'organisation tient grâce à un important réseau de militants : « [L'idée] *ce n'était pas que ça retombe sur une épaule ou sur cinq épaules, mais c'était que ça retombe sur l'ensemble des quatre-vingt épaule, et que chacun apporte sa petite pierre à l'édifice* » (entretien, responsable SNJ). Une quarantaine de membres du comité national sont actifs. Les ressources du syndicat sont quasi exclusivement les cotisations des membres : « *On ne fonctionne qu'avec les cotisations de nos adhérents. On le rappelle souvent entre nous, quand on a un choix budgétaire à faire, on dit souvent : ça, ça représente dix adhésions par exemple* » (entretien, responsable national SNJ). Il reçoit également des ressources liées à sa participation à des instances paritaires.

[40] Le nombre de membres variable selon le paysage syndical : un titulaire par section de onze à quarante adhérents, un titulaire supplémentaire par tranche de quarante adhérents ou fraction de quarante et éventuellement cinq candidatures individuelles (article 13 des statuts du SNJ de 1999) [En ligne] [URL : http://www.snj.fr/spip. php?article4348], consulté le 24 janvier 2013.

2.1.2. Tout journaliste digne de ce nom

L'histoire syndicale générale peut se découper en trois périodes : dans une première période allant du XVIIIème siècle à la fin du XIXème siècle, les syndicats se constituent en association pour la défense des intérêts de la profession (corporatisme). Le syndicalisme se transforme au début du XXème siècle où il devient un véritable acteur social et politique qui dépasse le champ économique. Dans une troisième période qui commence après la Première Guerre mondiale, le syndicalisme s'institutionnalise par la négociation collective (Bevort, Jobert, 2011, pp. 48-50). Le Syndicat national des journalistes correspond plutôt au modèle du syndicalisme corporatiste. À sa fondation, en 1918, l'organisation est présentée comme une « association de défense et de discipline professionnelle ». Son bulletin porte jusqu'en 1940 ce sous-titre. Cela montre la priorité que l'organisation donne à la défense de la profession. Le Syndicat se crée dans le prolongement des associations professionnelles à la fin du XIXème siècle tout en complétant leur action centrée sur le secours mutuel[41]. L'intérêt commun ne repose pas sur une lutte sociale comme c'est le cas pour le syndicalisme ouvrier de la fin du siècle, mais sur des enjeux professionnels liés au processus de professionnalisation de cette activité de travail qui constitue une « conscience de métier ». La production historique du système de relations professionnelles des journalistes français correspond donc au « modèle contractuel » défini par D. Segrestin (à côté du « modèle d'État » et du « modèle mixte ») dans lequel un syndicalisme de type catégoriel se constitue sur l'identité de métier et se consacre à la définition de normes professionnelles (1985, p. 33). Un syndicalisme non confédéré s'est développé dans d'autres secteurs, notamment dans la fonction publique et le secteur public nationalisé, en général pour concurrencer les confédérations généralistes. Les raisons avancées pour l'expliquer sont plurielles : raisons matérielles ; quête de représentativité ; sortie des divisions syndicales ; etc. (Andolfatto, Labbé, 2011, pp. 38-44). Contrairement aux autres secteurs, le SNJ ne s'est pas construit *contre* les organisations syndicales confédérées (puisque c'est le premier syndicat de journalistes) mais *pour* la profession.

Le Syndicat national des journalistes cherche à instaurer des normes professionnelles communes à l'ensemble des journalistes afin de les mettre à l'abri des pouvoirs politiques et de l'argent. La première action du SNJ est la rédaction de la charte des droits et des devoirs des journalistes de 1918 qui établit les valeurs de la profession en définissant ce qu'est « *un*

[41] Voir Chapitre 1 : 1.3.2.

journaliste digne de ce nom »[42]. Ces enjeux professionnels sont toujours d'actualité. Les références à cette charte sont récurrentes dans la communication du SNJ et le texte est régulièrement reproduit, notamment en mai 2012 dans la profession de foi du syndicat pour les élections à la Commission de la carte d'identité de journalistes professionnels. C'est l'élément qui fonde la légitimité de son action en faveur de la profession. Les membres du SNJ se posent comme « *infatigables artisans de* [la] *nécessité démocratique depuis la charte de 1918* » (*Le Journaliste* n° 298-299, p. 1) et assurent concentrer leurs actions sur les questions déontologiques : « *le SNJ se distingue des autres syndicats par le fait que c'est la déontologie qui nous motive* » (entretien, responsable national SNJ).

2.1.3. Un syndicalisme corporatiste ?

Alors que les représentants du SNJ parlent d'un syndicat « *catégoriel* », les autres syndicats le désignent comme « *corporatiste* », comme lors de cet entretien avec un représentant des journalistes FO qui explique : « *Je ne voulais pas d'un syndicat corporatiste comme le SNJ. FO défend toutes les professions.* » Le SNJ se pose comme le défenseur des journalistes, quitte à exclure les autres professionnels de la presse. Les journalistes sont considérés comme l'« âme » de l'entreprise : « *La catégorie la plus symbolique de l'activité de presse, c'est quand même les journalistes. Ce serait hypocrite de dire l'inverse* », raconte l'un d'eux (entretien). Ces dimensions apparaissent lorsque l'on demande aux syndiqués SNJ les raisons de leurs choix :

> « Ce qui est agréable, c'est qu'au syndicat, en dehors de ce qui nous rassemble, c'est-à-dire les droits des journalistes, on n'exige pas de vous d'avoir une opinion sur tel ou tel sujet. Il y a des syndicats où il faut avoir une opinion sur les sans-papiers, le nucléaire, les rapports est-ouest […] Ce qui nous réunit c'est uniquement de lutter pour la profession. Moi j'ai d'autres engagements et je souhaite pouvoir sortir du SNJ et aller mener d'autres engagements si je le souhaite. » (Entretien, homme, CCIJP, 45 ans.)

Cependant, un certain nombre de raisons plus classiques sont également mentionnées. Les questions pratiques (le SNJ est le seul syndicat représenté dans l'entreprise) sont importantes dans le choix de celui-ci, comme pour ce journaliste :

> « Je suis au SNJ depuis que j'ai été embauché. En même temps que j'ai signé mon contrat de travail, j'ai pris ma carte au syndicat. Dans mon entreprise, il n'y a qu'un seul syndicat, le SNJ, c'est historique, c'est un syndicat qui est très bien implanté […] donc la question ne s'est pas posée, c'était quasiment naturel de se syndiquer et d'aller rejoindre l'équipe.

Les enjeux de sociabilité sont également importants comme en témoigne cet exemple :

[42] Voir Encadré 8.

« *Pourquoi vous avez choisi le SNJ ?*

C'est tout simple. Je suis rentré dans une entreprise et au bout d'un an, on me dit tu viens à l'assemblée générale du syndicat ? C'est le SNJ qui était implanté dans cette entreprise. Et le SNJ est tenu par le rédacteur en chef, qui fait et défait les bureaux […] Je tombe dans la marmite… » (Entretien, homme, ancien BN, 75 ans.)

Enfin, l'engagement syndical peut s'expliquer par la survenue de problèmes professionnels, comme dans ce dernier cas :

« *Depuis quand êtes vous au SNJ ?*

Moi je suis rentré dans la profession en 1991 […] Mon père était syndiqué donc pour moi c'est une démarche naturelle […] Moi je suis arrivé au SNJ, car j'avais un problème dans mon entreprise à l'époque. J'ai téléphoné à droite et à gauche et c'est le SNJ qui m'a répondu en premier. » (Entretien, homme, CCIJP, 45 ans.)

Dans les pratiques de ce syndicat, la volonté de conserver les spécificités de la profession est très prégnante. Par exemple, le projet de doter tous salariés (journalistes et non journalistes) de la même convention d'entreprise à France Télévision a été dénoncé par le SNJ qui s'oppose au fait que « *les journalistes* [soient] *littéralement fondus dans les autres professions* » (*Le Journaliste* n° 297, p. 1). En cultivant cette distinction, le syndicalisme catégoriel centre son action non pas sur « les conditions des salariés » (Andolfatto, Labbé, 2011, p. 5) mais sur les conditions particulières des membres de leur catégorie. Cette spécificité des journalistes sur laquelle se repose le SNJ se traduit par la possibilité de créer des collèges spécifiques lors des élections professionnelles qui représentent uniquement les intérêts d'une partie de l'entreprise.

2.2. Syndicats confédérés et défense de l'ensemble des salariés

La création de syndicats de journalistes confédérés à côté du SNJ à partir de 1938 constitue une forme de division du travail entre un syndicalisme catégoriel non confédéré défenseur des normes professionnelles (éthique, déontologie, etc.) et un syndicalisme confédéré impliqué dans des thématiques plus classiques. Si ces thématiques sont appliquées à la profession (salaires et conditions de travail des journalistes), elles sont toutefois débattues dans tous les secteurs. Étudier dans le détail la structuration juridique de ces syndicats permet de comprendre la place que chacun donne aux spécificités professionnelles.

2.2.1. La constitution de syndicats confédérés

Formellement, le premier syndicat de journalistes (mixte) est un syndicat de journalistes chrétiens à la fin du XIXème siècle (1886). Ce syndicat s'affilie à la CFTC à sa création en

1919. Après le congrès de la CFTC de 1964, la majorité de ses membres crée la CFDT tandis qu'une minorité reste à la CFTC. Le syndicat des journalistes français (SJF) s'affilie à la CFDT (et reste donc affiliée à la majorité des anciens CFTC). Il faut attendre 1971 pour qu'un syndicat de journaliste CFTC soit reconstitué (Schwarz, 1991, p. 258). Dans la presse, ses quelques bastions sont *Le Figaro* et TF1. Fidèle à leur confédération, les syndicalistes CFTC revendiquent des valeurs chrétiennes et humaines : « *Dans ces valeurs il y a l'échange, l'implication, le dévouement. Ce sont des valeurs d'humanité et de compassion* » explique un représentant national du syndicat (entretien). La CFDT déclare être présente dans une centaine de titres (entretiens), avec des bastions liés à son histoire sociale dans les régions bretonne et alsacienne.

Du côté cégétiste, le Syndicat national des journalistes CGT est créé en 1938, après le refus du Syndicat national des journalistes autonome d'adhérer à la CGT (*infra*). Ses structures sont classiques : les délégués des sections (environ cent vingt) se réunissent en Congrès tous les trois ans pour élire le Comité national (trente six membres), qui élit le Bureau national (douze membres), qui désigne le secrétaire général (cf. encadré 19). Les bastions du syndicat sont l'audiovisuel public (Radio France), des groupes de presse magazine (Prisma Presse, Lagardère, Mandadori), des titres de presse nationale (*L'Équipe*, *Les Échos*) et régionale (*La Montagne*, *La Voix du Nord*, *La Marseillaise*) ou encore l'AFP.

Encadré 19 - Les secrétaires généraux CGT et CFDT

Le secrétaire général du SNJ-CGT est un homme d'environ 35 ans qui est journaliste à *Géo*. Il a adhéré à la CGT dès son premier contrat de journaliste il y a onze ans. Il explique son choix par plusieurs raisons : son histoire : « *d'abord, par histoire familiale, parce que mon grand-père était mineur de fond, il a été 60 ans à la CGT* », mais aussi la position du SNJ-CGT : « *C'est le syndicat dont je me sens le plus proche du point de vue des idées, même si je ne me sens pas d'accord avec tout. En tout cas, je ne voulais pas un syndicat corporatiste comme le SNJ autonome. Je voulais un syndicat confédéré, pour défendre tous les salariés* » (entretien).

Le secrétaire général de l'USJ-CFDT est depuis juin 2009 un homme d'une quarantaine d'années et journaliste à l'AFP (cellule alerte et analyse). Il est syndiqué à la CFDT depuis 2004. Il était au SNJ avant d'entrer à l'AFP (*La Tribune* ; *Les Échos* ; *Livre Hebdo*) car les entreprises n'avaient pas de sections CFDT. Il déclare avoir « *toujours été sympathisant CFDT : mon père était délégué du personnel CFDT* » (entretien).

Suite à une scission avec la CGT, la confédération Force Ouvrière entend également représenter les journalistes. Créé en 1948, le SNJ-CGT-FO a éclaté en plusieurs syndicats de journalistes FO. Affilié à la Fédération arts, spectacles et presse, le SGJ-FO (syndicat général) entend représenter tous les journalistes FO. Ses deux gros bastions sont *Le Parisien* (premier

syndicat) et l'AFP. Un syndicat minoritaire qui souhaite représenter l'ensemble des salariés de la presse dont les journalistes s'est créé : le SNJ-FO, affilié à la fédération du Livre. Enfin, certains journalistes se syndiquent au syndicat des techniciens et administratifs dans l'audiovisuel public (France TV-FO).

Le dernier syndicat représentatif au niveau interprofessionnel est la CFE-CGC. Le syndicat des journalistes CGC est créé en 1972 par les militants SNJ qui dénoncent la « *politisation* » de leur syndicat (Schwarz, 1991, p. 257). Son premier secrétaire général est un ancien secrétaire général du SNJ, Yann Clerc (Bernard, Mouriaux, 1987, p. 13). On trouve quelques sections syndicales, notamment à France 24. Cependant, de l'avis des autres syndicats, les journalistes CFE-CGC ont quasiment disparu : « *impossible d'avoir quelqu'un à la CGC, ils dorment !* » (Entretien, syndicaliste CFTC). Enfin, dans les entreprises de presse, on trouve quelques sections SUD, notamment à Radio France (deuxième syndicat), à l'AFP, à TV5 Monde ou à *Presse Océan*. La diversité des organisations syndicales, dont chacune correspond à une idéologie qui se traduit dans des bastions, souligne l'hétérogénéité des valeurs dont SNJ ne représente qu'une partie. Il faudrait compléter ces éléments par une analyse sociodémographique des militants que l'opacité des données syndicales sur les militants ne permet pas.

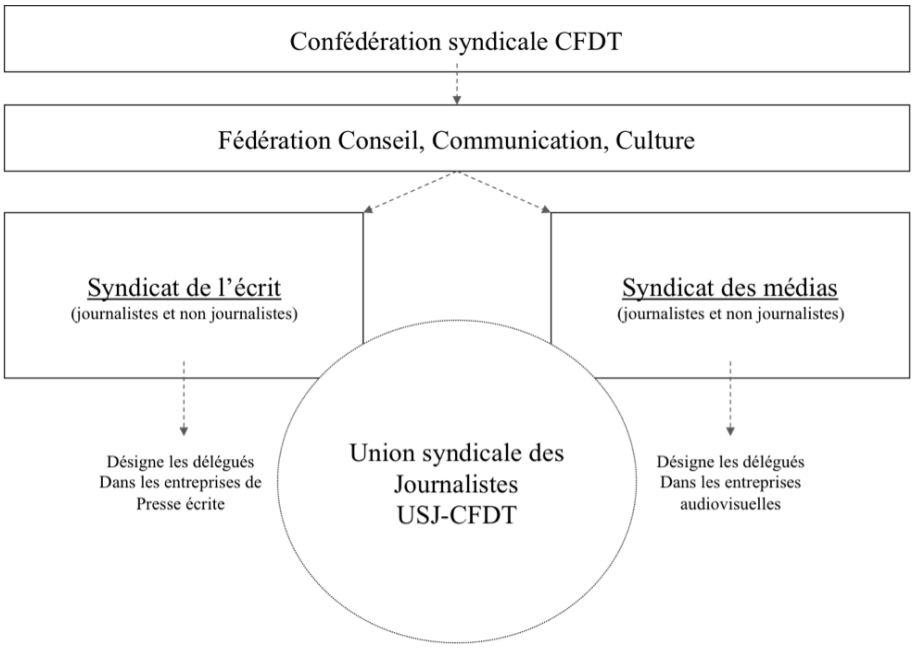
2.2.2. Vers une déprofessionnalisation des syndicats de journalistes confédérés

Les syndicats de journalistes ont une action prioritaire au niveau de la branche et dans les entreprises en faveur de la catégorie professionnelle qu'ils représentent. Cependant, l'articulation des syndicats confédérés avec leurs fédérations ou leurs confédérations permet la prise en charge des intérêts de l'ensemble des salariés et va dans le sens d'une déspécialisation syndicale. La constitution et les frontières des fédérations font ainsi l'objet de luttes symboliques pour la délimitation de la dimension pertinente de la négociation collective. Leur étude permet d'analyser la place que les syndicats donnent aux dimensions spécifiques à leur profession.

Prenons tout d'abord le cas de la CFDT. La forme syndicale héritée du syndicat des journalistes français (un syndicat pour l'ensemble des journalistes) est modifiée en 1995 au profit d'une union syndicale, avec pour corollaire la perte des pouvoirs politiques attribués aux syndicats représentatifs. Cela répond à une stratégie de la part de la confédération de « dénationaliser » les syndicats de profession : « *Tout ce qui faisait corps dans une profession était dans un syndicat national, et tout ça a été mis en syndicats départementaux ou*

régionaux » (entretien, responsable fédéral). L'organisation de l'union syndicale est un « *cas d'école* » (entretien, responsable USJ-CFDT) qui regroupe les journalistes de deux syndicats (cf. figure 1) :

Figure 1 - Organisation de l'USJ-CFDT



Au sein de la confédération CFDT, la Fédération Conseil, Communication, Culture (F3C) se divise en deux syndicats : le Syndicat de l'écrit et le Syndicat des médias, qui représentent des journalistes et des non journalistes. L'Union syndicale des journalistes de la CFDT regroupe les journalistes qui appartiennent à l'un ou l'autre de ces deux syndicats. Ainsi, les journalistes militent majoritairement au sein de l'USJ et peu au sein des syndicats, renvoyant à un syndicalisme de métier plutôt que d'industrie (écrit et média). Ce sont officiellement les syndicats qui sont représentatifs au niveau de l'entreprise et non directement l'USJ, ce qui restreint ses pouvoirs dans la mesure où un directeur pourrait refuser de la reconnaître comme interlocuteur. Cette dualité entre une union syndicale de métier et des syndicats d'industrie est source de tensions, comme cela a été le cas à l'AFP où la Fédération s'est déclarée favorable à la réforme du statut de l'agence alors que la section de l'Union syndicale des journalistes CFDT s'était prononcée contre, amenant un cédétiste AFP à parler au cours d'un entretien d'une : « *espèce d'OPA sur la CFDT-AFP* ». Au niveau national, c'est l'USJ qui dispose du droit de signature lors des négociations collectives.

Dans le cas de la CGT, la spécialisation professionnelle du syndicat est progressivement remise en cause. Les syndicats des salariés non journalistes des entreprises d'information

(ouvriers, employés et cadres) adhèrent à la Fédération des travailleurs des industries du Livre, du papier et de la communication (FILPAC-CGT). Créée en 1986, elle est l'héritière d'une union fédérale de 1967 dans laquelle la Fédération française des travailleurs du Livre s'inscrit (Charlier, 2009, p. 48 ; Dédame, 2010, p. 370). Le SNJ-CGT pour sa part est érigé au rang de fédération à côté de la FILPAC. Bien qu'attaché à une confédération, le syndicalisme journaliste CGT peut ainsi être également qualifié de catégoriel puisqu'il déroge au principe du « salarié standard » qui prône que tous les salariés d'une même entreprise appartiennent au même syndicat et à la même fédération (Andolfatto, Labbé, 2011, p. 50)[43]. Cette logique est remise en cause par le syndicat InfoCom-CGT (anciens typographes parisiens) qui syndique des journalistes[44] et souhaite que l'ensemble des salariés des entreprises de presse appartiennent au même syndicat (contre un syndicat de journalistes CGT) et à la même Fédération (FILPAC). Dans certaines entreprises de presse, coexistent donc deux syndicats CGT dans le collège journalistes. Au *Monde* par exemple, il y a un délégué syndical SNJ-CGT et un Info-Com-CGT (qui a obtenu plus de 10 % sur l'ensemble des collèges). Le statut de la fédération SNJ-CGT est en débat dans la mesure où le SNJ-CGT aurait intérêt à se rapprocher de syndicats proches (techniciens de l'audiovisuel, intermittents du spectacle notamment) :

> « Il y a une volonté de la CGT de faire un peu comme la CFDT a fait, avec ses regroupements de fédérations et la création de la F3C […] Une partie de la FILPAC, pas le papier carton, irait avec la chimie. Nous, notre objectif c'est de faire une Fédération de la culture et de l'information, donc on récupèrerait aussi la Fédération du spectacle. Voilà, puisqu'en fait, d'une les techniciens de l'audiovisuel, qui sont adhérents au CNRT (audiovisuel public, radio) sont adhérents de la Fédération du spectacle, donc forcément on a de grosses convergences avec eux, on travaille au quotidien avec eux, à France Télévisions, à Radio France, voilà. Et de deux, on a de grosses convergences avec le spectacle, sur nos métiers, par exemple, nous on a les pigistes, eux ils ont les intermittents, qui sont des populations très proches. » (Entretien, responsable SNJ-CGT.)

La constitution dans les syndicats CGT et FO de syndicats interprofessionnels qui entendent représenter tous les salariés de la presse va dans le même sens de « déprofessionnalisation » des syndicats. L'évolution va donc vers une nuance de l'exception catégorielle des syndicats de journalistes confédérés, afin de reconstruire des syndicats

[43] Ainsi, le syndicalisme confédéré des journalistes montre que le syndicalisme de métier (catégoriel) n'est pas nécessairement autonome (non confédéré). Trop souvent, les termes autonome et catégoriel sont considérés comme synonymes : « de nombreuses organisations catégorielles ou autonomes qui se posent de plus en plus en concurrence des confédérations généralistes » expliquent par exemple Andolfatto et Labbé (2011, p. 41).

[44] Il est difficile d'en mesurer le nombre mais il reste faible (« 90 % des journalistes sont là » explique un représentant du SNJ-CGT ; entretien, 2011), ce qui n'en diminue pas la portée symbolique.

d'industrie (média) et de mettre fin à des syndicats de métiers (journalistes). Ces syndicats s'engagent pour l'ensemble des salariés.

2.2.3. Défendre tous les salariés

Cette dynamique institutionnelle qui défait le syndicalisme de métier revêt une dimension pratique. Sur le terrain, les syndicats de journalistes ne se soucient pas seulement du sort des journalistes. C'est ce que montre l'étude du contenu des déclarations publiques du SNJ-CGT. Ce syndicat entend lutter pour la défense de sa profession, mais aussi pour tous les salariés : « *On a tous des intérêts communs : journalistes, postiers, cheminots ou employés de chez Carrefour* […] *On ne peut pas rester isolé sur notre profession* » explique une responsable SNJ-CGT au cours d'un entretien. Alors que les communiqués du SNJ portent pour leur très grande majorité sur le journalisme en France (voire à l'étranger), le classement à la main des soixante et onze communiqués publiés par le SNJ-CGT entre février 2011 et janvier 2013 montre au contraire que ce syndicat donne son opinion sur un nombre de sujets bien plus vastes que celui des conditions des journalistes français qu'il syndique (cf. tableau 19 et annexe 17 pour les déclarations publiées en 2012).

Tableau 19 - Répartition des communiqués selon les thèmes

<table>
<tr><td>Les conditions des journalistes en France</td><td>63,3 %</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Autres thèmes</td><td rowspan="2">37,7 %</td><td>Les conditions des journalistes à l'étranger</td><td>19 %</td></tr>
<tr><td>Politique générale et manifestations interprofessionnelles</td><td>17,7 %</td></tr>
</table>

Plus du tiers des communiqués portent sur un thème qui ne concerne pas ses mandants, faisant voir une inscription à la fois internationale du syndicat (près d'un communiqué sur cinq concerne la situation de journalistes à l'étranger) et confédérale (17,7 % des communiqués portent sur des sujets généraux qui concernent tous les salariés : politique générale ou manifestations nationales) (cf. encadré 20).

Encadré 20 - Extraits de communiqués du SNJ-CGT

« Les journalistes, comme les autres catégories de salariés de ce pays, refusent la TVA antisociale, les accords de compétitivité, et globalement les plans d'austérité successifs que le gouvernement Sarkozy-Fillon inflige à ce pays sous prétexte de la crise, comme Bruxelles et le FMI l'imposent de façon cynique au peuple grec. Ne laissons pas faire !!! Refusons la politique d'austérité en France comme en Europe. LE SNJ-CGT

APPELLE LES JOURNALISTES À DIRE NON ! » (Communiqué du 22 février 2012.)

« Près de 52 % des Français ont porté François Hollande à la présidence de la République. La page désastreuse du quinquennat sarkoziste est tournée. Mais l'information, comme tant d'autres domaines, sort de ces années en bien piteux état […] Le SNJ-CGT se réjouit de la défaite de Nicolas Sarkozy. Avec les journalistes soucieux d'indépendance, avec les organisations syndicales décidées à défendre le pluralisme et la qualité de l'information, il mettra tout en œuvre pour que les promesses du candidat Hollande ne restent pas lettre morte. » (Communiqué du 9 mai 2012.)

Par ailleurs, les délégués syndicaux du SNJ-CGT peuvent signer les accords au nom de la CGT pour toute la profession. Le syndicat s'investit dans les instances fédérales et collabore avec les autres syndicats et notamment avec le syndicat général du Livre et de la communication écrite (SGLCE). Par exemple, au moment de la restructuration de *France Soir*, les deux syndicats ont été reçus conjointement par le gouvernement (octobre 2011). Ce processus d'entente entre journalistes et non journalistes est similaire à la CFDT. Dans les entreprises, la section syndicale regroupe toutes les catégories de salariés et règle donc indifféremment les problèmes de chacun : « *En fait par exemple, si un journaliste a un problème à France Télévisions, c'est la section syndicale CFDT journalistes et non journalistes qui s'en occupe* » (entretien, responsable fédéral).

L'attachement des syndicats à leur confédération constitue une autre preuve de la remise en cause de la logique de métier. Par exemple, l'USJ-CFDT est plus réformiste que les autres syndicats de journalistes, de même que la confédération syndicale dont elle dépend : « *On est plus pragmatique, on va accepter de signer un truc même si ce n'est pas forcément le grand discours syndical revendicatif* » (entretien, responsable CFDT).

2.2.4. Les syndicats confédérés spécialistes des enjeux sociaux

Dans ces syndicats, les questions de déontologie professionnelle ne sont envisagées que comme une conséquence de la dégradation des questions sociales sur lesquelles l'action doit porter en priorité. L'analyse des tracts des syndicats qui ont présenté une liste à l'élection de la CCIJP en 2012 montre que les thématiques sociales qui sont débattues dans tous les secteurs (conditions de travail, salaires, etc.) sont mises en avant par rapport aux enjeux plus spécifiques à la profession (indépendance, etc.). Prenons l'exemple du « quatre pages » de la CFDT (cf. encadré 21) : alors que l'élection à la CCIJP est une élection professionnelle qui n'a pas d'incidence sur les négociations collectives des questions sociales, les journalistes CFDT font campagne autour de thèmes sociaux appliqués pour partie aux journalistes :

précarité, rémunération (droits d'auteur), conditions de travail et santé au travail, crise économique générale. Ces thèmes sont déclinés à partir de cas concrets rencontrés par les journalistes dans leurs entreprises. Cela confirme l'idée développée précédemment selon laquelle c'est plutôt dans les instances paritaires que le dialogue social a lieu.

Encadré 21 - Extraits de la profession de foi de la CFDT pour les élections à la CCIJP (2012)

Une profession en danger ! Trop de concentrations d'entreprises de presse. Trop d'actionnaires vivant des commandes publiques. Trop de pressions commerciales. Votez CFDT pour réclamer une loi encadrant la propriété des médias. Votez CFDT pour obtenir l'abrogation de la nomination des patrons de l'audiovisuel public en Conseil des ministres.

Trop de précarité ! Votez CFDT pour négocier des minima sociaux et soutenir efficacement les pigistes à faibles revenus dans l'obtention de la carte professionnelle. Votez CFDT pour que la CCIJP prenne en compte les évolutions du métier et qu'il soit mis fin aux scandaleux statuts d'auto-entrepreneur ou de correspondant local de presse appliqués à des pigistes sous-payés.

Les droits d'auteur menacés ! Votez CFDT pour obtenir la suppression de l'amendement de la loi Hadopi bradant les droits d'auteur et l'ouverture de négociations patrons-journalistes sur les contreparties de la mutualisation des contenus.

La convergence numérique sans règles dans les rédactions ! Votez CFDT pour que la motivation et l'engagement des journalistes qui travaillent sur le multimédia, trouvent en retour des conditions de travail respectant la déontologie et la santé au travail.

Les journalistes dans la tourmente de la crise ! Votez CFDT pour une confédération interprofessionnelle qui défend les droits de tous, salariés de grandes entreprises ou isolés dans les médias locaux.

Les entretiens montrent également que les enjeux prioritaires dans les entreprises sont des enjeux sociaux communs aux salariés et non spécifiques aux journalistes : « *Il y a un problème de déontologie, mais à la marge en fait. Le problème, c'est un problème de conflit d'intérêt, de pression économique, de pression politique, sur les confrères, au quotidien* » explique par exemple un responsable SNJ-CGT (entretien).

Les syndicats de journalistes se rapprochent donc des syndicats classiques comme une « coalition de salariés » qui défend « les conditions des salariés » de manière concrète dans les entreprises.

Ainsi, l'engagement des syndicats de journalistes confédérés dans des revendications qui portent sur la condition salariale serait le signe d'une forme de division du travail syndical avec le syndicalisme catégoriel plus centré sur les questions spécifiques à la profession. Cependant, cette apparente division peut être nuancée à plusieurs égards.

Section 3 : S'unir ou les limites de la division du travail syndical

Le syndicalisme de métier repose sur une conscience professionnelle et entend lutter pour les intérêts spécifiques de la profession en questionnant l'éclatement syndical lié à des différences de positionnements politiques ou idéologiques supérieurs. Il se pose alors la question de l'unité syndicale des journalistes qui remet en cause l'hypothèse de la division du travail syndical entre non confédérés et confédérés.

3.1. De l'unité à l'union syndicale : lutter ensemble

Les différents syndicats de journalistes se sont unis pour travailler ensemble à plusieurs reprises (après la Seconde Guerre mondiale, dans les années 1960 et aujourd'hui). Cela souligne les limites de la division syndicale.

3.1.1. Unité syndicale

Depuis la création du premier syndicat de journalistes (en 1886 ou en 1918 selon la définition qu'on en donne), les journalistes n'ont connu le syndicalisme unique qu'en une période, à la fois brève et très spécifique, dans l'immédiat après guerre (1946-48). La question de l'adhésion du SNJ au syndicat du Livre CGT se pose régulièrement au cours de l'entre-deux guerres mais est systématiquement rejetée (en 1918, 1926 et 1937, Delporte, 1999, p. 299). Cela correspond aux ambigüités du journaliste auteur et salarié : le SNJ préfère se rapprocher de la confédération des travailleurs intellectuels (adhésion en 1920) plutôt que des ouvriers de la presse (CGT)[45]. Cette position autonome connaît une exception entre 1946 et 1948 dans un contexte d'union nationale *post* conflit. Le SNJ et le SNJ-CGT fusionnent dans un syndicat unique conduit par Eugène Morel. C'est de courte durée puisque la scission de FO donne l'occasion aux tenants de l'autonomie de recréer le SNJ : quarante neuf des soixante sections départementales se prononceront pour l'autonomie en 1948.

Face à un éparpillement syndical et forts de cette première expérience, les journalistes se sont régulièrement interrogés sur la pertinence de créer un syndicat unique. Une initiative est lancée en 1966 par le SNJ :

[45] Voir Chapitre 1 : 2.1.2.

« Nous sommes là encore à avoir été adhérents au syndicat unique CGT en 1945. Puis sont venus la scission, le divorce. Et voici que les syndicats, comme les époux séparés, entendent la voix de leurs enfants qui leur crient : remariez-vous ! » (Responsable SNJ, 1966[46].)

Une réunion intersyndicale réunit les syndicats de journalistes SNJ, CGT, FO et CFDT à Bierville le 22 janvier 1966 dans l'idée de reconstituer le syndicat unique des journalistes. L'enjeu de cette réunion est d'unir les journalistes pour qu'ils soient plus forts dans les négociations : « *J'ai gardé la nostalgie d'une époque où nous étions forts* » explique le responsable CGT, « *les patrons n'étaient pas plus généreux que maintenant mais chaque année nous obtenions une amélioration* ». Cette initiative repose sur un souci d'afficher l'unité contre les représentants employeurs : « *les employeurs* […] *seront attentifs aux textes publiés* » met en garde le responsable CGT. Les syndicats sont partagés sur la nature à donner à leur entente entre une unité organique (fusion des syndicats) et une unité d'action. Le SNJ plaide pour la création d'un syndicat unique : « *Notre but final, à nous, c'est l'unité organique !* » (Responsable SNJ).

3.1.2. Union syndicale

La position des trois autres syndicats est à la fois plus nuancée et plus pragmatique. Ils invoquent le fait d'être confédérés pour prouver l'impossibilité d'une fusion des syndicats, fusion qui ne peut s'opérer qu'à l'échelle confédérale : « *L'unité organique passe par l'unité des confédérations* » explique le responsable CFDT. Cette réflexion s'inscrit dans un cadre plus général puisque les confédérations CFDT et CGT ont contracté un pacte la même année qui stipule une « unité d'action » mais pas « une unité organique » (Groux, 2012b, p. 12). Ne souhaitant pas fusionner toutes les « *familles de pensées* » (responsable CGT), les syndicats de journalistes prônent la création d'un comité intersyndical pour favoriser cette unité d'action. Tous les syndicats de journalistes sont d'accord pour s'unir mais la négociation achoppe sur la question de l'institutionnalisation de l'union, preuve tout de même des différences idéologiques et stratégiques entre les syndicats. Le Syndicat national des journalistes, non confédéré, a tout intérêt à la création d'un syndicat unique qu'il viendrait dominer tandis que les autres organisations souhaitent instaurer un cartel « *avec représentation à parts égales* » (responsable FO) qui est plus à leur avantage. À l'issue de cette réunion, est créée l'Union syndicale des journalistes français (USJF).

« Les représentants des quatre syndicats nationaux de journalistes, réunis à Bierville le 22 janvier 1966, avant de rendre compte à leurs congrès respectifs des résultats du colloque, ont

[46] Compte rendu de la réunion intersyndicale du 22 janvier 1966.

décidé de créer une délégation intersyndicale permanente chargée de préparer, dans un délai maximum d'une année, l'unification dans une seule organisation syndicale où subsisteraient les syndicats confédérés avec leur personnalité propre ; d'être le porte parole des syndicats unanimes pour la défense des intérêts matériels et moraux de la profession. » (Déclaration finale commune.)

La déclaration finale laisse ouverte la possibilité de créer une structure syndicale unique mais l'union conservera une forme lâche. L'USJF fonctionne régulièrement jusqu'au milieu des années 1980 : réunions avec la Fédération française des sociétés de journalistes (1968, 1973, 1984) ou déclarations communes. Le syndicat des journalistes CFE-CGC, créé en 1972, n'est pas intégré dans l'Union tandis que FO en sort en 1982. L'Union se délite et on n'en trouve plus de traces après le milieu des années 1980. La position d'un responsable SGJ-FO rend compte des difficultés à pérenniser une action commune : « *On n'est pas favorable à une intersyndicale institutionnalisée* […] *On ne veut pas d'une unité instituée qui nous demanderait des compromis qui frisent la compromission* » (entretien). Elle laisse la place à des intersyndicales ponctuelles.

3.2. Des intersyndicales aux conflits

Les syndicats de journalistes continuent à travailler ponctuellement ensemble dans des intersyndicales mais peuvent également s'opposer sur certains dossiers.

3.2.1. Travailler en intersyndicale

L'unité syndicale est une voie possible, selon certains responsables, pour renforcer la position des salariés dans la négociation collective : « *Je ne serai pas contre une union des syndicats de journalistes,* […] *on serait plus efficace que dispersé* », considère une responsable du SNJ-CGT. Cependant, la pluralité syndicale est ancrée dans le système français et l'idée d'un syndicat unique effraie. Même s'il n'y a pas de vrais points de ruptures, les syndicats de journalistes ne partagent pas toujours exactement les mêmes avis. L'union permanente a donc fait place à des intersyndicales ponctuelles. Le SNJ, le SNJ-CGT et l'USJ-CFDT ont par exemple signé conjointement en juin 2007 une déclaration commune « Information de qualité : il y a urgence »[47].

Cependant, les syndicats ne parviennent pas toujours à travailler en intersyndicale. Prenons l'exemple de la négociation collective sur une charte déontologique annexée à la convention collective[48]. Les syndicats de salariés accusent les éditeurs d'avoir bloqué les

[47] [En ligne] [URL : http://www.snj.fr/spip.php?article498], consulté le 17 juillet 2013.
[48] Voir aussi Chapitre 3 : 2.2.2.

discussions en s'opposant au principe même d'une charte commune à tous. Cependant, les syndicats de journalistes n'ont pas réussi à s'unir. C'est ce que dénonce l'un des trois « sages » (médiateur de la négociation) au cours d'un atelier des Assises internationales du journalisme en 2012 : « *Sur la charte, les éditeurs n'en voulaient pas, mais les syndicats n'ont pas été capables de se mettre d'accord sur un texte commun ! Je ne veux pas refaire le match, mais il n'y a pas seulement les éditeurs qui sont en cause…* » En effet, le SNJ promeut son texte de 1918 et en adopte au milieu des négociations (mars 2011) une version « revisitée » qui montre que le syndicat n'est pas prêt à accepter un autre texte. L'un des « sage » parle d'un « *patriotisme de texte* »[49]. De leur côté, les syndicats CGT et CFDT restent attachés à la charte de Munich de 1971 dont ils sont corédacteurs et ne peuvent pas stratégiquement accepter la charte du SNJ. « *Il n'y avait pas d'entente entre les syndicats. C'est des questions de boutique* » avoue un militant SNJ (entretien).

3.2.2. Un procès syndical

Sur certaines négociations sociales, les syndicats de journalistes se sont fortement opposés. Cela a été le cas en 2008-2009 suite à un accord signé par les syndicats CFDT, CFE-CGC et CFTC et dénoncé par les syndicats CGT, FO et SNJ. Cette affaire a été évoquée par les enquêtés maintes fois au moment des faits (2009), mais aussi au cours de la deuxième session d'entretiens (2011-2012). Lors d'un entretien avec un responsable CFTC en novembre 2011, il mentionne « l'accord pigiste » dès les premières minutes pour s'assurer que l'on m'en a déjà parlé.

Avant la réforme des critères de représentativité, un accord pouvait être valide s'il était signé par une organisation syndicale et une organisation patronale représentatives. J.-M. Pernot (2007) dénonce ainsi l'attitude de « self-service syndical » des organisations patronales qui s'adressent, selon les thèmes des négociations, à l'un ou l'autre des syndicats potentiellement signataires. Courant 2007, une négociation sur les droits des pigistes est ouverte entre les syndicats de journalistes et les organisations patronales (Aubert-Tarby, 2013). Les représentants des employeurs conditionnent leur signature de l'accord sur le droit à la formation des salariés pigistes à la signature par les organisations syndicales d'un second texte portant sur les droits des pigistes dans l'entreprise. Le SNJ et la CGT s'associent aux associations de pigistes pour publier une pétition, « *Pas de recul sur le droit* », en décembre 2007. Ils considèrent que ce second texte est en-deçà de ce que la justice accorde quand les

[49] Réunion APCP, juin 2011.

pigistes attaquent l'employeur. À la suite des négociations, le texte est transformé en « protocole d'étape ». L'USJ-CFDT, la CFTC et la CFE-CGC signent ce second texte le 7 novembre 2008 afin que les accords sur la formation puissent être mis en place et pour qu'un minimum de droits soit garanti pour les pigistes qui n'iraient pas en justice pour obtenir leur respect. La signature de l'accord par la CFTC et la CFDT correspond bien à leur politique de compromis :

> « Cela représente bien l'idéologie de la CFTC qui est mieux que rien ! Le SNJ a refusé de signer car il voulait plus or la CFTC disait ce sera ça ou rien. » (Entretien, responsable CFDT.)
>
> « Ça traduit l'attitude de la CFDT, on est toujours tiraillé […] C'est vrai qu'on a fait des concessions, on n'a pas été pur à 100 %... » (Entretien, responsable CFDT.)

Le SNJ, FO et la CGT dénoncent cet accord. Les trois syndicats déposent une requête devant le Tribunal de grande instance de Paris en mai 2009 en vue de l'annuler. L'opposition entre les différents syndicats est violente : « *Le SNJ nous a craché dessus lors des dernières élections à la carte de presse, parce qu'on était les jaunes qui avaient signé l'accord qui enlevaient tous leurs droits aux pigistes* » témoigne un syndicaliste CFTC (entretien). Dans le jugement rendu le 3 novembre 2009, s'opposent alors trois syndicats de journalistes (« demandeurs ») et les organisations patronales et les trois syndicats signataires (« défenseurs ») : « *Là, on a été proche de la rupture* » (entretien, responsable SNJ). La CFTC a défendu l'accord tandis que la CFDT n'a pas souhaité se faire représenter au tribunal : « *On n'a pas mis d'avocat en face, parce qu'on n'attaque pas un autre syndicat, par principe, on est du même côté* » (entretien, responsable CFDT). Ce jugement est plutôt favorable à l'accord.

Ce cas montre bien que les syndicats de journalistes peuvent se diviser, voire s'opposer au cours de procès. Les relations au niveau interprofessionnel sont donc variables, avec d'un côté des stratégies d'alliances intersyndicales, et de l'autre d'importants désaccords. De même, dans les entreprises, les alliances sont à géométrie variable.

3.2.3. Des stratégies syndicales à géométrie variable

Les alliances ou les oppositions entre les syndicats ne structurent pas les relations des sections syndicales de journalistes dans les entreprises. À ce niveau là, les alliances sont à géométrie variable selon les objets de la négociation.

Au *Monde*, les syndicats travaillent en intersyndicale. Cela a été le cas au moment du plan de sauvegarde de l'emploi (2008) et du rachat du groupe (2011). Elle est composée des syndicats SNJ, SNJ-CGT et USJ-CFDT. Aux élections au comité d'entreprise, ces trois

syndicats présentent une liste commune dans le collège journalistes. À l'AFP au contraire, chaque syndicat (CGT, SNJ, FO, CFDT, SUD, CFTC) présente sa propre liste aux élections professionnelles. Cela ne les empêche pas de travailler régulièrement en intersyndicale, comme dans la lutte contre la précarité pour laquelle une enquête a été demandée à l'inspecteur du travail afin d'établir un bilan de la précarité (rapport remis en décembre 2010) et d'aboutir à un accord en mars 2011. Les sections SNJ et SUD qui s'opposent dans les élections à l'AFP fonctionnent en revanche ensemble dans le groupe Express Roularta (*L'Express*, *L'Expansion*, *Lire* etc.), sous leur bannière commune Solidaires. Ces alliances à géométrie variable sont dépendantes des lieux, des sujets, mais aussi des personnes. Selon les syndicalistes, les alliances sont favorisées ou découragées :

> « Ça dépend des entreprises et des personnalités. Pendant toute ma vie syndicale à France 2, je me suis extrêmement bien entendue avec la CGT, nous avons mené des combats côte à côte, pratiquement toujours. Il se trouve que ce ne sont pas du tout les mêmes relations à France 3, où la CGT […] était complètement l'alliée de Carolis [ancien président directeur général de France Télévisions]. » (Entretien, déléguée syndicale SNJ.)

Les stratégies d'alliances syndicales sont variables selon les sujets et les niveaux de la négociation. Dans tous les cas, le SNJ domine. Comment l'expliquer ?

3.3. La domination du SNJ : l'envers du décor ?

La domination d'un syndicat catégoriel non confédéré démontre la force des revendications syndicales spécifiques à la profession et ainsi de sa singularité par rapport aux autres formes de syndicalisme. Mais la force du SNJ s'explique également par les échecs des autres syndicats de journalistes.

3.3.1. Rester premier

Comment expliquer les bons résultats du Syndicat national des journalistes ? Pour sortir du registre d'explication à la fois tautologique et indigène (mobilisé par les acteurs), selon lequel la place du syndicalisme catégoriel non confédéré s'explique par la force des idées défendues, il s'agit de déterminer le processus et les acteurs qui ont permis à ce syndicat de se construire (et de maintenir) une réputation telle auprès des journalistes.

Tout d'abord, il y a une mise en récit de l'histoire du syndicat. Son ancienneté est systématiquement soulignée, comme au cours de cet entretien : alors que je demande à un militant du SNJ de me parler de son syndicat, il me répond que « *La* première *chose, c'est déjà que le SNJ est le plus vieux syndicat de journalistes* » (entretien, responsable SNJ). Le

SNJ revendique, par son ancienneté, une légitimité historique de « premier syndicat de la profession », qu'illustre la bataille autour de la qualification du syndicat de journalistes chrétiens créé en 1886. Le SNJ refuse la qualification de « syndicat » à l'organisation chrétienne dont la CFTC et la CFDT revendiquent l'héritage : « *Le SNJ nous dénie le terme de syndicat* », explique un responsable des journalistes CFDT (entretien).

Le succès du SNJ tient également à une deuxième dimension historique liée à son implication dans les avancées législatives de la branche (statut et convention collective) qui lui permet d'être reconnu dans la profession. Le Syndicat bénéficie par ailleurs d'un mécanisme d'« auto renforcement » lié au système de représentation français. En sortant premier des élections professionnelles (branche et entreprises), les responsables du SNJ tiennent les postes clés des institutions de la profession (présidence ou vice-présidence de la CCIJP notamment) ce qui contribue à renforcer sa légitimité. Ainsi, il y a une forme de substantialisation du syndicat dont la force est reconnue au-delà de ses membres.

Le SNJ affiche dès que possible son image de premier syndicat. Par exemple, les trois premiers syndicats ont été appelés à travailler conjointement lors des Etats Généraux de la presse écrite (2008) et ont adopté des stratégies diverses. Ils acceptent de participer aux négociations bien qu'ils estiment que les forces en présence sont trop favorables aux employeurs. Le SNJ-CGT et l'USJ-CFDT quittent la table des négociations tandis que le SNJ choisit de rester. Si ce dernier dénonce lui aussi la sur représentation des patrons dans les ateliers, il adopte toutefois une stratégie de participation : « *Si les syndicats de journalistes ne sont pas là à ce moment là, on peut toujours crier pour avoir la parole. On considère que c'est notre rôle de porter aussi haut que possible la défense de la profession* […] *Il y a un discours à porter* » (entretien, responsable SNJ). Cette stratégie lui permet de se présenter comme l'unique syndicat garant des intérêts des journalistes : deux responsables syndicaux questionnent, au cours d'entretiens à un mois d'intervalle (octobre et décembre 2009), la *« politique de la chaise vide* » des autres organisations syndicales. Le SNJ se pose ainsi comme le premier défenseur de la profession.

3.3.2. L'absence d'alternatives crédibles ?

Mais le succès du SNJ est aussi l'envers des échecs des autres syndicats de journalistes. Les syndicats de journalistes CGT et FO souffrent de la division des journalistes entre un syndicat de métier et un syndicat d'industrie et d'une image « ouvriériste » liée au syndicalisme du Livre. La CFDT a longtemps été le deuxième syndicat de journalistes. À

l'élection triennale de 1982, l'organisation est au coude à coude avec le SNJ (28 % contre 29,3 %) et devance largement le SNJ-CGT tout au long des années 1980 et 1990 (Schwarz, 1991, p. 261) mais se fait rattraper au début des années 2000. Ce recul s'explique par le départ de nombreux cédétistes, dans tous les secteurs, suite aux positions de leur confédération sur la réforme des retraites (défection de 10 % des adhérents après 2003, Barthélémy *et al.*, 2012). Malgré un bon retour de la confédération (qui talonne la CGT dans les résultats agrégés de 2013 aux élections professionnelles), les journalistes CFDT ne parviennent pas à regagner leur place. La CFTC et FO ont également connu un fort recul : alors que FO atteint des scores autour de 15 % au milieu des années 1980, ce syndicat connaît un lent déclin et se stabilise autour des 5 % dans les années 2000 (Schwarz, 1991, p. 261). Les résultats de la CFTC se détériorent également : « *Le syndicat reste figé sur des valeurs sans s'adapter au monde dans lequel on vit* […] *La CFTC est un syndicat dinosaure, c'est désolant. Il va chuter dans la douleur, c'est dans le sens de l'histoire* » explique un délégué CFTC (entretien). Ce syndicat souffre également d'un effet de génération avec le départ en retraite de délégués syndicaux de grosses sections (à l'*Union de Reims* ou au *Progrès de Lyon* par exemple).

Les difficultés à établir une unité ou une union syndicale illustrent les jeux de concurrences entre les différents syndicats et nuancent une possible division du travail syndical. Pour tirer son épingle du jeu, chacun tente d'embrasser l'ensemble des revendications, condition de travail et normes professionnelles. Sans procéder à une division du travail complète, le syndicalisme confédéré et le syndicalisme catégoriel dépassent tous deux la limite traduisant une imbrication de ces enjeux salariés et professionnels.

Section 4. Une double interpénétration des questions professionnelles et salariales

En s'appuyant sur les rhétoriques des différents syndicats, on pourrait conclure à une division du travail syndical. Il n'en est rien. L'analyse de leurs actions concrètes montre au contraire que les syndicats traitent de tous les sujets. Les syndicats confédérés investissent les questions spécifiques à la profession, tandis que le SNJ se rapproche dans son action du syndicalisme classique.

4.1. La défense de la profession par les syndicats confédérés

Les syndicats confédérés s'engagent dans la défense des intérêts propres de la profession témoignant d'un ancrage catégoriel dans leur action. Ils agissent au côté du SNJ pour préserver les dérogations propres aux journalistes.

4.1.1. Un avantage contesté

Le SNJ se positionne sur les thématiques spécifiques à la profession, notamment sur la déontologie, et son avantage sur cette question lui est reconnu par les autres syndicats de journalistes : *« Le SNJ est plus sur la déontologie et nous* [SNJ-CGT] *sur le droit du travail* » explique un responsable SNJ-CGT (entretien). Cela n'empêche pas les autres syndicats de journalistes d'être également attachés aux enjeux professionnels. La division du travail est donc plus complexe qu'une partition entre les enjeux corporatistes défendus par le SNJ et les thématiques plus classiques qui reviendraient autres syndicats. Lors des entretiens avec les représentants syndicaux de syndicats confédérés, les enjeux liés à l'indépendance ou à la qualité de l'information sont également mis en avant : « *La déontologie est dans les missions de tous les syndicats de journalistes. Plus ou moins long hein ! Mais ils le mettent tous. Ils ne veulent pas représenter que les bagarres pour les barèmes ou les conditions de travail* » (entretien, militante CFDT).

Les syndicalistes CGT vont jusqu'à parler d'un « *service public* » de l'information et près du quart de leur déclarations publiques (22,5 %) portent sur ces questions (pluralisme de l'information, traitement de l'information, liberté et indépendance de l'information etc.). Leur campagne aux élections à la CCIJP a majoritairement porté sur ces thèmes. En préambule, le tract du SNJ-CGT rappelle : « *Le journaliste obéit à des règles techniques et éthiques qui exigent une formation de qualité* ». De même, le tract de la CGC-Journalistes s'ouvre sur l'impératif : « *Affirmons l'éthique de notre profession* ». Ces enjeux qui semblent être monopolisés par le SNJ sont donc également investis par les syndicats confédérés. Les syndicats confédérés viennent concurrencer le Syndicat national des journalistes sur le terrain des questions spécifiques à la profession.

4.1.2. L'implication dans le système de régulation

Au-delà de ces enjeux corporatistes, les syndicats de journalistes participent à la régulation de leur profession *via* le système professionnel néo-corporatiste. En effet, les syndicats de journalistes CGT et CFDT disposent de résultats suffisants pour siéger à la

Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels tandis que tous les syndicats sont représentés à la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes et peuvent l'être à la Commission arbitrale (le salarié choisit l'organisation syndicale qui le représente). Par ailleurs, ils sont invités à la table des négociations et participent par exemple aux négociations sur la possibilité d'annexer une charte éthique à la convention collective.

Par exemple, tous les syndicats se sont opposés à une modification des règles de fonctionnement de la Commission arbitrale. Cette commission, instaurée en 1935 par le législateur, fixe le montant des indemnités de départ d'un journaliste s'il a plus de quinze ans d'ancienneté (retraite ou départ en clause de conscience) ou suite à un licenciement pour faute grave (quelle que soit son ancienneté)[50]. Elle est composée de deux représentants d'un syndicat de journalistes (choisi par le salarié) et de deux représentants de l'organisation employeur (la plus proche de la forme de presse dans laquelle exerce le salarié). Cette commission est régulièrement décriée par les employeurs pour le montant des indemnités versées : « *Il y a des limites qui ne devraient pas être dépassées, qui le sont, mais on fait avec la loi : il n'y a pas de plafond* » (entretien, responsable syndicat employeur). Les groupes de presse Marie-Claire et Centre France ont déposé trois questions prioritaires de constitutionnalité le 9 mars 2012. Selon eux, le fonctionnement de la Commission (pas de possibilité d'appel des décisions) violerait le « droit à un recours juridictionnel effectif »[51]. Par ailleurs, sa singularité porterait atteinte au « principe d'égalité des citoyens devant la loi ». Le Conseil constitutionnel a déclaré la Commission arbitrale conforme à la Constitution dans une décision du 14 mai 2012. Cette affaire est exemplaire pour montrer l'attachement de tous les syndicats de journalistes aux dispositifs d'exception dont bénéficie leur profession. Si des questions de rémunération sont en jeu (montant des indemnités), ce sont bien des arguments portant sur la spécificité de la profession de journaliste qui sont avancés. Si l'on suit le raisonnement de A. Sintives[52] (2012), les raisons qui ont poussé le législateur à inscrire cette disposition spécifique dans le droit du travail (marché du travail restreint ; non interchangeabilité des titres ; présence de non professionnels) ne sont plus réunies pour justifier sa préservation. Faute de justifications, ces dispositions « font figures de privilèges » (p. 1047). En versant des indemnités en moyenne cinq fois supérieures aux autres salariés de la presse (droit commun), ce système repose sur une défense des intérêts d'une profession au

[50] Article L. 7112-4 du Code du travail.

[51] Qui découle de l'article 16 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789.

[52] La rédaction de *Droit Social* a exceptionnellement autorisé une publication sous un pseudonyme vu la sensibilité des journalistes sur cette question.

détriment des autres catégories et donc de tous les autres salariés défendus par les confédérations.

Les syndicats confédérés agissent donc également au niveau des questions de normes professionnelles et pour la défense de leurs avantages spécifiques. De même, le SNJ s'ouvre aux revendications sociales classiques qui, si elles sont déclinées selon les spécificités de la profession, ne lui sont pas propres.

4.2. Syndicalisme catégoriel et défense du salariat

Si le Syndicat national des journalistes se positionne comme un défenseur des enjeux spécifiques à la profession, son action concrète se concentre pourtant sur une défense classique des conditions salariales de ces professionnels.

4.2.1. Une solidarité avec le collectif : vers une fin de l'autonomie ?

Malgré son étiquette catégorielle non confédérée, le SNJ s'investit dans des structures collectives de journalistes (membre créateur de la Fédération internationale des journalistes - FIJ en 1926), mais aussi inter-catégorielles. Le syndicat est membre fondateur du Groupe des Dix en 1981, au côté de syndicats des impôts, de la police, de la Caisse d'épargne ou des transports. Le « G10 » se constitue lors de son premier congrès en une « union syndicale » qui devient « Union syndicale Solidaires » en 2004 (Denis, 2001). À travers ces solidarités il s'agit, par une contestation pragmatique de « mutualiser leurs moyens et de dépasser leur ancrage sectoriel » (Béroud *et al.*, 2011, p. 68) : « *Le secteur des médias n'est pas isolé* […] *L'inquiétude est vive dans tout le monde du travail, chez les salariés du public comme du privé* […] *Et faut-il le rappeler, les journalistes sont avant tout des salariés* » (Édito du *Journaliste* n° 296-295).

Cette implication s'est traduite institutionnellement au moment des élections de représentativité dans les très petites entreprises. Si l'exception catégorielle a été maintenue pour les journalistes dans les entreprises et au niveau de la branche, elle ne peut exister au niveau interprofessionnel (cf. encadré 22).

Encadré 22 - La loi du 15 octobre 2010 : mesurer la représentativité dans les TPE

La loi du 20 août 2008 fait des élections professionnelles en entreprise (puis agrégées aux niveaux branche et interprofessionnel) l'instrument de mesure de l'audience des organisations syndicales. L'absence de ces élections dans les très petites entreprises (moins de 11 salariés) prive trois millions de salariés de la possibilité de participer à cette évaluation. La loi renvoie cette question à une négociation nationale

interprofessionnelle ultérieure (article L. 2122-6 du Code du travail). La loi du 15 octobre 2010 règle cette question en instaurant une consultation des salariés, par voie électronique, sur sigle syndical. Les syndicats rattachés à une même organisation professionnelle doivent se présenter ensemble. L'exception catégorielle est maintenue pour les cadres (deux collèges : un cadre et un non cadre). (Rey, 2012)

Les journalistes du SNJ des très petites entreprises[53] ont été appelés à voter pour les listes Solidaires, union inter-catégorielle dont le syndicat dépend : « *La direction générale du travail nous considère de la même façon que les confédérés* » explique ainsi le Premier secrétaire général du SNJ (entretien). La question de l'influence éventuelle du changement du cadre juridique sur les expériences militantes des syndicalistes Solidaires a été posée (Béroud *et al.*, 2011, p. 86). On peut donner une réponse dans le cas du SNJ qui voit son action se modifier : alors que le lien était établi entre les instances dirigeantes (participations croisées au bureau national, envoi simultané des bulletins du SNJ et de Solidaires), cette nouvelle configuration institutionnelle oblige les syndicalistes du SNJ à se rapprocher sur le terrain des syndicalistes Solidaires.

> « Le décret du 28 juin 2011 ne permet pas au SNJ de se présenter en son nom. C'est sous la bannière de Solidaires, notre Union syndicale, que la campagne électorale a commencé […] La propagande de Solidaires, à caractère général, n'en oublie pas le SNJ et ses journalistes. Mais pour ce scrutin national, c'est désormais à nos sections d'être au premier plan pour se rapprocher des Solidaires locaux. » (Extrait de *Le Journaliste* n° 306, septembre 2012.)

Ce rapprochement questionne la dynamique catégorielle du syndicat et engage de nouvelles stratégies syndicales. On retrouve des effets similaires des nouveaux critères de représentativité dans le syndicalisme cadre : avec la loi du 20 août 2008, la CFE-CGC s'interroge sur la possibilité de muter en un syndicat généraliste et non plus catégoriel par la constitution d'une « troisième force syndicale » *via* le rapprochement avec d'autres organisations syndicales (et notamment l'UNSA) (Béthoux *et al.*, 2012). Dans le cas du SNJ, l'amarrage à une organisation interprofessionnelle est imposé par le législateur et le syndicat en fait un usage stratégique qui lui permet de contrer les accusations de corporatisme. Il s'engage donc un processus de remise en cause partielle du syndicalisme de métier des journalistes. Cela correspond à un investissement croissant pour la défense des salariés.

4.2.2. Un positionnement de principe

Étudier le contenu du bulletin trimestriel du SNJ permet de tester la réalité de son positionnement syndical corporatiste. On cherche à mesurer la part que tient chacun des sujets

[53] 3 000 journalistes sont concernés.

dans les publications syndicales. Deux corpus ont été constitués : un avec les premières pages (Une et Édito) des neuf derniers numéros du *Journaliste* (2008-2012) et un avec l'ensemble des articles parus en 2011 (voir annexe 16 pour des exemples de ce bulletin). Ces deux corpus rassemblés, la méthode a consisté en la qualification de chaque article selon sa thématique principale[54], puis en leur classement selon s'ils renvoient à un enjeu spécifique à la profession (noté « enjeux professionnels ») ou à une thématique plus classique, qui est déclinée pour les journalistes mais se retrouve dans tous les secteurs (noté « enjeux salariés »). Sur la première page des bulletins syndicaux, l'article et l'édito sont largement consacrés à des thèmes portant sur des dimensions spécifiques à la profession (67 %) : statut et carte professionnelle, code de déontologie, liberté de la presse, protection des sources, formation des journalistes, etc. Ces articles font notamment abondamment référence à la charte éthique : le tiers (33 %) des articles lui est consacré. Cette stratégie de démarcation se retrouve déjà dans les conclusions de l'analyse « sémio-pragmatique » de neuf bulletins parus entre 1987 et 1997, qui montre que le syndicat revient systématiquement sur les questions éthiques en posant la question « qui pourrait faire mieux que le SNJ » ? (Prodhomme, 2004, p. 4). Le Syndicat national des journalistes se pose donc comme le défenseur du journaliste en tant que professionnel : « *Le SNJ s'est drapé dans une position historique de gardien de la profession* » explique un responsable CFDT (entretien).

Cependant, cette analyse peut être nuancée par une analyse plus fine des actions du syndicat. Si on retourne en 1918 au moment de la fondation du SNJ, on note qu'à côté de la rédaction d'une charte des droits et des devoirs des journalistes, la reconnaissance d'un statut de journaliste professionnel est également un enjeu important[55]. Les « trois éléments fondateurs » que retient le syndicat sont ainsi la charte, mais aussi le statut professionnel et la carte de presse (*Le Journaliste* n° 301, p. 1).

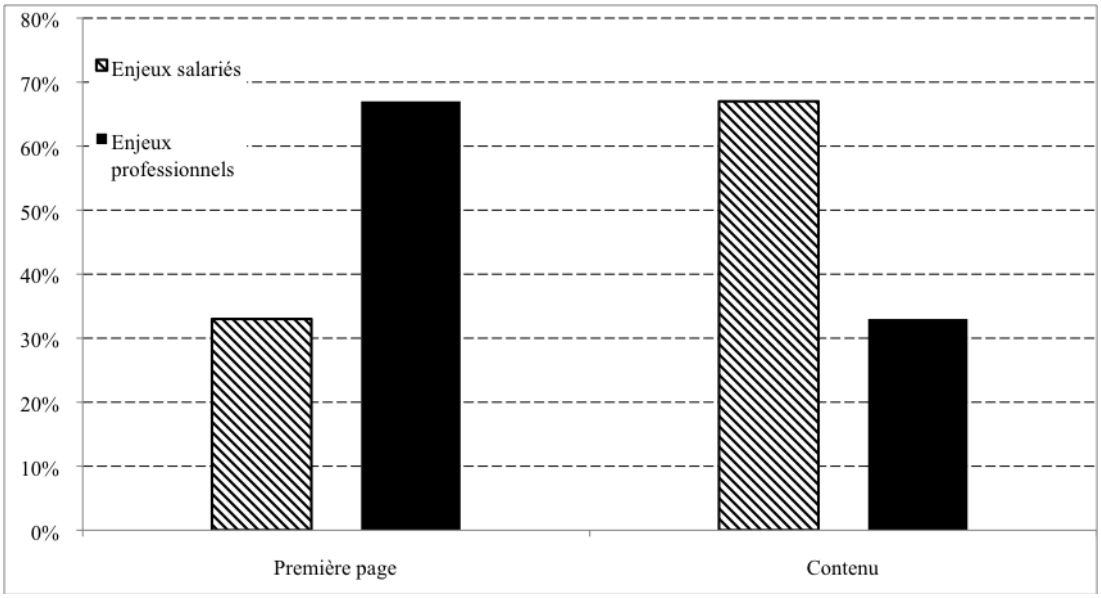
4.2.3. Un positionnement ambigu

La place des questions salariales plus classiques peut être appréhendé à partir de l'étude du second corpus, constitué des articles parus dans les quatre numéros du bulletin syndical de 2011 (n° 300-303). Le corpus est constitué de cinquante et un articles. Sont exclus ceux qui relèvent de l'histoire du syndicat lui-même, dans lesquels il y a une mise en récit par le syndicat de son action, car ils ne correspondent pas forcément à l'action concrète sur le

[54] Lorsque l'article renvoie à un thème, le thème reçoit une note 1. Lorsqu'il renvoie à deux thèmes, chaque thème reçoit une note de 0,5.
[55] Voir Chapitre 1 : 2.1.

terrain. Les résultats sont présentés, en comparant avec les résultats obtenus pour les Unes (cf. figure 2). Cette recension fait apparaître des résultats contradictoires selon si on s'attache aux premières pages du bulletin ou à son contenu.

Figure 2 - Résultats de l'analyse des articles du bulletin du SNJ



Si les premières pages parlent plutôt de déontologie, poursuivant la stratégie de différenciation par rapport aux autres syndicats, le contenu des bulletins qui reflète les actions concrètes des syndicalistes en entreprise comprend davantage de thématiques qui ne sont pas propres au secteur : grilles de salaires, licenciements, précarité, souffrance au travail, restructurations, etc. Le travail de terrain des militants SNJ porte en fait davantage sur des questions syndicales classiques. Dans les entreprises, ce sont les questions sociales qui sont importantes :

> « Quand on parle de déontologie dans les congrès du SNJ, les délégués nous disent, ce n'est pas notre problème, ce n'est pas ce qu'on vit, on vit des plans sociaux. Ok vous avez repatiné la charte, très bien, merci, mais maintenant parlons de ce qu'on vit ! […] Les rédactions ne sont pas prêtes à se battre pour la charte, elles se battent pour des emplois, contre la polyvalence. Les combats d'aujourd'hui c'est ceux là. » (Entretien, responsable SNJ.)

Le SNJ se définit comme un syndicat actif sur le terrain et défend « [une] *forme de syndicalisme moins centralisée, plus militante et plus proche des salariés* » (*Le Journaliste*, n° 300, p. 1). Cette ambivalence illustre également d'hésitations stratégiques récurrentes entre la focalisation sur les sujets corporatifs et l'ouverture aux thématiques sociales. La stratégie du SNJ consiste à s'ouvrir aux thèmes salariaux tout en conservant la réflexion catégorielle.

On retrouve la même stratégie à la CFE-CGC qui fait émerger une problématique de stress au travail tout en soulignant son caractère catégoriel et sans l'inscrire dans un phénomène plus général (Béthoux *et al.*, 2011). Ce thème a également été repris par le SNJ dans un colloque organisé par le syndicat sur la souffrance au travail des journalistes (le 6 décembre 2011). Devant une centaine de personnes, le premier secrétaire général commence sa communication par « *un résumé des dernières semaines* » en n'abordant que des problèmes sociaux : redressement judiciaire à *La Tribune*, menace sur des emplois à *France Soir* et dans le pôle des journaux gratuits du groupe Hersant, rapprochement forcé de France 24 et RFI, etc. Les enjeux sociaux ne sont donc pas étrangers au discours syndical du SNJ. Les thèmes de discussion dépendent aussi du niveau de la discussion :

> « Au Bureau national, j'ai beaucoup appris parce que là, on est dans les dossiers juridiques propres à la profession qui sont complètement transversaux, contrairement à une entreprise où on est un peu les mains dans le cambouis, où on va défendre les salariés. » (Entretien, responsable SNJ.)

Les enjeux professionnels et sociaux sont-ils deux voies différentes de mobilisation du SNJ ? Il semble que les militants SNJ, au contraire, y voient deux thèmes de combat syndical qui sont liés. La position du SNJ est éclairée par la métaphore de la table, utilisée au cours d'un entretien par l'un de ses représentants : les questions sociales sont « les pieds » de la table de la déontologie :

> « C'est la déontologie qui nous motive […] On a découvert que la déontologie d'une profession serait une table sans pied, donc ne pourrait pas exister, s'il n'y avait pas une patte contrat de travail, une patte salaire, une patte conditions de travail, une patte statut professionnel, si on n'avait pas ça, le plateau on pouvait aussi bien le poser par terre, il n'aurait pas de pattes donc […] on est obligé de s'occuper du reste, mais, pour une bonne partie des gens, ça nous embête considérablement. »

La défense du statut de journaliste salarié face au journaliste auto-entrepreneur permet d'illustrer ce lien entre les enjeux spécifiques et plus généraux. Cette pratique est dénoncée en une du *Journaliste* n° 301, puisqu'en perdant le statut avantageux qu'est le salariat, le journaliste aura davantage de difficultés à satisfaire à l'éthique professionnelle[56]. Ce lien de causalité entre défense corporatiste et défense des salariés est mis en avant par les représentants SNJ. Par exemple, un article explique que les principales préoccupations du SNJ sont « *l'impact de la dégradation des conditions de travail et de l'explosion de la précarité sur la vie des rédactions et la qualité de l'information* » (*Le Journaliste*, n° 302, p. 9). On retrouve également ce lien dans la volonté du SNJ d'annexer la charte de déontologie à la

[56] Pour davantage de détails sur ce débat, voir le Chapitre 2 : 4.1.3.

convention collective, afin de la rendre opposable. C'est donc la charte elle-même qui entre dans le droit du travailleur salarié.

Ainsi, le travail syndical concret des syndicats non confédérés et confédérés mêlent les dynamiques salariales et professionnelles. Ces dynamiques sont imbriquées dans la mesure où le journaliste se définit à la fois comme un professionnel autonome et comme un salarié inscrit dans un état de subordination. Au final, c'est la défense du salarié qui prime dans l'action quotidienne de ces syndicats.

Conclusion

Le syndicalisme journaliste se construit dans une dynamique historique qui accompagne l'évolution des enjeux pour ces travailleurs. L'objectif de professionnalisation de l'activité à la sortie de la Première Guerre mondiale se traduit par l'apparition d'un syndicalisme catégoriel non confédéré centré sur la constitution de normes professionnelles. Par la suite, la salarisation ainsi que la croissance des effectifs explique à la fois la constitution de syndicats confédérés et leur diversité (hétérogénéité de la profession). L'hypothèse de division du travail syndical entre ces organisations ne peut être validée. Bien que les stratégies d'affichage s'inscrivent dans une partition avec le syndicalisme non confédéré d'un côté et les confédérés de l'autre, l'action concrète et quotidienne de ces syndicats mêle plusieurs choses. Ce sont à la fois les enjeux spécifiques à la profession et les thématiques plus générales (appliqués aux journalistes mais qui se retrouvent dans tous les secteurs) qui font l'objet de mobilisations. La constitution d'une branche spécifique de négociation pour les journalistes dans laquelle les enjeux salariaux dominent est le signe de cette dualité.

L'organisation du système de relations professionnelles (syndicats et employeurs) valide donc les conclusions tirées de l'organisation générale de cette profession (Partie 1) prise entre des logiques de défense corporatiste et son inscription dans un système salarial et une subordination classique. Finalement, l'acteur syndical s'occupe au quotidien davantage des logiques salariales qui ne sont pas spécifiques à la profession. À côté de lui, d'autres acteurs se constituent, qui représentent les journalistes et entendent concourir à la régulation des normes professionnelles. Ces acteurs viennent complexifier le système de relations professionnelles binaire dans lequel les salariés ne sont représentés que par leurs syndicats et

élus du personnel dans des structures instituées par le droit du travail. C'est le cas pour les sociétés de journalistes.

Chapitre 5. Les sociétés de journalistes : accéder à des droits spécifiques pour « sortir » du salariat

Les sociétés de journalistes et leurs formes de participation

À côté des sections syndicales et des institutions représentatives du personnel (délégation du personnel et comité d'entreprise), se créent dans les entreprises d'information des sociétés de journalistes (SDJ) ou de rédacteurs (SDR). Ce sont des instances collectives qui regroupent les journalistes de la rédaction. Ces sociétés adoptent une position de représentation des travailleurs journalistes (au niveau de l'entreprise) dont elles défendent les intérêts. Cette structuration collective des journalistes n'existe qu'en France (Eveno, 2005). La première a été fondée à *Sud Ouest* en 1947. Depuis, des sociétés de journalistes ont été créées dans cent titres, et notamment au *Monde*, dont la société des rédacteurs fait figure de référence. Il en existe aujourd'hui une quarantaine (cf. annexe 19, présentée *infra*). Ces sociétés ont des statuts, moyens et modes opératoires variables de l'une à l'autre. Ces disparités renvoient à trois modèles de sociétés de journalistes qui correspondent à trois conceptions différentes de la place que doit tenir l'équipe des journalistes au sein de son entreprise et de sa manière d'y participer (cf. tableau 20). Dans les trois cas, l'enjeu est de garantir aux journalistes une plus grande autonomie, en accédant à des prérogatives spécifiques qui consacrent leur état de « salariés pas comme les autres ». En suivant une conception du travail comme « liberté collective de réaliser une œuvre » (Salais, 1998, p. 45), le produit est pris comme la réalisation du collectif des journalistes. Les professionnels demandent donc à avoir une prise sur celui-ci, en participant à sa production mais aussi à sa définition.

Tableau 20 - Les trois modèles de sociétés de journalistes

	Actionnaire	Pas actionnaire
Reconnu	Actionnariat salarié *Participation financière*	« Super salarié » *Participation négociée étendue*
Pas reconnu		Délibération informelle *Participation managériale*

Le premier modèle de sociétés de journalistes est celui de l'actionnariat salarié (les journalistes sont actionnaires de leurs entreprises). C'est le cas par exemple au *Monde* dont la

société de journalistes est demeurée l'actionnaire de référence de 1951 à 2010[1]. Dans cette conception, les journalistes participent financièrement à leurs entreprises et disposent de prérogatives liées à la possession du capital en plus de celles conférées par le droit du travail (négociation, information et consultation). Cette forme de participation « financière » ne se limite pas à l'introduction d'une composante variable dans la rémunération du salarié (intéressement, *stock-option* etc. : Rebérioux A., 2003, p. 27). Une représentation des journalistes salariés (par l'intermédiaire de leurs sociétés) est instituée au sein des conseils d'administration ou de surveillance, sur un mode de « gouvernance financière » (Bevort, 2013, p. 43). Cette « conception financière du contrôle » est liée à la possession par les salariés de parts de capital de leur entreprise (Fligstein, 2001, p. 5). Plusieurs études ont interrogé les dynamiques historiques d'apparition et de disparition de ces structures, en se centrant exclusivement sur cette forme. Elles ont porté sur deux périodes historiques : la constitution des premières sociétés de journalistes à partir de ce modèle et les années 1967-1972, considérées comme « l'âge d'or » des sociétés de journalistes (Eveno, 2005 ; Martin, 1991 ; Ruellan, 2011, 2012). Face à l'échec des sociétés de journalistes à être instituées comme actionnaire de l'entreprise, et sans que les sociétés de journalistes dans leur forme actuelle n'aient fait l'objet d'études approfondies, la communauté tant scientifique que journalistique tend à conclure que « *les sociétés de journalistes sont mortes* » (extrait de notes d'observation lors d'une réunion avec des chercheurs et des journalistes, 2011).

Pourtant, un second modèle de sociétés de journalistes existe dans lequel la participation des salariés ne passe plus par l'acquisition de titres de propriété. Dans cette deuxième forme, c'est l'équipe rédactionnelle (l'ensemble des journalistes) qui cherche à se voir reconnaître des droits spécifiques (de salariés et pas d'actionnaires) au sein de l'entreprise. Les journalistes disposent de prérogatives plus larges que celles dévolues aux autres catégories de salariés, mais qui restent attachées à leur état de salarié (et pas d'actionnaire). Cela concourt à une extension (pour les journalistes) de la participation « démocratique » (Bevort, *op. cit.*, p. 40) ou « négociée » constitutive d'une « citoyenneté dans l'entreprise ». Elle confère aux salariés le droit de participer à la gouvernance de l'entreprise « où l'intérêt des actionnaires n'est pas le seul pris en compte » (Rebérioux A., *op. cit.*, p. 27). Enfin, les sociétés de journalistes qui n'ont pas réussi à accéder à des parts du capital (modèle 1) ou à des droits spécifiques en interne (modèle 2) peuvent peser de manière informelle sur les décisions prises

[1] La perte du pouvoir actionnarial des journalistes du *Monde* au moment de sa vente en novembre 2010 sera traitée dans le chapitre 8.

dans l'entreprise. Dans ce troisième cas, les sociétés de journalistes sont des structures internes qui disposent de moyens d'expression informels mais privilégiés. Leur participation se rapproche alors d'une forme de participation « managériale » dans laquelle les salariés sont ponctuellement appelés à discuter avec les employeurs sur des sujets spécifiques choisis par ces derniers (Bevort, *op. cit.*, p. 38).

Ces trois types de sociétés peuvent être envisagés dans leur dimension historique (trois périodes) et analytique. Celles-ci renvoient à plusieurs conceptions de la place des journalistes dans l'entreprise (théoriques) mais aussi à plusieurs modalités d'actions (choisies ou contraintes).

Une représentation spécifique aux journalistes

La constitution d'instances collectives qui entendent représenter des travailleurs à côté des syndicats et ainsi participer au système de relations professionnelles a été analysée comme le signe d'un « épuisement progressif » du système de relations professionnelles français et d'une « crise » de la démocratie industrielle (Bevort, 2008, p. 823) ou tout au moins d'une « crise du syndicalisme » (Béroud, 2013, p. 17). Cette « crise » s'inscrirait dans un déclin plus général de la démocratie représentative, liée aux difficultés de constituer des structures légitimes pour représenter les membres d'une communauté (Giraud, 2009 p. 215). La réflexion sur la participation des sociétés de journalistes à la régulation et à la coordination des travailleurs dans l'entreprise s'inscrit dans ce champ de questionnement sur le renouvellement des instances de représentation des travailleurs. Quelle spécificité explique qu'elles se constituent à côté des syndicats de journalistes ?

Le déclin syndical et la non syndicalisation sont expliqués comme une « perte de pouvoir normatif et intégrateur » des syndicats qui ne parviendraient plus à attirer et à intégrer des groupes de salariés (Dufour, Hege, 2010, p. 68). La reconnaissance légale que leur confère l'État ne serait plus suffisante pour légitimer leur action. C'est le constat que dressent les artisans de la réforme des critères de représentativité des syndicats (loi du 20 août 2008[2]). Une nouvelle conception de la démocratie au travail est ébauchée, fondée sur le vote, qui devrait renouveler la légitimité syndicale. Toutefois, la constitution de sociétés de journalistes dans des entreprises ne peut s'expliquer uniquement comme le pendant d'un déclin syndical. En effet, les premières sociétés de journalistes se créent à côté de syndicats forts.

[2] Voir Encadré 16.

Ce chapitre interroge la place des sociétés de journalistes dans la démocratie industrielle, entendue comme « les formes d'implication et de participation des salariés et de leurs représentants dans le fonctionnement de l'entreprise » (Bevort, 2012b, p. 70). La constitution d'un acteur non syndical dans les entreprises permet d'analyser les formes de la négociation au travail, les alternatives à la représentation légalement instituée du personnel et les différentes manières de fédérer le groupe des journalistes. Le propos est centré sur cet acteur des négociations afin de comprendre comment la « multitude » (Groux, 2012a) d'acteurs représentant les journalistes souligne les ambiguïtés du journaliste salarié indépendant. Les sociétés de journalistes constituent une forme de représentation spécifique d'une fraction des salariés au niveau de l'entreprise qui permet d'assurer aux journalistes leur autonomie et de reconnaître leur condition de salariés spécifiques (entre indépendant et salarié).

Méthodologie et corpus

La sociohistoire des sociétés de journalistes s'appuie sur les témoignages écrits qu'ont laissés les fondateurs (Schwoebel, 1968 ; Perier Daville, 1978), les relanceurs (Schwarz, 1991 ; Simon, 2005) ou les détracteurs (Boegner, 1969) du mouvement, mais aussi sur des témoignages oraux de journalistes qui ont assisté à son essor ou l'ont accompagné (deux entretiens). Les archives personnelles de Jean Schwoebel et Denis Perier Daville, fondateurs du mouvement des sociétés de journalistes, regroupent une multitude de documents (correspondance personnelle, statuts juridiques, comptes rendus de réunions, coupures de presse etc.) des années 1960 à 1996. Elles permettent de prolonger l'histoire des sociétés de journalistes jusqu'au milieu des années 1990. Pour la période récente, j'ai travaillé à partir de quinze entretiens semi-directifs avec des personnes impliquées dans des sociétés de journalistes. Les représentants des SDJ de sept titres ont été rencontrés (quatre au *Monde*, deux à l'AFP et un au *Point*, au Monde Interactif, à Mediapart, à *Libération* et à Radio France) ainsi que deux représentants du Forum des sociétés de journalistes (structure qui les regroupe, au cours de quatre entretiens). Par ailleurs, les communiqués de ce Forum ont été analysés.

À partir de ces différentes sources, j'ai recensé les cent titres dans lesquels ont été créées des sociétés de journalistes entre la première à *Sud Ouest* en 1947 et la dernière à Mediapart en 2010. Pour chacune d'elles, j'ai répertorié la date de sa création, son statut et sa

participation à différents moments de l'histoire du mouvement[3]. Cette base de données (reproduite en annexe 19) permet de suivre les évolutions du mouvement (vagues de création, statuts majoritaires, durée de la participation des SDJ, SDJ les plus actives, etc.). J'y renvoi à plusieurs endroits du chapitre.

À partir de ces matériaux historiques et sociologiques, la place et le rôle des sociétés de journalistes sont analysés. Une perspective à la fois chronologique et analytique permet de montrer que les trois formes de sociétés de journalistes, loin de s'exclure, s'enrichissent mutuellement. La fondation des sociétés de journalistes dans un idéal de participation financière est analysée (1) avant d'interroger leurs évolutions (à la fois choisies et contraintes) vers une reconnaissance de l'équipe rédactionnelle (2) et d'associations aux actions plus informelles (3).

Section 1. Participer au capital pour sortir du salariat

Les premières sociétés de journalistes se fondent sur un idéal participatif dans lequel les journalistes sont actionnaires de leur entreprise. Le journaliste est conçu comme l'acteur central de la production et doit, à ce titre, participer financièrement à l'entreprise. Cette forme de participation des journalistes au capital se développe à partir du milieu des années 1960 dans un contexte institutionnel et politique porteur. Toutefois, elle ne parviendra pas à être « sanctuarisée » par une loi qui aurait obligé que des parts de capital soient cédées aux journalistes dans toutes les entreprises en employant.

1.1. Les fondements du mouvement : *Le Monde* et Jean Schwoebel

La première société de journalistes est créée au *Monde* en 1951, dans un contexte de défiance par rapport aux capitalistes propriétaires des entreprises de presse. L'un de ses fondateurs, Jean Schwoebel, théorise la participation financière des journalistes.

[3] Fondateurs de la FFSJ (janvier 1968) ; membres en décembre 1968 ; membres en juin 1974 ; présents à l'assemblée générale d'octobre 1983 ; présents à l'assemblée générale de janvier 1986 ; présents à l'assemblée générale d'avril 1987 ; présents à l'assemblée générale d'octobre 1993 ; membres du comité administratif élus en 1995 ; membres fondateurs du forum en 2005 ; SDJ actives en 2008 ; membres du forum en 2013.

1.1.1. De la vénalité de la presse aux sociétés de journalistes

Pour expliquer « l'exception française » (Eveno, 2005) que constituent les sociétés de journalistes, il faut les replacer dans le contexte économique et politique qui les a vues naître en 1951 et se développer de manière discontinue depuis (comme en attestent les dates de création des quatre-vingt-six sociétés pour lesquelles elle est connue[4]). La volonté de créer des structures regroupant tous les journalistes du titre provient de l'absence d'une législation sur les entreprises de presse[5]. Les journalistes considèrent qu'ils ne disposent pas de garanties suffisantes pour assurer leur indépendance dans l'entreprise par rapport aux pouvoirs économiques et politiques. Ils souhaitent que leur autonomie soit institutionnalisée. Les demandes pour que leur indépendance soit assurée se font plus pressantes à la sortie de la Seconde Guerre mondiale. C'est dans ce contexte que les ordonnances de 1944, puis la loi de dévolution des biens de mai 1946, confient la gestion des journaux à des journalistes (les fondateurs). Les journalistes issus de la Résistance souhaitent que leur soit reconnue une place spécifique dans leurs entreprises (conduite de la ligne éditoriale). La proposition d'instituer la participation des journalistes à la gestion de leur entreprise par la création d'une structure spécifique n'est pas retenue à la sortie de la guerre. L'institution de comités d'entreprise en 1945, qui représentent les salariés de l'entreprise, paraît suffisante pour qu'ils fassent entendre leurs voix. Les comités d'entreprise s'inscrivent pourtant dans une démarche tout à fait différente puisqu'y sont représentés tous les salariés et pas seulement les journalistes qui souhaitent défendre leurs intérêts particuliers.

Les tentatives pour instituer des instances de représentation spécifiques aux journalistes, à côté du syndicalisme catégoriel, inspirent différentes initiatives locales et notamment à *Sud-Ouest* et à *France Soir*. À *Sud-Ouest*, Jacques Lemoine[6] crée en 1947, dans un esprit d'unité, deux sociétés de personnels qui détiennent chacune 10 % du capital : une pour les collaborateurs journalistes et une pour les non journalistes. La société des journalistes a un rôle de réflexion sur la ligne éditoriale, la publicité, l'éthique, les évolutions techniques. Elle est conciliante avec la direction. À *France Soir*[7], la société des fondateurs et collaborateurs est créée en 1950, à l'initiative du fondateur du titre, Robert Salmon, et dans l'espoir de lutter contre le poids de la Maison Hachette qui a racheté le titre en 1947. Dans les deux cas, les

[4] La date de création de quatorze sociétés de rédacteurs me reste encore inconnue.
[5] Voir Chapitre 3 : 1.2.
[6] Fondateur du titre qui succède en 1944 à *La Petite Gironde*, interdit à la Libération.
[7] Créé en 1944 dans les locaux de *Défense de la France*.

sociétés sont créées avec le soutien du patron de presse. Ces deux premières initiatives restent isolées.

1.1.2. La sociétés des rédacteurs du *Monde* : le modèle

Le mouvement des sociétés de journalistes naît réellement au *Monde*. Le titre est créé en décembre 1944 dans les anciens locaux du *Temps* (interdit à la Libération). Le général de Gaulle en confie la direction à Hubert Beuve-Méry (cf. encadré 23).

Encadré 23 - Hubert Beuve-Méry

Né en 1902, il commence sa carrière de journaliste à Prague où il est installé comme professeur de droit. Il y est correspondant pour la revue mensuelle *Politique* puis pour les quotidiens *Le Matin*, *Le Journal* puis *Le Temps* jusqu'en 1938. Il en démissionne après la signature du traité de Munich. Il est mobilisé puis rallie Lyon après l'Armistice en 1940. C'est un « intellectuel catholique ». Sous le régime de Vichy, il enseigne à l'École des cadres d'Uriage. Il s'inscrit peu à peu dans la Résistance. Il se réinstalle à Paris en 1944 et écrit à nouveau pour *Le Temps*. Il est nommé gérant et directeur de la publication du *Monde* par le général de Gaulle. Il quitte le journal en 1969 mais y conserve un bureau jusqu'à sa mort en 1989. Il apparaît comme un modèle de la rigueur journalistique (Agnès, 2010c ; Lindenberg, 1995).

Jusqu'en 1951, le capital du *Monde* se répartit entre neuf porteurs de parts indépendants, dont le directeur (Eveno, 2004). Début 1951, un désaccord éclate entre Hubert Beuve-Méry et deux autres membres du comité de rédaction (René Courtin et Christian Funck-Brentano) sur la ligne éditoriale du journal. Ils reprochent à Hubert Beuve-Méry la publication dans les colonnes du journal d'articles qui soulignent les dangers d'une politique d'alliance dans un bloc atlantique. Beuve-Méry démissionne le 2 août 1951, remettant en cause le rôle des porteurs de parts dans la définition de la ligne éditoriale du titre : « *Il y a quelques années, l'homme clef d'un journal était le rédacteur en chef ; l'homme clef aujourd'hui est celui qui s'occupe principalement de l'aspect commercial de son fonctionnement* »[8], dénonce-t-il. Il prône un partage clair des responsabilités entre les journalistes et les actionnaires afin de garantir l'indépendance des journalistes : « "*Méfiez-vous de l'argent" restera son cri de guerre jusqu'à la fin de sa vie* », raconte l'un de ses journalistes (Simon, 2005, p. 75).

Sa démission provoque un soulèvement de la rédaction, emmenée par J. Schwoebel (jeune journaliste, élu au comité d'entreprise) et André Cheneboit (rédacteur en chef), qui entend « *garantir l'indépendance et la continuité du journal* [en] *donnant une forme juridique à la volonté de voir consacrer son droit à la copropriété du journal* » (extrait de la motion

[8] Hubert Beuve-Méry, cité par RIMBERT dans un article dans *Le Monde Diplomatique* de 2007.

adressée aux actionnaires[9]). Les rédacteurs, réunis en assemblée générale le 12 septembre 1951 à l'initiative des délégués syndicaux, demandent que la rédaction participe concrètement et matériellement à la propriété et à la direction du journal « *dans l'esprit qui a présidé à la fondation de celui-ci* » (Schwoebel, 1968, p. 98). La rédaction souhaite que le pouvoir des journalistes soir institué à côté de celui des détenteurs traditionnels de l'autorité (propriétaires et directeurs) pour reconnaître l'importance de leur mission dans l'entreprise : « *C'est la reconnaissance de ce que tout le monde devra forcément admettre, à savoir que les journalistes sont les principaux intéressés* [pour assurer] *la qualité et l'indépendance qu'exige l'intérêt général* » (Schwoebel, 1968, p. 105). C'est donc bien d'une institutionnalisation de la participation financière des journalistes au capital dont il s'agit, légitimée par le caractère « spécifique » de ces salariés. Contrairement au comité d'entreprise qui procure de nouveaux droits aux *salariés* (journalistes ou non), les droits revendiqués ici sont des droits d'*actionnaires*. Cela constitue donc une représentation du journaliste différente du syndicalisme et qui s'inscrit au-delà du salariat.

Les négociations au *Monde* se déroulent au sein d'une commission paritaire *ad hoc* composée de deux sociétaires (porteurs de parts : André Catrice et René Coutrin) et des deux représentants des rédacteurs. Elles aboutissent à la création de la Société des rédacteurs du *Monde* (SRM) le 12 décembre 1951. C'est une société anonyme qui représente la collectivité des journalistes du titre. L'assemblée générale de la SARL cède 80 des 280 parts à la SRM afin que la rédaction accède collectivement à 28,57 % des parts de l'entreprise. Ce pourcentage lui permet de disposer d'une minorité de blocage sur les décisions extraordinaires (prises aux trois quarts des voix) qui sont « *les plus importantes et les plus susceptibles d'affecter le destin de l'entreprise comme* [celui des journalistes] » (Schwoebel, 1968, p. 103). Deux délégués de la SRM siègent à l'assemblée générale des porteurs de parts de l'entreprise. En 1968, les parts de la SRM sont portées à 40 % du capital tandis que 10 % du capital de l'entreprise est accordé à deux nouvelles sociétés de personnels : celle des employés et celle des cadres. Avec cette part, les rédacteurs disposent d'un pouvoir considérable : « *Nous faisions la loi !* », témoigne un ancien président de la SRM (entretien). La SRM choisit notamment le directeur du *Monde*. Elle met en œuvre cette prérogative pour la première fois au début des années 1980, lors de la succession de Jacques Fauvet : « *Vous* [les journalistes] *avez dû ramasser un sceptre par terre* » ironise alors Beuve-Méry (Simon, 2005, p. 132). Les

[9] Reproduite dans SCHWOEBEL, 1968, p. 100.

journalistes du *Monde* obtiennent ainsi un nouveau droit d'expression lié non pas à leur état de salarié mais d'actionnaire.

La société des rédacteurs du *Monde* est considérée comme la première société de rédacteurs en France car elle pose les fondements théoriques du mouvement, comme l'explique un ancien président : « Le Monde *a une société de rédacteurs qui a un rôle historique* » (entretien). Elle est « *le symbole absolu du pouvoir de la société de rédacteurs* » (*ibid*.). Après la création de la SRM, les journalistes des autres titres essaient de fonder des structures équivalentes dans leurs entreprises.

1.1.3. Théoriser le mouvement

Les sociétés de journalistes se constituent en parallèle des institutions représentatives du personnel et entendent représenter le journaliste d'une autre manière que la représentation salariale classique. Jean Schwoebel (cf. encadré 24) est considéré comme le père des sociétés de rédacteurs.

Encadré 24 - Jean Schwoebel

Né en 1912, il commence sa carrière de journaliste au groupe *Ouest-Eclair* en 1933 (dans les hebdomadaires puis au quotidien). Il est devient actionnaire et entre au conseil de surveillance en 1941. Il quitte *Ouest-Eclair* pour rejoindre l'équipe du *Monde* en novembre 1945 où il s'occupera de la politique étrangère et de la diplomatie. Il milite activement pour l'instauration d'un statut de l'entreprise de presse et la participation financière des journalistes à leurs titres. Il prend sa retraite du *Monde* en 1977 et se consacre aux questions tiers-mondistes jusqu'à sa mort en 1994. (Grall, 2010)

Le combat qu'il mène avec d'autres en 1951 donnera naissance à la Société des rédacteurs du *Monde*, dont il est le président de 1952 à 1973. Cette structure consacre une participation des journalistes de type « financière ». Jean Schwoebel travaille ensuite pour diffuser ce modèle de société. Pour preuve, la création de la Fédération française des sociétés de journalistes en 1967 dont il prend la tête (jusqu'en 1983) et la rédaction de son manifeste : *La presse, le pouvoir et l'argent* en 1968 : « *Il a fini son installation, il essaime* » (entretien, ancien journaliste).

Schwoebel part du constat de la sous-information de « *la masse* ». Dans la conception de la profession qu'il développe, le journaliste contribue à la formation des adultes, dans la prolongation du maître d'école qui forme les enfants : « *Le journal fait classe* » (Schwoebel, 1968, p. 30). Une information indépendante et de qualité contribue à la démocratie, au

maintien et au renforcement de la paix. C'est un facteur de progrès et de prospérité et, en cela, un « *service d'intérêt public* » (*op. cit.*, p. 50). Un de ses successeurs explique : « *Il ne s'agit pas de défendre seulement la profession mais surtout de défendre certaines valeurs de la République* » (Schwarz, 1991, p. 497). Schwoebel propose que l'équipe de rédaction participe à la marche de l'entreprise *via* la société des journalistes qui disposerait de « *garanties institutionnelles d'indépendance* » (*op. cit.*, p. 142), afin « *que l'idée de service l'emporte* […] *sur la préoccupation de profit* », d'« *assurer un recrutement de journalistes de qualité* » et de « *garantir l'indépendance de la plume* » (*op. cit.*, p. 149).

Concrètement, cette participation serait effective *via* la détention de parts du capital de l'entreprise. Jean Schwoebel est élu au comité d'entreprise dès sa création dans le titre (et suite à l'ordonnance du 22 février 1945). Cela constitue une première forme de participation des salariés à la gestion des entreprises. Pour les sociétés de journalistes, il s'agit de « *sortir du salariat* » (Schwoebel, 1968, p. 140) en consacrant des droits d'actionnaires aux journalistes (au-delà des droits du comité d'entreprise). Les sociétés de rédacteurs doivent, comme au *Monde*, obtenir des parts dans le capital de l'entreprise. Par leur participation au capital, les sociétés de journalistes contribuent à la désignation des dirigeants de l'entreprise et aux grandes décisions qui sont « *de nature à modifier le destin de l'entreprise »*, disposent d'un droit de veto sur les décisions extraordinaires et constituent un *« conseil de rédaction à caractère consultatif* » (*op. cit.*, p. 175).

Les journalistes ne sont pas les seuls salariés dans les entreprises. La place que doivent occuper les non journalistes est questionnée dès le manifeste de Jean Schwoebel (1968) : « *Et les salariés journalistes ?* », interroge-t-il. Pour lui, les journalistes doivent bénéficier de ces dispositions spécifiques en priorité. L'argument peut se résumer comme tel : « *Si vous retirez les journalistes, vous pouvez encore avoir une entreprise (impression, vente) mais vous n'aurez pas de journaux* » (entretien, journaliste). Les responsables des sociétés de journalistes souhaitent cependant éviter de tomber dans un discours élitiste et rappellent : « *Sans un journal bien géré par des administrateurs* [cadres et employés] *et des techniciens [ouvriers] qualifiés, leur prose* [aux journalistes], *si talentueuse soit-elle, ne serait pas publiée* » (*op. cit.*, p. 257). Les employés, ouvriers et cadres, peuvent accéder aux mêmes droits que les journalistes mais dans un second temps. C'est ce qui se passe au *Monde* avec la création d'une société des employés et d'une société des cadres qui deviennent actionnaires minoritaires à la fin des années 1960 : « *On a pris soin d'associer les employés et les cadres, bien qu'ils soient minoritaires en parts. C'est tellement important pour nous de pouvoir*

parler avec eux » (entretien, ancien président de la SRM). Cependant, certains salariés refusent de participer à des sociétés d'actionnaires. Au *Monde* par exemple, les ouvriers du Livre s'y sont toujours refusés, mettant en avant une rhétorique cégétiste défavorable à la « collaboration de classe » que constitue la participation des salariés à la gestion de l'entreprise.

Les représentants des premières sociétés de journalistes souhaitent donc construire une participation des journalistes qui aille plus loin que celle qui est conférée aux salariés par le droit du travail (institutions représentatives du personnel).

1.2. Le développement des sociétés de journalistes dans un contexte favorable aux idées participatives

À partir du milieu des années 1960, le modèle de la société des rédacteurs du *Monde* est suivi dans de nombreux titres. De nouvelles SDJ se développent avec l'appui d'un certain nombre d'acteurs favorables à la participation des salariés au capital de l'entreprise.

1.2.1. L'idée de participation et l'actionnariat salarié en France

Le développement des sociétés de journalistes se réalise dans un contexte favorable aux idéaux participatifs, dont atteste la parution du rapport Bloch-Lainé de 1963 : *Pour une réforme de l'entreprise*. Bien que rejeté par le patronat, celui-ci ouvre le débat sur la manière dont les salariés doivent participer à leur entreprise. Les gaullistes, autour de René Capitant, portent plusieurs projets en faveur de la participation et de la concertation, deux valeurs issues de la Résistance. En 1967, une ordonnance sur la « participation des salariés aux fruits de l'expansion des entreprises »[10] est promulguée (Sauviat, 2009, p. 28) et doit notamment s'appliquer aux entreprises de presse. Un an plus tard, G. Pompidou (alors Premier ministre) déclare devant l'Assemblée nationale regretter que « *si peu de journaux aient ouvert leur capital aux rédacteurs et personnels* »[11]. La même année, la CFDT adopte « le tournant de l'autogestion » (Groux, 2012b, p. 15). Jean Schwoebel entretient des contacts réguliers avec les parlementaires. Il est auditionné plusieurs fois à l'Assemblée nationale au moment de la création de la FFSJ (audition le 20 octobre 1967 puis le 9 mai 1968). Une commission

[10] Ordonnance n° 67-693 du 17 août 1967.

[11] Le 24 avril 1968, d'après *L'Echo fédéral des journalistes*, n° spécial 1970, p. 57, cité par MARTIN M., 1991, p. 235.

(Lindon) est créée en 1969 pour étudier les propositions des représentants des sociétés de journalistes.

Le mouvement des sociétés de journalistes s'inscrit dans cet idéal participatif mais se le réapproprie. La participation des salariés n'est pas revendiquée au nom de leur appartenance à une entreprise mais au nom de leur participation à une mission jugée essentielle à la démocratie qui est la création de l'information. Jean Schwoebel, le fondateur de la première société des rédacteurs, explique ainsi (1968, p. 136) : « *Ce n'est pas en tant que travailleurs d'une entreprise que* [les journalistes] *réclament une participation, c'est en tant que membres d'une profession* […] *chargée d'une mission d'intérêt public* […] *dont l'exercice réclame* […] *une parfaite indépendance et de sérieuses compétences* ». Par ailleurs, les fondateurs du mouvement des sociétés de journalistes opèrent un second déplacement en ne retenant de la participation que sa dimension financière (Ruellan, 2012, p. 9). La démocratie participative passe selon eux par l'acquisition de parts de capital de l'entreprise qui leur permet de participer au processus de prise de décisions telle que la désignation des dirigeants de l'entreprise.

1.2.2. Une concurrence des instances existantes ?

La création de sociétés de journalistes peut s'expliquer par une logique de substitution à des syndicats jugés inefficaces. Dans le rapport sur les sociétés de journalistes présenté par la CFDT (1966), la création de sociétés de journalistes est vue comme la rançon de syndicats qui ignorent certains enjeux pourtant cruciaux comme le statut de l'entreprise de presse. Un syndicaliste SNJ montre ainsi que « *l'absence de doctrine des syndicats de journalistes concernant le statut de l'entreprise de presse explique que ce soit développée une action parallèle, qui se révélait indispensable* » (Perier Daville, 1978, p. 183). Cependant, cette raison ne peut expliquer à elle seule l'apparition de ces structures. Au départ, les sociétés de journalistes se constituent en complément des sections syndicales et des comités d'entreprises. D. Perier Daville estime que 50 à 60 % des journalistes cotisent alors dans un syndicat (1978, p. 183). Ce sont même, dans certains titres, des représentants du personnel qui sont à l'origine de la création de la société de journalistes : « *Les animateurs des sociétés de rédacteurs étaient tous des responsables syndicaux et les membres de sociétés, des syndicalistes* » (Perier Daville, 1978, p. 185). Par exemple, à *La Charente libre*, le projet de création d'une société de journalistes émane directement de la section syndicale en 1972.

Plutôt qu'un éventuel déclin syndical, la constitution de sociétés de journalistes s'explique par la spécificité de ces structures par rapport aux syndicats. Alors que les syndicats sont selon Schwoebel « *le plus souvent semblables* [aux] *autres branches professionnelles* » (1968, p. 140), les sociétés de journalistes sont singulières. Les structures apparaissent donc complémentaires : « *Les syndicats ne s'inquiètent pas de la recherche d'une telle formule qui peut les déposséder de certaines de leurs attributions. Bien au contraire, ils l'encouragent* […] *Il n'y a pas concurrence entre les syndicats et les sociétés de rédacteurs, mais solidarité et complémentarité* » (*ibid*.). Pour preuve, le SNJ par exemple favorise la double appartenance : « *Le SNJ déclare reconnaître que l'action menée par les syndicats d'une part, les sociétés de journalistes d'autre part, est complémentaire* […] *Il n'y a donc pas de concurrence et pour les journalistes la double adhésion couvre l'ensemble des problèmes de la profession* » (motion proposée au Congrès de 1966).

De même, les premières sociétés de journalistes ne veulent pas concurrencer les équipes dirigeantes. Le manifeste de J. Schwoebel éclaire la position des sociétés de journalistes par rapport à celles-ci, suite notamment à l'obtention pour les journalistes du *Monde* d'un droit de veto sur leur directeur. Les sociétés de journalistes ne sont pas « *une nouvelle forme d'action syndicale et de revendication sociale* » (1968, p. 13). Les journalistes n'ont pas l'intention d'intervenir dans la gestion courante qui reste l'affaire des directeurs et ne souhaitent pas « *court-circuiter les pouvoirs de la hiérarchi*e » (*op. cit.*, p. 149). La comparaison avec des « *soviets* » est utilisée à plusieurs reprises, pour exprimer des réticences face à la cogestion qui détruit l'autorité du patron de presse : « [Hubert Beuve-Méry] *disait "vous savez, la participation ce n'est pas de la tarte ! Il faut éviter les soviets"* » (entretien, ancien président de la Société des rédacteurs du *Monde*). Jean Schwoebel tient à préciser la position des sociétés de journalistes et adresse une lettre au président de la Fédération de la presse française dans laquelle il précise qu'il « *serait déplorable que les mal-entendus puissent subsister entre ceux* [les patrons de presse et les journalistes] *qui accomplissent en étroite collaboration la même mission : celle d'informer leurs concitoyens*» (lettre du 8 avril 1968). Certaines initiatives sont prises par des sociétés de journalistes pour prouver leur « bonne foi » à leur direction. Par exemple, à *Paris Jour*, les responsables de la société des rédacteurs publient un Livre banc quelques mois après la création de la société, dans le but de « *montrer à la direction qu'un certain nombre des journalistes avait le souci d'améliorer le journal dans l'intérêt de tous, patrons aussi bien que lecteur*s » (courrier du président de la société des journalistes à Jean Schwoebel, 29 octobre 1969).

Les sociétés de journalistes et l'idéal de participation des journalistes au capital de l'entreprise s'inscrivent dans une dynamique capitaliste qui ne reconnaît de droit qu'aux actionnaires, contrairement aux comités d'entreprise qui confèrent des prérogatives aux apporteurs de travail (les salariés) à côté de celles des apporteurs de capitaux. Cela renvoie à la « valeur actionnariale » que N. Fligstein (2001, p.5) fait correspondre à une « conception financière du contrôle ». Dans cette conception, les acteurs qui peuvent agir sur l'entreprise sont les propriétaires de son capital. Les sociétés de journalistes, en essayant de s'extraire des logiques capitalistes des entreprises de presse (et des menaces sur l'indépendance), vont en fait dans leur sens en consacrant cette valeur actionnariale. La participation au capital est le seul moyen selon elles de prendre part aux décisions. Ainsi, les sociétés de journaliste n'entrent en concurrence ni avec les syndicats (représentants des journalistes comme salariés) ni avec les dirigeants (propriétaires principaux). Elles se développent largement à partir du milieu des années 1960.

1.2.3. « L'âge d'or » des sociétés de journalistes

La société des rédacteurs du *Monde* reste la seule société de journalistes jusqu'en 1965. Quatre sociétés de rédacteurs sont créées en 1965 : au *Figaro*, à *L'Alsace*, aux *Échos* et à *Ouest France*. Au *Figaro*, un conflit s'ouvre sur la succession de Pierre Brisson (directeur du journal) à son décès en 1965. Jean Prouvost, qui détient 50 % des parts du capital, veut lui succéder aux dépends de Louis Gabriel-Robinet (successeur désigné par Brisson). La rédaction s'y oppose farouchement et demande à être reconnue comme une personne morale. « *Nous pensons qu'une entreprise de presse n'est pas une entreprise industrielle ou commerciale ordinaire ; qu'un journaliste n'est pas un salarié ordinaire. Une rédaction comme celle du* Figaro *constitue à nos yeux une sorte de personne morale* », explique l'un des cofondateurs de la SDR (extrait du discours de Denis Perier Daville, cofondateur)[12]. Ici encore, c'est l'idée que « *le journaliste n'est pas un salarié ordinaire* » qui justifie sa participation au capital de l'entreprise. Au *Figaro*, une convention de 1950 par laquelle a été créée une « société fermière » qui gère le titre à côté de la société propriétaire (à qui est réservée 50 % des bénéfices) arrive à échéance en 1969. La Société des rédacteurs du *Figaro* est créée pour préparer cette échéance. Elle est reconnue comme personne morale représentant la rédaction. Les rédacteurs obtiennent que la présidence de la société fermière soit confiée à Louis Gabriel-Robinet. « Le Figaro *va être le premier* [à suivre l'exemple du *Monde*]. *Parce*

[12] Cité par SCHWARZ, 1991, p. 428.

qu'il y a un bon terreau, Prouvost est vieillissant. Le Figaro *va installer sa société* », explique un ancien journaliste du titre (entretien). Il faut noter, avant de poursuive, que la création des quatre premières sociétés de rédacteur (*Sud-Ouest, France Soir, Le Monde* et *Le Figaro*) résulte de la défense, par les journalistes, des hommes de presse devenus patrons à la Libération.

Trois autres sociétés de rédacteurs sont créées la même année. La SDR d'*Ouest France* naît du conflit sur la succession de son directeur Paul Hutin-Desgress (opposition entre son beau-frère et son fils). Les journalistes se disent « *inquiets, surpris et même choqués de ne compter pour rien et de ne pas être invités à participer à la désignation des successeurs* » (entretien anonyme du 12 avril 1990[13]), et constituent une société anonyme dont les statuts sont déposés le 28 juin 1965. La Société anonyme des rédacteurs de *L'Alsace* est créée suite à des difficultés économiques. Aux *Échos*, une société civile des journalistes voit le jour au moment de la vente du titre à Jacqueline Beytout et en réponse à des inquiétudes nées de la place croissante de la publicité dans les recettes et dans la pagination des titres.

Le mouvement se propage après 1965. Jean Schwoebel est régulièrement convié à venir présenter les sociétés de journalistes aux rédactions, comme plusieurs lettres d'invitation le montrent (*Le Havre Libre* en 1965, *Nord Eclair* et *La Voix du Nord* en 1966, *Le Progrès* en 1967, *La Liberté de l'Est* en 1968). Les sociétés de rédacteurs se créent sous la forme de sociétés commerciales : sociétés civiles ou sociétés anonymes, destinées à recevoir des parts du capital de l'entreprise mais n'y accèdent pas toutes. Les membres en sont les journalistes professionnels titulaires de la carte de presse, auxquels s'ajoutent dans certains cas les pigistes. Avec l'inquiétude des rédactions face aux mouvements de concentration, la place grandissante de la publicité et la disparition de la génération des patrons de presse de la Libération, au moins vingt-deux nouvelles sociétés de journalistes voient le jour en 1968-1969, à Paris mais aussi en province (à *Nice Matin* ou au *Télégramme de Brest* par exemple).

Les différentes sociétés de journalistes souhaitent comme au *Monde* accéder à des parts du capital. Pour y arriver, les journalistes tentent de rendre obligatoire leur participation financière au capital de l'entreprise.

1.3. Instituer le pouvoir actionnarial des journalistes

Les représentants de sociétés de journalistes souhaitent que la création de structures équivalentes soit rendue obligatoire dans toutes les entreprises qui emploient des journalistes.

[13] *Op. cit.*, p. 445.

La légitimité des syndicats se fonde sur la reconnaissance légale que leur confère l'État (une « légitimité externe » selon Dufour et Hege, 2010). Les sociétés de journalistes souhaitent disposer de la même légitimité et demandent que soit inscrit dans la loi leur droit de participation au capital des entreprises. La Fédération des sociétés de journalistes qui se crée en 1967 est très active dans ce sens et bénéficie du soutien de certains syndicats.

1.3.1. Vers une reconnaissance légale de la participation financière des journalistes

Les sociétés de journalistes cherchent à être juridiquement reconnues. C'est cette différence de statut qui les différencie fondamentalement des organisations syndicales. Un travail historique mené sur la concurrence et la complémentarité entre syndicats et associations sur différents terrains et à différentes époques afin de juger du « degré de syndicalisation » des associations permet de penser ces différences (Barthélémy, Pigenet, 2004, p. 89). Pour les auteurs, les syndicats seraient caractérisés par quatre éléments : la défense des intérêts professionnels, une direction par des salariés, l'affiliation à des structures nationales et une posture revendicatrice. Ces quatre éléments sont également présents dans les sociétés de journalistes : la défense de la profession ; l'élection d'une délégation salariale ; l'affiliation à une Fédération puis à un Forum des sociétés de journalistes ; la formulation de propositions concrètes.

Cette définition du syndicat oublie en fait l'élément fondamental qui le distingue des sociétés de journalistes : la reconnaissance institutionnelle dont les sections syndicales et toutes les institutions représentatives du personnel bénéficient. Cette reconnaissance juridique fait défaut aux sociétés de journalistes. Concrètement, elles ne disposent pas du pouvoir formel de peser dans les négociations dans les entreprises ou au niveau de la branche. Pour pouvoir représenter les intérêts des journalistes, se pose alors la question de leur légalité et de leur capacité politique. Le choix que font les sociétés de journalistes est de lutter pour accéder à une reconnaissance institutionnelle de leur place au sein de l'entreprise *via* leur participation au capital. C'est une orientation parmi d'autres possibles. Certaines organisations tentent d'influencer les prises de décision sans chercher une reconnaissance institutionnelle (groupes de pression ou d'influence informels). En cherchant à accéder à une reconnaissance institutionnelle sur le même modèle que les institutions représentatives du personnel, elles renforcent en creux « l'assise symbolique » conférée par l'État (Lallement, 2009).

1.3.2. Pour une institutionnalisation des sociétés de journalistes

Les sociétés de journalistes se regroupent dans une structure commune qui porte leurs revendications. Le 1er décembre 1967, dix-huit sociétés de rédacteurs[14] créent la Fédération française des sociétés de journalistes (FFSJ). Il faut noter qu'apparaissent deux SDR hors presse écrite : à Europe 1 et à RMC. Jean Schwoebel préside la Fédération jusqu'en 1983 (cf. tableau 21). Les statuts de l'association sont déposés le 29 janvier 1968. Les sociétés de journalistes s'acquittent d'une cotisation de quinze francs. Les droits de vote sont répartis selon le nombre de sociétaires[15].

Tableau 21 - Les présidents de la FFSJ (1967-1998)

Jean Schwoebel	*Le Monde*	1967-1983
Francis Schwarz	*Sud Ouest*	1983-1986
Denis Perier Daville	*Le Figaro*	1986-1996
Jérôme Bouvier	*Radio France*	1996-1998[16]

La première revendication de la FFSJ est l'accès des rédacteurs à une part de la propriété du journal. La Fédération française des sociétés de journalistes engage ainsi « *une action visant à obtenir le vote d'une loi-statut qui devra leur assurer une participation organique au sein des entreprises* […] *dont la mission est d'informer l'opinion* » (statuts de la FFSJ). La FFSJ reprend les revendications de la Libération : mettre l'information à l'abri de l'argent (but anticapitaliste) et la mettre au service des citoyens (but civique). Ses représentants demandent un droit de veto sur les grandes décisions (nomination d'un directeur, dilution du capital, vente de l'entreprise) par l'acquisition d'une partie suffisante du capital. Plusieurs moyens d'actions sont utilisés : « *publications, réunions, conférences* » (statuts). Outre sa coopération avec les syndicats de journalistes, la FFSJ publie un bulletin régulier : *La Tribune*. À peine un an après sa création, le nombre d'adhérents à la FFSJ passe à vingt-sept[17] sociétés et doit encore s'accroître de onze nouveaux membres selon son président (déclaration au Congrès de la Fédération, 6 décembre 1968). Avec la trentaine de

[14] Cf. annexe 19 : *L'Alsace*, *Les Échos*, *L'Écho de la Mode*, *L'Équipe*, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Le Parisien libéré*, Europe 1, *Le Courrier de l'Ouest*, *L'Est Républicain*, *Paris-Normandie*, *Presse-Océan*, *Le Télégramme de Brest*, *L'Union*, *Nord-Eclair*, *La Voix du Nord*, *Ouest France*, et à titre d'observateurs *La Montagne*, *France-Soir*, *La Nouvelle République du Centre-Ouest*, *La Montagne*, et RMC.

[15] 1 voix pour 0-20 sociétaires ; 2 pour 21-50 ; 3 pour 51-100 ; 4 pour 101-250 ; 5 pour >250.

[16] Jérôme Bouvier déclare que les activités de la Fédération ont cessé depuis 1998 mais elle n'a jamais été dissoute.

[17] Cf. annexe 19 : les neuf nouveaux membres sont *La Vie des métiers*, *L'Aurore*, *Le Havre Libre*, *Le Midi Libre*, *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*, *Les Éditions Perrin*, *Les Éditions radio*, *L'Est éclair* et *Nice Matin*.

SDJ, le mouvement peut paraître marginal et cantonné assez largement à la presse écrite parisienne. Cependant, « ce bilan ne rend pas vraiment compte de la pénétration de ses idées », souligne M. Martin (1991, p. 234).

La FFSJ propose dès 1967 l'institution d'une nouvelle formule : la société de presse à but non lucratif (ou à lucrativité limitée)[18] : « *La participation des SDJ et la non lucrativité sont deux questions étroitement liées ; elles ne peuvent être résolues l'une sans l'autre* », explique J. Schwoebel (1968, p. 191). Au terme du congrès qui se tient les 23 et 24 avril 1971 au Sénat, la FFSJ propose un statut pour l'entreprise de presse dont le quatrième article précise que « *les entreprises de presse doivent permettre et faciliter la constitution d'une société de journalistes* […] *qui devra participer au capital et au conseil d'administration* ». Les représentants de la Fédération bénéficient dans cette lutte de soutiens émanant des syndicats.

1.3.3. Les syndicats réformistes en appui

Les sociétés de journalistes bénéficient d'un relatif soutien de deux syndicats : le Syndicat national des journalistes (non confédéré) et le syndicat des journalistes français (CFDT). Entré au SNJ en 1962, son premier secrétaire de 1984 à 2005[19] raconte les liens qu'entretiennent Jean Schwoebel et les journalistes SNJ et CFDT à la fin des années 1960 :

> « Le SNJ et la CFDT étant implantés au *Monde*, les délégués font connaître Schwoebel au plan national. Il veut mener à bien la diaspora de son mouvement, l'étendre […] Il essaie de vendre son idée et il la vend bien dans les deux syndicats […] Il est de la famille sans y être […] Schwoebel continue à aller dans les congrès du SNJ. Il va dans les congrès de la CFDT, le mouvement prend. C'est la première phase, et la phase de construction qui va marcher un moment […] Les syndicats à ce moment-là, le SNJ et la CFDT, vont jouer le jeu […] Schwoebel n'est pas le couteau entre les dents. Il a un discours rond. » (Entretien.)

L'action des sociétés de journalistes se rapproche de l'idéal de l'autogestion que prône la CFDT à partir de 1968, favorable à « un contrôle économique de l'entreprise par les travailleurs et leurs représentants » (Groux, 2012b, p. 17). En mai de la même année, les journalistes CFDT affirment l'intérêt qu'ils portent à l'existence des sociétés de rédacteurs en tant que défenseurs de leur indépendance et de leur liberté[20]. De son côté, le SNJ appuie également les sociétés de rédacteurs. En 1964, Yann Clerc, journaliste au *Figaro*, devient président du SNJ. D'après un militant syndical (entretien), il représente la tendance catholique

[18] Voir Chapitre 3 : 1.2.3.
[19] Voir son portrait Encadré 24.
[20] *Le Monde*, 12/13 mai 1968, cité par MARTIN M., 1991, p. 234.

de l'organisation et est assez sensible au discours sur la participation, contrairement à son prédécesseur, issu de la tendance radical-socialiste. Le congrès du SNJ d'octobre 1968 propose ainsi un « *stage de formation syndicale consacré aux sociétés de journalistes* ». Signe d'une collaboration renouvelée, Denis Perier Daville, co-fondateur de la SRM du *Figaro* et de la FFSJ, accède à la présidence du SNJ en 1972. Malgré certaines résistances de la part des autres syndicats, les archives des sociétés de journalistes attestent d'une collaboration entre l'Union syndicale des journalistes français (USJF)[21], créée en 1966, et la Fédération des sociétés de journalistes, qui tiennent régulièrement des réunions de concertation. La première, à l'initiative du SNJ, se déroule dès 1968 et instaure une « *commission passerelle* » entre ces instances.

1.4. L'échec du projet de l'actionnariat salarié pour les journalistes

Malgré une forte mobilisation de la Fédération des sociétés de journalistes, la participation des journalistes au capital des entreprises n'est pas rendue obligatoire. Cela reste pour autant le modèle idéal de la société de journalistes.

1.4.1. Des oppositions à l'institutionnalisation de la participation financière

Bien que certains patrons de presse aient adhéré au mouvement des sociétés de journalistes (*supra*), elles subissent les attaques de la majorité des employeurs qui y voient une remise en cause de leur autorité. En réponse au *Presse, pouvoir et argent* de J. Schwoebel (1968), J. Boegner, patron de presse (ancien patron de *Paris-Match*) publie son *Presse, argent, liberté* (1969), dans lequel il affirme que « *les sociétés de rédcateurs risquent de constituer au sein du journal, un élément fondamentalement conservateur* » (p. 100) et qu'elles « *risquent d'être amenées à jouer un rôle de frein permanent, nuisible* […] *qui peut s'avérer catastrophique* » (*op. cit.*, p. 101). Il en conclut que « *l'action des SDR dans une presse aux fins de mois difficiles sera nulle* […et qu'] *elles seront aussi prisonnières que les capitalistes eux-mêmes des contraintes qu'elles dénoncent* » (*op. cit.*, p. 114).

Ce sont les patrons de la presse régionale qui sont les plus virulents. Dès 1968, le syndicat national de la presse quotidienne régionale dénonce les privilèges demandés par les journalistes comme dangereux et inadmissibles. Dans un rapport sur les sociétés de journalistes, le syndicat employeur les accuse de ne pas être « *un progrès social* […] *mais un faux semblant et même un recul* ». À partir du début des années 1970, les employeurs luttent

[21] Pour des détails sur l'histoire de cette Union, voir Chapitre 4 : 3.1.

farouchement contre ce mouvement. À *Paris Jour* par exemple, la direction « invite » les journalistes responsables hiérarchiques à choisir entre leur fonction et leur adhésion à la SDJ ce qui pousse à la démission de ses deux principaux responsables et *in fine* à la disparition de la SDJ.

Par ailleurs, le positionnement politique évolue à partir de la fin des années 1960. La démission du général de Gaulle en 1969 porte un premier coup au mouvement. Son successeur, G. Pompidou, devenu président, considère la participation comme « *une dangereuse lubie* » (Perier Daville, 1978, p. 195). Cela fragilise ces structures, comme l'explique Jean Schwoebel aux présidents des SDJ dans une lettre datée du 19 novembre 1969 : « *En décembre 1968, nous avions le vent en poupe* […]. *Avec le départ du général de Gaulle* […] *le nouveau gouvernement s'est formé, que les préoccupations essentiellement économiques ne prédisposent pas à s'intéresser activement aux problèmes de la participation* ». La commission de réflexion sur les SDR montée en 1969 livre son rapport en 1970. Le *Rapport sur les problèmes posés par les sociétés de rédacteurs* (dit « Rapport Lindon ») est assez défavorable aux sociétés de journalistes : « *Est-il bien justifié de faire porter par les journalistes tous les espoirs que l'on peut placer dans la presse ?* [Sachant que] *les journaux sont autre chose et plus que le produit du travail des journalistes* », interroge son rédacteur[22]. Ce rapport propose de réformer le statut des entreprises de presse afin d'assurer au personnel des pouvoirs sur la désignation des directeurs, les fusions, les transferts de propriété et la ligne du journal mais s'oppose au transfert de capital vers les SDJ car cela présente « *des inconvénients trop nombreux et des garanties trop incertaines* » (*ibid.*). Les risques de confusion entre les rôles de salariés et de propriétaires sont soulignés.

Ces évolutions ne permettent pas aux sociétés de journalistes d'accéder à une reconnaissance institutionnelle de leur participation au capital et au conseil d'administration de leur entreprise. Cet échec s'explique en partie par l'ambigüité de ce statut : les journalistes salariés cherchent à acquérir des droits d'actionnaires tout en ne voulant ni participer à la gestion des affaires courantes ni endosser les responsabilités de l'éditeur.

1.4.2. Le bilan du modèle de la société de journaliste actionnaire

Le premier modèle de sociétés de journalistes est donc celui d'une participation financière des journalistes au capital de leur entreprise, qu'ils justifient par leur caractère de salariés « pas comme les autres ». Peu de sociétés de journalistes ont réussi à accéder au statut

[22] Extrait du Rapport Lindon cité par Schwarz, 1991, p. 479.

d'actionnaire. Un ancien secrétaire général du SNJ dresse ce constat en 1990 : « *Quarante ans après, l'exemple du* Monde *est resté sans écho, ou presque. Dans les années 60-70, une trentaine de SDJ voit le jour à la faveur des théories gaulliennes d'association capital-travail. Mais aucune, en dehors de celle du* Monde*, n'obtient une réelle participation à la détention du capital du journal dans lequel elle s'est constituée* »[23].

Malgré l'échec à accéder à une reconnaissance de cette participation pour toutes les sociétés de journalistes, certaines d'entre elles sont parvenues à acquérir des parts de capital. On parle ainsi de « sociétés de participation » (Verfaillie, 2008). Elle peut être actionnaire majoritaire, comme cela a été le cas au *Monde* où la société des rédacteurs disposait d'une minorité de blocage sur les décisions extraordinaires jusqu'à la dernière recapitalisation du journal (novembre 2010). Ce modèle demeure la référence. D'autres sociétés de journalistes ne participent au capital que de manière très minoritaire. C'est le cas par exemple au *Figaro* dont la société des journalistes détient trois actions du groupe. Cette participation, même symbolique, confère à la rédaction des droits d'actionnaires : la SDJ dispose de quatre représentants au conseil de surveillance du groupe. Ce modèle participatif a été réduit à la participation des journalistes, comme au Monde Interactif, mais a pu ailleurs s'étendre à tous les salariés. À *Libération* par exemple, la société civile des personnels de *Libération* (SCPL) réunit l'ensemble des personnels qui détenaient jusqu'à la recapitalisation de 2006 18,45 % des parts (réduites à 1 % depuis).

Ainsi, bien que les journalistes se soient rassemblés dans la très grande majorité sous forme de sociétés (civiles ou anonymes), très peu ont effectivement réussi à acquérir un statut d'actionnaire et la société des rédacteurs du *Monde* est finalement peu imitée. Pour Hubert Beuve-Méry, « *l'expérience d'autogestion a échoué* » (propos reproduits par Simon, 2005, p. 122). Pour certains, les sociétés de journalistes sont par la suite « *une pâle image, un feu couvant sous la cendre, dans lequel Schwoebel ne pourrait se reconnaître* » (entretien, ancien responsable SNJ). Alors que cet échec est le signe pour la plupart de la fin des sociétés de journalistes, il constitue en fait la fin de l'épisode de la participation financière. Les sociétés de journalistes alimentent un second modèle dans lequel des droits d'exception sont reconnus aux journalistes, qui ne se fondent pas sur un statut d'actionnaire.

[23] Extrait du Rapport Durieux cité par Schwarz, 1991, p.533-534.

Section 2. L'équipe rédactionnelle : pour des journalistes super-salariés

Mettant toujours en avant la place particulière que tiennent les journalistes dans une entreprise (au centre de la production), ces derniers revendiquent l'accession à des droits de participation et d'expression plus larges que ceux dont disposent les autres salariés par l'intermédiaire des institutions représentatives du personnel. Le second modèle des sociétés de journalistes est donc qualifié de « super-salariés », au sens où ces nouveaux droits, tels que la consultation sur le directeur de la publication ou un droit de regard sur la ligne éditoriale, sont octroyés au salarié (et non plus à l'actionnaire salarié). Cela représente une extension de la participation négociée des salariés à la gouvernance de leur entreprise. Les journalistes ont cherché, en vain, à ce que soit reconnue leur « équipe rédactionnelle ».

2.1. De « société de journalistes » à « équipe rédactionnelle »

Face à l'échec à instituer la participation des sociétés de journalistes au capital de l'entreprise et l'évolution du contexte (moins favorable à la participation), les sociétés de journalistes doivent réorienter leur discours vers la défense de l'« équipe rédactionnelle ».

2.1.1. Crises et compromissions des sociétés de rédacteurs

Les crises que traversent une partie des sociétés de journalistes, ainsi que les compromissions dans lesquelles certaines tombent, montrent les limites de la participation des journalistes et expliquent qu'évoluent les positions de leurs représentants. La loi sur les sociétés de 1967 permet aux propriétaires des entreprises de presse de vendre leurs parts au prix du marché à qui souhaite les acheter. Les « prédateurs de la presse » (Eveno, 2003, p. 135) peuvent donc acquérir des parts d'entreprises de presse. Le mouvement des sociétés de journalistes est en difficulté face aux manœuvres du Groupe Hersant. Deux sociétés de rédacteurs fondatrices de la FFSJ sont remises en cause : celle de *Paris-Normandie* (1971-1972) puis celle du *Figaro* (1975). À *Paris-Normandie*, une SDJ a été créée en 1967 (sans participation au capital). Le Groupe Hersant souhaite racheter le titre en 1971, ce à quoi les sociétés des journalistes et des cadres tentent de s'opposer sans succès. Le groupe Hersant s'attaque ensuite au *Figaro* en 1975. Jean Prouvost, qui possède 50 % des parts de la société propriétaire du titre, met en vente ses actions en février 1975. Comme à *Paris-Normandie*, la société des rédacteurs émet un avis défavorable à l'entrée du Groupe Hersant dans le capital de l'entreprise mais ses statuts ne lui permettent pas de s'opposer à un changement de

propriétaire. Les journalistes menacent d'utiliser leur droit de veto sur la nomination du directeur contre tout journaliste qui serait présenté par Hersant pour diriger le quotidien (comme directeur de la société de gestion du *Figaro*). Cependant, les représentants des journalistes au conseil de surveillance passent un accord avec Hersant, sans prendre en considération l'avis de l'assemblée générale de la SDR. La rédaction observe vingt-quatre heures de grève pour marquer sa désapprobation. Denis Perier Daville, président (et fondateur) de la SDR, ainsi que cinquante-cinq autres journalistes, quittent le titre en faisant jouer la clause de conscience : « *Hersant liquide les meneurs de la SDR, la plupart partent, la société est décapitée* », explique un ancien journaliste du *Figaro* (entretien).

Face à ces échecs, la Fédération ne tient pas d'assemblée générale entre 1971 et 1974. Lors du discours d'ouverture du Congrès de la FFSJ les 14 et 15 juin 1974, Jean Schwoebel explique : « *Un grand nombre de SDR se sont étiolées, qu'elles aient renoncé presque à toute activité ou qu'elles aient cessé de contribuer par leurs cotisations au budget de la Fédération. On s'explique dès lors que la Fédération n'ait pas tenue d'assemblées depuis 1971* ». En 1974, la Fédération affiche tout de même vingt-trois membres. Parmi eux, on compte six nouveaux titres[24] tandis que les deux tiers des membres fondateurs sont encore adhérents[25].

2.1.2. Le repositionnement syndical

La création de sections syndicales d'entreprise en 1968 permet aux syndicats de s'implanter, à côté des sociétés de journalistes, au cœur même de l'entreprise. Des positions défavorables aux SDJ commencent à de faire entendre au sein du SNJ dès le début des années 1970 :

> « Mr G. [qui est défavorable aux SDR] n'est plus un cas isolé […] Les buts objectifs et destinés du syndicat sont différents de ceux des SDJ. Dans ces conditions, une partie des adhérents du syndicat ne trouvent pas normal que le président de la FFSJ s'appuie sur les instances du SNJ pour faire la tournée des popotes en province […] Il s'agit uniquement de trouver les points communs et de les exploiter ensemble. » (Lettre du président du SNJ à celui de la FFSJ, 10 mars 1971.)

Dans un contexte idéologique post mai 1968 qui valorise la classe ouvrière et la lutte collective tous les salariés, le discours des syndicalistes évolue, se rappelle un militant du SNJ : « *Reprenons la lutte des classes ; le couteau entre les dents, salauds de patrons, et tous unis avec les ouvriers du Livre et les employés* » (entretien). La position de la CFDT se

[24] Cf. annexe 19 : *Elle, France Soir, La Liberté de l'Est, Le Courrier Picard, Le Quotidien de Paris, Réalités*.
[25] Cf. annexe 19 : *La Voix du Nord, L'Alsace, le Figaro, Le Monde, Le Télégramme de Brest, L'Équipe, L'Est Républicain, Nord Éclair, Ouest France, Paris Normandie, Presse Océan, Union*.

recentre également à partir du début des années 1970 (Groux, 2012b, p. 18). Les orientations autogestionnaires sont en effet rapidement questionnées face à l'ampleur de la crise économique. Le syndicat abandonne en 1974 sa référence aux sociétés de journalistes (Ruellan, 2012, p. 22). Les liens entre ces deux syndicats et la Fédération des sociétés de journalistes évoluent d'un soutien à une coopération ponctuelle sur la défense d'intérêts communs. Un « *comité de liaison* » qui tient des réunions régulières jusqu'en 1975 remplace le « *comité passerelle* ».

D'autres syndicats ont toujours adopté des positions plus réservées. Pour le SNJ-CGT par exemple, les employeurs risquent d'utiliser les sociétés de journalistes pour en faire des « syndicats maison » : « *Dans de nombreux cas, ces sociétés sont facteurs de divisions, de démobilisation, de collaboration avec le patronat* » (communiqué du 12 novembre 1969). La CGT et les ouvriers du Livre sont globalement défavorables aux sociétés de journalistes. Par exemple, la CGT (journalistes, livre et papier-carton) attaque une proposition de grève de la SDR en 1972 à *Paris Normandie* contre la reprise par Hersant : « *Ce combat est l'affaire de tous. Il s'est pourtant trouvé des journalistes, réunis par la société des rédacteurs, pour s'en estimer seuls dépositaires* » (Perier Daville, 1978, p. 191). Cette position influence les organisations syndicales de journalistes qui souhaitent préserver leurs liens avec le syndicat du Livre (majoritaire dans les comités d'entreprises des entreprises de presse).

2.1.3. De la participation financière à l'acquisition de droits spécifiques pour l'équipe rédactionnelle

Parallèlement, et dans ce nouveau contexte, on note une évolution dans le discours des sociétés de journalistes dès 1973. Le terme « société de journaliste » est remplacé par celui d'« équipe rédactionnelle ». Les responsables considèrent alors que la participation au capital n'est plus le seul moyen d'accéder à un droit spécifique pour les journalistes. Le droit d'expression des salariés est reconnu indépendamment de leur participation financière au capital, comme c'est le cas dans le comité d'entreprise. Mais ce dernier ne permet pas aux journalistes de définir le produit. Les responsables des sociétés de journalistes demandent l'instauration de droits spécifiques pour les journalistes professionnels réunis dans l'équipe rédactionnelle. Ces droits sont la responsabilité exclusive de la gestion de l'information et l'accord préalable sur la désignation du directeur et du principal responsable de la rédaction. Les journalistes demandent à avoir une prise sur leur produit, entendu « comme le résultat de l'activité coordonnée des personnes » (Salais, 1998, p. 55).

Cette évolution terminologique mais aussi concrète atteste d'un renoncement à la participation financière dont l'institutionnalisation a échoué. Dans un contexte politique défavorable, cette stratégie peut s'expliquer par le besoin pour les sociétés de journalistes de garantir la coopération des syndicats dont les positions ont évolué. À partir de 1973, les journalistes CGT se montrent plus coopératifs d'après Jean Schwoebel (lettre du 24 février 1973). La FFSJ et les syndicats SNJ, CFDT, FO et CGT se réunissent à Paris les 18 et 19 janvier 1973 pour confronter leurs points de vue et tenter de s'aligner sur une position commune. Cela débouche sur l'adoption d'une charte du droit à l'information et les principes d'un statut des entreprises de la presse écrite. Le texte de 1975 (comité de liaison réuni à Bierville les 31 janvier et 1er février 1975) rappelle les missions des élus du personnel (contrôle de gestion : pouvoir de décision sur la nomination du directeur général, sur la modification du capital, en cas de fusion etc.) à côté des missions de l'équipe rédactionnelle (gestion de l'information). Après l'échec des sociétés de journalistes à obtenir des parts de capital, cette évolution est également le résultat de choix pragmatiques. Paradoxalement, on ne trouve pas de mention de ce glissement dans les archives. Au contraire, Jean Schwoebel affirme que la Fédération « *poursuit obstinément les objectifs qu'elle s'est assignée dès l'origine* » (lettre du 24 décembre 1975 aux présidents des SDJ).

2.2. Un développement discontinu des sociétés de journalistes

Le mouvement des sociétés de réacteurs s'étiole au milieu des années 1970. Le programme de reconnaissance de droits spécifiques pour l'équipe rédactionnelle est réactivé au début des années 1980. De nouvelles sociétés de journalistes se constituent et demandent la reconnaissance de l'équipe rédactionnelle comme personne morale. L'idéal de la participation financière est en partie abandonné.

2.2.1. Des difficultés à résister aux patrons

La Fédération entre en sommeil à partir de 1975, après la dissolution d'un certain nombre de sociétés de journalistes, comme celles d'*Ouest France* en 1974 et de *Presse-Océan* en 1978, deux sociétés fondatrices du mouvement. D'autres sociétés de journalistes sont vivement critiquées au milieu des années 1970, comme à *L'Est-Républicain* où la SDJ est accusée par le SNJ-CGT de « *coupable neutralité* » et de « *servile occupation* » (Schwarz, 1991, p. 403). Elle est, d'après le syndicat, utilisée par la direction quand celle-ci ne souhaite pas rencontrer les syndicats. Certaines SDJ se compromettent dans la prise de pouvoir : au

Figaro par exemple, « *tout le monde rigole en disant que c'est les copains des patrons* », raconte un ancien journaliste du titre (entretien).

Cela favorise la tendance dure des syndicats en allant dans le sens de ceux qui ne veulent pas que les travailleurs collaborent avec leurs employeurs à la gestion de l'entreprise. Ce délitement des sociétés de journalistes permet aux syndicats de réoccuper la première place dans la défense des intérêts des travailleurs. Les lois Auroux de 1982, qui instaurent notamment la négociation annuelle obligatoire dans les entreprises entre employeurs et représentants des syndicats, renforcent leur pouvoir concret dans l'établissement. Dans ce nouveau contexte, où la participation financière est rejetée et où les sociétés de rédacteurs sont accusées de compromission, les syndicats tirent leur épingle du jeu : « *Ça me convient très bien, le pouvoir syndical était renforcé, qu'est-ce que j'avais besoin d'insuffler de l'air à ce pâle moribond qui ne ressemble plus à ce qu'avaient voulu Jean* [Schwoebel] *et Denis* [Perier Daville]. *Non, non, laissez la mourir, débranchez là !* » (Entretien, ancien responsable du SNJ). Malgré un certain délitement, le mouvement est toutefois relancé.

2.2.2. Tenter la relance

Parallèlement à la disparition de sociétés de rédacteurs à *Paris-Normandie*, *La Voix du Nord*, *Le Matin de Paris*, *Europe n° 2* ou *Nice Matin*, de nouvelles sociétés de journalistes se constituent dès le début des années 1980. La Fédération est relancée à partir de 1981 avec l'arrivée de la gauche au pouvoir. Cela constitue selon Jean Schwoebel une « fenêtre d'opportunité » pour le vote d'un statut légal pour les équipes rédactionnelles. La Fédération tient un Congrès en 1981 dans le but « *d'aboutir à une proposition commune, cela en prévision d'une réforme législative désormais probable* » (lettre de Jean Schwoebel aux présidents de SDJ, 12 juin 1981). Les responsables des sociétés présentes reprennent les propositions faites en 1973 pour la reconnaissance de droits particuliers aux journalistes, témoignant d'une traversée du désert d'une décennie (« *état d'hibernation* » selon Jean Schwoebel, lettre du 1er juin 1982 aux présidents de SDJ). Le ministre de la communication prend la parole et se déclare favorable à ce que soient reconnus « *le droit, la responsabilité, le rôle des équipes rédactionnelles, des journalistes entendus en tant que collectivité participant à l'exercice de la mission d'information* ».

Une première réunion informelle se tient le 21 février 1983 au domicile de D. Perier Daville pour préparer une assemblée générale en vue de réactiver la Fédération et d'élire un nouveau bureau. Cette assemblée est convoquée à l'occasion de celle de la SDJ de *Sud Ouest*,

à Saint-Émilion le 29 octobre 1983. Douze sociétés de journalistes[26] sont représentées (dont la moitié sont des membres fondateurs), ainsi que les syndicats SNJ et CFDT. Un appel au pouvoir politique est lancé : dans une motion adressée au pouvoir politique, est demandée « [la reconnaissance de] *de la responsabilité des équipes rédactionnelles et de leur nécessaire participation aux décisions essentielles concernant l'orientation de la publication ou conditionnant l'avenir de l'entreprise*. » Le bureau de la FFSJ est renouvelé : F. Schwarz de *Sud Ouest* en devient président.

La Fédération travaille en vain pour faire accepter ses thèses, comme le montre l'échec que constitue la loi de 1984 « visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse ». Elle fait mention de l'équipe rédactionnelle dans son article 13 mais reste évasive : « *Toute publication quotidienne est tenue de comporter une équipe rédactionnelle permanente, composée de journalistes professionnels au sens de l'article L.761.2 du Code du travail*[27]*, et elle doit être suffisante pour garantir l'autonomie de conception de cette publication.* » La loi ne retient pas les propositions communes de la Fédération et de syndicats de journalistes qui auraient souhaité qu'il soit inscrit que « *l'équipe rédactionnelle devra être associée à toutes les décisions concernant l'indépendance et l'avenir de la publication. La nomination du responsable de la rédaction ne pourra se faire sans l'accord de l'équipe rédactionnelle*. » La portée de cet article 13 est donc jugée trop restreinte car il n'institue pas l'équipe rédactionnelle (pas de reconnaissance juridique). Aucun droit spécifique n'est reconnu à la collectivité des journalistes. Dans un article publié dans *Libération* le 27 janvier 1984[28], les représentants de la Fédération s'interrogent : « *Qui a peur de l'article 13* ? ». Et ses auteurs pointent du doigt le pouvoir politique :

> « Le gouvernement ne veut pas, en effet, *pousser à bout* les organisations patronales de presse farouchement opposées à une telle reconnaissance [juridique de l'équipe rédactionnelle] […] Voilà comment, pour la troisième fois depuis la Libération, le pouvoir (de droite comme de gauche) est en train de sacrifier les intérêts intellectuels et moraux des journalistes au capitalisme de presse. »

Cet article est abrogé dans la loi de 1986. Malgré cet échec, la Fédération est relancée en 1986 et se constitue partie civile dans plusieurs affaires. À son assemblée extraordinaire du

[26] Cf. annexe 19 : *Sud Ouest, L'Équipe, Le Monde, Le Télégramme de Brest, L'Est Républicain, Le Matin de Paris, Le Nouvel Économiste, La Feuille, Libération, Elle, L'Alsace et Nord Éclair*.
[27] Article qui définit le statut de journaliste professionnel.
[28] Reproduit dans Schwarz, 1991, Vol.3-Annexes, p. 246.

18 janvier 1986, les sept sociétés de journalistes représentées[29] (dont cinq membres fondateurs) élisent un nouveau bureau, présidé par Denis Perier Daville (ex-*Figaro*). Les responsables se donnent pour mission de « *réanimer les SDJ qui auraient tendance à s'assoupir* »[30]. Une décision importante de la Cour d'Appel de Paris reconnaît à la Fédération sa capacité à agir en justice en se constituant comme partie civile et son objectif de « *mieux assurer le respect de l'indépendance et de la dignité des journalistes* » (juin 1989)[31]. À l'assemblée générale de 1987, treize sociétés de journalistes sont représentées[32] (dont six fondatrices). La discussion s'éloigne des sujets classiques, puisque la Fédération constitue un dossier contre des messageries roses qui disposent d'un numéro de commission paritaire. À côté de ce travail de la Fédération, le renouveau est également visible dans les entreprises avec notamment la création d'une société de journalistes à l'AFP, TF1, Antenne 2, France 3 ou au *Journal du dimanche* : « *Avec plus de deux milles membres, notre Fédération se trouve en tête des organisations rassemblant le plus grand nombre de journalistes* », explique son président (lettre de convocation à l'assemblée générale du 30 avril 1987). Mais les revendications en faveur de la reconnaissance de l'équipe rédactionnelle demeurent vaines.

2.2.3. Un dernier appel ?

Après ces nouveaux échecs, la Fédération tombe en désuétude jusqu'en 1992. Aucune société de journalistes n'est créée à notre connaissance entre 1988 et 1992. Deux ans avant sa mort, Jean Schwoebel publie en juin et novembre 1992 deux tribunes dans la rubrique « Débats » du *Monde* pour relancer la Fédération[33]. Au mois de juin, à la suite de dérapages et pour assurer le pluralisme des médias, il appelle à nouveau à une reconnaissance de l'équipe rédactionnelle afin que les journalistes bénéficient de droits de « super-salariés » : « *un statut des journalistes assurant leur indépendance et leur participation collective aux décisions importantes dans les entreprises d'information* ». En 1992, Denis Perier Daville est toujours président de la FFSJ (et Jean Schwoebel son président d'honneur). Les deux hommes proposent de « *relever le défi en réactivant cette fédération afin qu'elle reprenne, avec un*

[29] Cf. annexe 19 : *Le Monde, L'Est Républicain, Sud Ouest, L'Équipe, Le Courrier Picard, L'Alsace, Le Télégramme de Brest*.
[30] Cité par Schwarz, 1991, p. 493.
[31] *Op. cit.*, p. 496.
[32] Cf. annexe 19 : *Le Monde, L'Est Républicain, Sud Ouest, L'Équipe, Le Courrier Picard, L'Alsace, Le Télégramme de Brest, L'Indépendant de Perpignan, le Nouvel Économiste*, AFP, Sud Radio, France 3, Antenne 2.
[33] « Démocratiser les médias » dans l'édition du 13 juin 1992 et « Confier aux journalistes une chaîne d'information » dans l'édition du 13 novembre 1992.

bureau renouvelé, l'effort entrepris il y a vingt cinq-ans ». Schwoebel reste favorable à une collaboration avec toutes les parties prenantes. Il propose de discuter des projets émis par la Fédération avec tous les acteurs journalistes et non journalistes :

> « Des projets qui seront ensuite discutés avec toutes les organisations de la profession (syndicats de journalistes, commission de la carte, Reporters sans frontières etc.) et avec les associations de personnels qui sont proches de nos sociétés et bien entendu avec les directeurs des entreprises d'information d'intérêt général. »

À l'occasion de l'appel d'offre émis par le président du CSA pour assurer les émissions diurnes sur la Cinq, Jean Schwoebel reprend la plume pour une deuxième tribune cinq mois plus tard (novembre 1992). Il relance l'idée, proposée en 1973 par la FFSJ, de l'instauration de sociétés à but non lucratif ou à lucrativité limitée. Suite à ces deux tribunes, le président de la FFSJ, Denis Perier Daville, invite les présidents des SDJ à « *confronter leur point de vue afin de mener si possible une action commune* » (lettre du 20 juillet 1992). L'assemblée générale du 30 octobre 1993, qui se tient au Palais du Luxembourg, donne la parole aux représentants de dix-huit sociétés de journalistes[34] (dont quatre des SDJ fondatrices). Une nouvelle publication est lancée : *Le Journal des journalistes*, dont le premier numéro paraît en janvier 1994. Le compte rendu de l'assemblée générale fait état du « *petit miracle de la renaissance* » est explique que « *la Fédération renaît, vigoureuse, combative* ». Les revendications restent les mêmes : faire reconnaître un statut à l'entreprise de presse dans laquelle l'équipe rédactionnelle disposerait de la personnalité juridique et de certains droits spécifiques. Bien que l'idéal participatif soit abandonné, les journalistes restent toujours dans l'optique d'être davantage que des salariés : « *Il faut faire revivre cette fédération de sociétés permettant aux journalistes de ne pas être de simples salariés comme les autres, mais des entrepreneurs intellectuels* », explique Jean Schwoebel. Les journalistes sortiraient ainsi du salariat classique en bénéficiant de droits spécifiques.

2.3. Les difficultés de la Fédération française des sociétés de journalistes

Malgré un nouvel essor des sociétés de journalistes, la Fédération éprouve des difficultés pour fonctionner. Cela s'explique par son caractère ambigu. Elle cherche à rassembler des structures qui, en se focalisant sur l'équipe rédactionnelle d'un titre, ne sont pas très sensibles aux dynamiques qui dépassent ce niveau.

[34] Cf. annexe 19 : *Le Point, L'Express, Témoignage chrétien, Radio France, TF1, L'Usine nouvelle, Le Figaro, Le Parisien, Sud Ouest,* AFP*, La Tribune Desfossés, L'Équipe, France Soir, Libération, L'Évènement du jeudi,* Europe 1*, Le Monde, La Feuille*.

2.3.1. De nouvelles sociétés de journalistes

Parallèlement au renouveau de la Fédération, plusieurs SDJ se reconstituent au cours des années 1990. C'est le cas à *La Tribune* en 1992 et à *L'Express* en 1997. Ces sociétés sont créées en situation de crise et ne répondent plus au désir premier de participer à la gestion de l'entreprise. Parmi les dix-huit sociétés présentes à l'assemblée générale de la FFSJ de 1993, seules sept sont reconnues par les employeurs (modèle de la participation négociée étendue) dont trois par leur participation au capital (modèle de la participation financière : *Sud Ouest*, *Le Monde* et *Libération*). Les autres se présentent comme des « garde-fous ». L'activité de la Fédération se poursuit mais fonctionne difficilement, les journalistes ayant peu de temps à y consacrer (pas de décharge). À côté de l'équipe rédactionnelle et du statut de l'entreprise de presse, la FFSJ travaille sur un guide pratique sur les SDJ (1993), prend position sur la proportion des pigistes dans les rédactions (1994) ou sur le projet de suppression de l'abattement fiscal (1996). Denis Perier Daville, le président de la FFSJ, déclare représenter « *plusieurs milliers de journalistes* » (lettre du 13 décembre 1994 à la Société Générale qui gère le compte).

Jean Schwoebel, le père de ce mouvement, décède en 1994, laissant derrière lui un projet qui ne s'est pas concrétisé et a évolué vers une forme de reconnaissance non actionnariale. Les membres de la Fédération élisent un nouveau président en 1996 : Jérôme Bouvier de Radio France : « *Un jour, les fondateurs historiques viennent me voir pour me dire voilà on a monté tout ça. Tout ça s'est effondré. Et on cherche des nouvelles énergies* […] *On décide de retenter l'aventure* », raconte-t-il (entretien). La FFSJ réunit alors une quarantaine de SDJ. Mais elle arrête rapidement son activité en 1998, suite à un conflit opposant les SDJ du *Point* et de *l'Express* qu'elle ne parvient pas à résoudre.

> « Entre *L'Express* et *Le Point*, on ne sait plus pourquoi mais on ne s'aime pas. Et il y avait un problème commun d'indépendance et de liberté pour les deux titres, […] et la FFSJ a voulu faire un communiqué commun sur *L'Express* et *Le Point*. Tout le monde était d'accord sauf les deux parce qu'ils ne voulaient pas faire de déclaration commune. J'ai dit stop ! » (*Ibid*.)

Après 1998, la FFSJ n'est pas dissoute mais son activité est arrêtée. Les différentes relances de la Fédération ont contribué à démultiplier les thèmes de revendication, qui ne semblent plus correspondre aux membres des sociétés de journalistes, plutôt centrés sur les logiques particulières à leurs entreprises.

2.3.2. Une logique d'entreprise

Les sociétés de journalistes sont constituées dans des entreprises avec des stratégies qui se jouent à cette échelle (plutôt sur le modèle d'un syndicalisme d'entreprise). L'institutionnalisation d'un niveau supérieur avec une Fédération des sociétés de journalistes n'est pas nécessairement pertinente. Les enjeux et les intérêts ne sont pas toujours les mêmes entre ces entreprises concurrentes. Ce problème se pose dès des débuts de la Fédération. Quatre ans après sa création, à son congrès de 1971, seules sept des trente sociétés de journalistes adhérentes à la Fédération sont à jour de leurs cotisations : « *Quelle opportunité de poursuivre une action qui semble susciter tant d'indifférence et si peu d'approbation ?* », interroge Jean Schwoebel dans sa lettre de convocation au Congrès (5 avril 1971). Le relatif échec à constituer une Fédération ne démontre pas l'échec plus général du mouvement des sociétés de rédacteurs, mais suggère que les intérêts locaux sont difficiles à agréger dans une cause commune. Le niveau d'action pertinent des sociétés de journalistes est celui de l'entreprise et la Fédération, ne pariant que sur l'unité de métier, délaisse la dimension établissement.

L'action de la Fédération semble porter sur les épaules de quelques-uns de ses fondateurs et notamment de Jean Schwoebel, comme en atteste ce témoignage : « *Je voudrais d'abord en préambule rendre hommage au travail extraordinaire de Jean Schwoebel, car lorsqu'il parle de fédération, c'est avec beaucoup de modestie, et il devrait d'abord parler du travail de Jean Schwoebel lui-même* » (président de la SDJ du *Havre Livre*, Congrès de la FFSJ, 1974).

Le bilan de cette lutte collective est finalement assez maigre. Cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas eu de succès dans certains titres. Suite à l'échec de la Fédération à faire reconnaître l'équipe rédactionnelle, ce combat est repris à partir de 2005.

2.4. Un nouvel échec à légiférer sur les sociétés de journalistes

Les revendications en faveur de droits spécifiques pour l'équipe rédactionnelle sont réapparues ces dernières années. Elles sont appuyées par les syndicats et une partie du pouvoir politique mais n'ont toujours pas abouti.

2.4.1. Une proposition de loi

Un Forum des sociétés de journalistes est venu remplacer la Fédération en 2005 (*supra*). Il reprend l'objectif de la FFSJ qui est d'instaurer un cadre législatif permettant que

l'indépendance des rédactions soit garantie dans tous les organes de presse : « *L'objectif institutionnel, c'est un jour de faire valider l'existence juridique de l'équipe rédactionnelle* » (entretien, membre du Forum des SDJ). Ses responsables ont soutenu une proposition de loi « relative à l'indépendance des rédactions », présentée par des députés socialistes dont P. Bloch et débattue à l'Assemblée Nationale le 23 novembre 2010[35]. Dans son préambule, il est rappelé que « *l'idée de créer des structures juridiques permettant aux entreprises d'information de se développer à l'abri des groupes capitalistiques n'est pas nouvelle* » et remonte à 1945. Face aux atteintes récurrentes à l'indépendance des journalistes, les rédacteurs de la loi souhaitent protéger les journalistes de la pression économique et politique. Ils proposent pour cela de « *garantir l'indépendance des rédactions sans interférer sur le pouvoir légitime des éditeurs* ». Cette précision sur le maintien des pouvoirs des employeurs est fondamentale pour espérer emporter leur soutien. Concrètement, la proposition de loi consiste à compléter la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse en y insérant un article 6 bis qui stipulerait que :

> « Toute entité juridique employant des journalistes professionnels au sens de l'article L. 7111-3 du Code du travail, produisant et/ou diffusant de l'information […] doit soit se doter d'une équipe rédactionnelle permanente et autonome composée de tous les journalistes professionnels […] soit se doter d'une association de journalistes dont les titulaires de la carte de presse sont membres de droit. »

Il faut noter que cette loi viendrait renforcer la loi Brachard de 1935[36] en instituant que les membres de l'équipe rédactionnelle sont ceux qui répondent aux dispositions de cette loi et sont titulaires de la carte de presse. Si cette proposition de loi avait été votée, l'équipe rédactionnelle participerait à la rédaction de textes déontologiques propres à l'entreprise, veillerait au respect de la déontologie professionnelle et serait consultée sur la nomination du directeur de la publication et en cas de changement de politique éditoriale ou rédactionnelle. Par ailleurs, sa reconnaissance juridique aurait des conséquences sur ses moyens d'action : protection de ses responsables et possibilité de déclencher le droit d'alerte en accord avec le comité d'entreprise. Dans les entreprises où les équipes rédactionnelles bénéficieraient des parts sociales, le responsable de l'équipe siègerait de droit avec voix consultative dans le conseil d'administration et de surveillance. En cas de non-respect de ces obligations, l'entreprise verrait ses aides à la presse suspendues.

[35] Rapport [En ligne] [URL : http://www.senat.fr/leg/ppl10-179.pdf], consulté le 7 septembre 2013.
[36] Voir Chapitre 1 : 2.1.3.

La participation financière des journalistes ne constitue plus le fondement des revendications : « *On veut que la loi reconnaisse que les SDJ ont une existence légale et que leur rôle est de faire respecter les chartes de déontologie* […] *Ce n'est pas de la cogestion qu'on veut !* », résume le président du forum des SDJ (entretien). C'est la reconnaissance d'un statut et de droits spécifiques pour les salariés titulaires de la carte de presse, à côté des droits dont disposent tous les salariés, qui est demandé ici encore. Le rapporteur de la proposition de loi considère que les journalistes doivent avoir un droit de regard sur les biens immatériels mais pas sur les biens matériels dont s'occupent les propriétaires[37]. L'objet de la proposition de loi n'est pas de conférer le statut d'actionnaire aux journalistes mais d'équilibrer le rapport entre les journalistes et les actionnaires. Ainsi, certains considèrent que « *les SDJ* [actuelles] *déforment le concept de SDJ qui est autre chose que la reconnaissance des rédactions* » (entretien, ancien journaliste du *Monde*).

2.4.2. Le soutien des syndicats

Cette proposition de loi a bénéficié du soutien des syndicats de journalistes qui revendiquent également la reconnaissance de l'équipe rédactionnelle. Après une journée d'action des syndicats SNJ, SNJ-CGT et USJ-CFDT le 4 octobre 2007, les syndicats de journalistes proposent des modifications législatives pour que chaque titre dispose d'une équipe rédactionnelle permanente. Sa composition serait transmise aux institutions représentatives du personnel. Elle serait consultée et disposerait d'un droit d'alerte aménagé. La proposition de loi qui vient d'être étudiée est issue des préconisations syndicales. Pour obtenir le soutien des syndicats, le projet de loi affirme le rôle fondamental joué par les représentants des salariés dans les entreprises. La proposition de loi mentionne explicitement que les représentants de l'équipe rédactionnelle agissent « *sans préjudice des dispositions relatives aux représentants du personnel* ». L'utilisation de la terminologie « équipe rédactionnelle », plus consensuelle que « société de journaliste », va dans le même sens.

Ces trois syndicats de journalistes ont été consultés par les rapporteurs de la proposition de loi le 29 octobre 2010. La proposition y est présentée comme la réponse à leur action intersyndicale d'octobre 2007. Les trois syndicats se déclarent favorables à l'initiative mais pointent deux risques : celui de voir ces équipes rédactionnelles devenir plus « décisionnaires » que les représentants du personnel en leur conférant un droit de regard sur

[37] *Op. cit.*, p. 32.

certaines décisions dont les élus du comité d'entreprise ne disposent pas ; le risque que les employeurs « instrumentalisent » les sociétés de journalistes contre les syndicats.

Par ailleurs, il apparaît paradoxal que la réponse apportée aux limites de l'indépendance et du pluralisme des médias ne réside pas dans un statut de l'entreprise d'information, mais dans un statut pour l'équipe des journalistes. Les rédacteurs de la proposition de loi considèrent qu'il suffit de mettre les journalistes à l'abri des pressions économiques et politiques pour en mettre à l'abri l'entreprise, les journalistes assumant seuls la « *responsabilité sociale* » d'informer.[38]

La proposition, portée par un député de gauche, a été rejetée par une assemblée en majorité à droite en 2010[39]. Cela signe un nouvel échec dans la lutte pour la reconnaissance légale de l'équipe rédactionnelle. Les responsables des entreprises de presse y sont fortement opposés car cela constituerait « *une grave limitation de leur pouvoir* […] *et de leur liberté d'action* »[40]. Suite au changement de majorité, l'institutionnalisation d'une équipe rédactionnelle pourrait avoir lieu au cours de la mandature en cours. Cela figure dans le programme du Parti socialiste aux élections présidentielles de 2012 qui stipule que « *chaque entreprise de presse se dotera d'une société de journalistes, disposant de pouvoirs réels* »[41] .

La constitution d'équipes rédactionnelles auxquelles seraient confiées un certain nombre de droits spécifiques n'est pas obligatoire dans les entreprises. Cela n'empêche pas qu'une partie des sociétés de journalistes soient constituées sur ce modèle. Pour ces SDJ, une éventuelle reconnaissance de leur existence dans l'entreprise dépend du bon vouloir des employeurs. Ces sociétés peuvent accéder à une reconnaissance interne en négociant avec leur direction. Par exemple, la société des journalistes du *Quotidien du Médecin et du Pharmacien* siège de droit dans certaines commissions consultatives internes. Celles qui n'y ont pas accès entrent dans le troisième modèle de sociétés de journalistes (certaines par choix mais en général par contrainte) dans lequel les sociétés de journaliste ne disposent d'aucune reconnaissance (comme actionnaire ou comme « super-salarié »).

[38] *Op. cit.*, p. 7.
[39] 272 voix contre et 201 voix pour.
[40] *Op. cit.*, p. 31.
[41] [En ligne] [URL : http://www.parti-socialiste.fr/static/projet2012_integrale.pdf], consulté le 26 septembre 2013, p. 54.

Section 3 : Les sociétés de journalistes : reconnaissance tacite et actions informelles

L'échec récurrent à unifier le statut des sociétés de journalistes par une reconnaissance institutionnelle ne les a pas empêchées de représenter les journalistes dans les entreprises. Dans la plupart des cas, les sociétés de journalistes sont des *instances de représentation* du personnel qui ne tirent pas leur légitimité de leur statut (participation au capital ou reconnaissance de droits pour l'équipe réactionnelle), mais de leur audience et de leur action concrète, par un mouvement de légitimation réciproque entre les représentants et les représentés (une « légitimité interne » selon Hege et Dufour, 2010). Elles utilisent des répertoires d'actions innovants.

3.1. Association et forum : une structuration plus lâche

Le développement du mouvement des sociétés de rédacteurs des années 2000 poursuit le déplacement de l'idéal de sociétés de journalistes actionnaires vers des équipes rédactionnelles qui disposent éventuellement de droits spécifiques. Les structures qu'elles adoptent sont plus lâches.

3.1.1. Associations et Forum

Le mouvement des sociétés de journalistes a connu un nouvel essor depuis le début des années 2000. Certaines sociétés de journalistes en sommeil ou dissoutes se sont reformées. C'est le cas par exemple au *Figaro* en 2003. De nouvelles sociétés de journalistes se sont également créées. La dernière en date est celle de Mediapart, fondée en 2010 : « *Ce n'est pas une obligation, mais ça fait partie des choses importantes dans la pratique journalistique telle qu'on la conçoit et qu'on voulait continuer à mettre en pratique sur le web* » (entretien, membre du bureau de la SDJ de Mediapart).

Le statut des ces sociétés de journalistes évolue. Tout en conservant la dénomination « société », la plupart des nouvelles SDJ se créent sous forme d'associations et non pas de sociétés civiles ou anonymes, comme cela était le cas dans la première phase du mouvement. Cette évolution statutaire traduit un abandon de l'idéal participatif (Ruellan, 2011). En effet, les sociétés de journalistes qui ont une forme associative ne pourraient être le réceptacle de parts du capital d'une entreprise. Par ailleurs, la forme associative est plus facile à créer et

plus souple. Ainsi, sur les onze SDJ créées depuis 2000, neuf[42] ont été fondées sous la forme d'associations. Les deux autres sont liées à des titres du Groupe Le Monde (La Vie et Le Monde Interactif). Elles ont choisi la forme d'une société en espérant devenir actionnaire du Groupe, comme l'est le quotidien. Par exemple, la société des rédacteurs du Monde Interactif (SRMIA) a bénéficié du transfert d'une part d'un ancien sociétaire de la société des rédacteurs du *Monde* afin de devenir symboliquement actionnaire. En revanche, la société de journalistes de Mediapart, dont le titre a été fondé par des anciens journalistes du *Monde*, a adopté la forme d'une association.

La création d'un « Forum » des sociétés de journalistes à la place de la « Fédération » des sociétés de journalistes va dans le même sens. Créé le 27 septembre 2005, le Forum des SDJ regroupe au départ treize titres de presse[43]. Il entend constituer une arène de délibération et coordonner les différentes SDJ : « *Permettre la* réflexion *et la* concertation *des sociétés de journalistes ou de rédacteurs légalement constituées* » (extrait du texte annonçant la création du forum).

Encadré 25 - Les présidents du Forum des sociétés de journalistes (depuis 2005)

Le Forum des sociétés de journalistes a été présidé entre 2005 et 2007 puis depuis 2009 par un journaliste du *Point* (spécialiste des questions de santé), François Malye. Il est également président de la société des journalistes du *Point*. Entre 2007 et 2009, c'est un journaliste du *Monde*, Jean-Michel Dumay qui préside le Forum. Il est l'ancien président de la société des rédacteurs du *Monde* et membre de son bureau à cette époque. Son mandat prend fin parallèlement à celui qu'il détient à la SRM.

Chaque SDJ mandate un représentant au Forum. Début 2013, celui-ci déclare trente-quatre sociétés adhérentes[44]. D'autres SDJ existent : celle de *Nord-Eclair, Sud-Ouest* ou *20 Minutes* par exemple, qui pour diverses raisons n'ont pas adhéré au Forum. Celui-ci rencontre les mêmes difficultés de fonctionnement que la FFSJ. Comme Jean Schwoebel avant lui, « *le président du Forum tient ça tout seul et il fait vivre la boutique comme ça* », explique un ancien responsable d'une SDJ (entretien).

[42] Cf. annexe 19 : *Vingt Minutes, Courrier Cadre, L'Étudiant, L'Humanité, Marianne,* Mediapart, *Le Quotidien du médecin et du pharmacien,* RFI, *Sciences et Avenir*.

[43] Cf. annexe 19 : *Le Figaro, Libération, Le Monde, La Tribune, L'Équipe, L'Express, Le Journal du Dimanche, Le Nouvel Observateur, Le Point, Marianne, Télérama, L'Expansion et Sciences et Avenir*.

[44] Cf. annexe 19 : AFP, *Capital, Courrier Cadres, Elle,* France 24, I-Télé*, L'Alsace, L'Équipe, L'Étudiant, L'Express, L'Humanité, La Tribune, La Vie, Le Figaro, Le Journal du Dimanche, Le Monde,* Le Monde interactif, *Le Nouvel Observateur, Le Point, Le Progrès de Lyon, Le Quotidien du médecin et du pharmacien, Les Échos, Libération, Livres Hebdo, Marianne, Midi libre, Paris Match, Première,* Radio France, Radio France internationale, *Sciences et Avenir, Télé 7 Jours, Télérama,* TF1.

3.1.2. Une représentation consensuelle

Si la plupart des sociétés de journalistes ne disposent pas d'une reconnaissance institutionnelle (pas de participation au capital ou de droits spécifiques pour l'équipe rédactionnelle), les journalistes se mobilisent tout de même fortement dans ces structures. Environ 16 % des journalistes sont syndiqués[45] et se répartissent entre sept syndicats. À part dans certains titres où un syndicat domine très largement (le SNJ à *Ouest France* par exemple), les voix aux élections professionnelles se répartissent généralement entre plusieurs syndicats, ce qui atteste de l'hétérogénéité des orientations et des valeurs des différentes confédérations. Au contraire, la société des journalistes dans un titre est unique et rassemble, quand elle existe, la très grande majorité de journalistes. Au *Quotidien du médecin et du pharmacien* par exemple, le responsable de la société des journalistes déclare un taux d'adhésion des journalistes de 100 % (quarante-quatre journalistes en avril 2011). Les SDJ représentent l'ensemble des professionnels au-delà des possibles divisions syndicales :

> « Il n'y pas mieux que les SDJ pour absorber tout l'espace que remplissent mal les syndicats, parce qu'elle est ouverte à tous, dans son principe. Généralement il n'y a pas de cotisation. C'est tous les journalistes de la rédaction, quelle que soit la hiérarchie la plupart du temps. Et il y a des scores [participation aux élections à la SDJ] qui sont soviétiques la plupart du temps, c'est du 95 ou 98 %, à faire tomber de rage les syndicats qui très souvent n'ont pas le quorum ! » (Entretien, ancien président d'une SDJ.)

Les sociétés de journalistes sont donc une forme de structuration du collectif original par rapport aux syndicats. La quarantaine de sociétés encore en activité poursuivent cette défense de leurs membres dans les entreprises.

3.2. Défendre les journalistes dans l'entreprise

Les sociétés de journalistes défendent uniquement la catégorie de journaliste dans les entreprises. Elles sont le signe de l'existence d'une conscience de métier et d'établissement, qu'elles suscitent en retour.

3.2.1. Une dynamique d'entreprise

La mobilisation massive des journalistes au niveau de l'entreprise dans une SDJ participe à la création et au développement d'une identité commune autour du métier mais aussi du titre. En s'établissant au niveau de l'entreprise, la société des journalistes recoupe

[45] Voir Chapitre 4 : 1.1.2.

une collectivité professionnelle d'entreprise et suscite l'intégration des travailleurs dans une unité qui se constitue alors comme une « communauté pertinente de l'action collective » définie ici au niveau spécifique de l'entreprise (Segrestin, 1980). C'est ce qui différencie les SDJ du syndicalisme catégoriel : si le Syndicat national des journalistes ne représente (comme les SDJ) que des journalistes, il entend les représenter au niveau national. Au contraire, les sociétés de journalistes se centrent sur le niveau de l'établissement qui est premier par rapport aux dynamiques nationales. Il y a ainsi une adéquation entre la collectivité (les journalistes) et ses représentants dans l'entreprise. Cela s'oppose à la « fiction juridique » de la représentativité syndicale (Reynaud, 2004, p. 84). Les sociétés de journalistes constituent alors une forme de syndicalisme d'entreprise qui devient l'espace social pertinent de l'action collective (Amadieu, 1986). Elles traduisent à un niveau collectif la logique de la clause de conscience[46] qui stipule que les entreprises d'information ne constituent pas des employeurs interchangeables. La formation de sociétés de journalistes rappelle ainsi la création d'amicales de cadres pendant l'entre-deux-guerres en France qui se centrent sur la double logique de l'entreprise (« proximité immédiate du travail ») et de l'unité de métier. Comme elles, les sociétés de journalistes sont des « structures fermées, excluant les agents étrangers à la profession » (Groux, 1988, p. 566). Ses membres peuvent mettre en avant leur singularité. Les sociétés de journalistes sont donc des instances collectives créées dans le but de représenter une catégorie de travailleurs (journalistes) dans un espace spécifique (entreprise). Elles défendent les journalistes en tant que professionnels de l'information et pas en tant que salariés dans une entreprise de presse. On retrouve dans cette double forme de représentation des salariés l'ambiguïté constitutive de cette profession entre indépendant corporatiste et salarié.

3.2.2. Des revendications corporatistes

Les sociétés de journalistes portent les revendications de la rédaction dans l'entreprise : « *C'est l'expression naturelle de la voix des rédactions* », explique un ancien président de la Société des rédacteurs du *Monde* (entretien). Elles mènent des actions prioritairement sur des questions d'éthique et de déontologie de l'information. Elles instituent un débat dans l'entreprise sur le traitement de l'information et se posent comme les garants de la qualité éditoriale : « *l'activité journalistique principalement, la politique éditoriale, les principes déontologiques* » (entretien, membre SDJ de Mediapart).

[46] Voir Chapitre 1 : 2.2.2.

Elles veillent plus généralement aux orientations stratégiques de l'entreprise qui peuvent avoir une influence sur le contenu éditorial : « *et puis* […] *l'articulation entre la pratique journalistique et la stratégie d'entreprise, l'articulation avec son modèle économique* » (entretien, membre SDJ de Mediapart). Elles sont particulièrement attentives aux possibilités d'influences (actionnaires ou publicitaires). Les SDJ se mobilisent, par exemple, lors des rachats de titres ou lors des recapitalisations. Au moment de la vente du Groupe Le Monde à des actionnaires extérieurs en 2010, les sociétés de rédacteurs des titres du groupe ont elles-mêmes suscité des candidatures et expertisé les candidats à la reprise. Le trio d'actionnaires (Pierre Bergé, Mathieu Pigasse et Xavier Niel) a été choisi pour les garanties d'indépendance qu'il offrait aux rédacteurs[47].

Dans certains titres cependant, comme c'est le cas pour les sociétés de rédacteurs actionnaires (*supra*), tous les salariés sont représentés par la même « société ». À *Courrier International* par exemple, une société de personnels a été créée à côté de la société des rédacteurs, comme le raconte un de ses membres en entretien : « *Une sociétés de personnels a été créée après la société de rédacteurs en disant qu'on ne va pas exclure ceux qui ne sont pas journalistes qui représentaient une dizaine de personnes à l'époque. Donc il y a les deux, mais l'usage est que le président de la SDJ soit président de la SDP, pour dix personnes d'écart.* » L'ouverture aux autres personnels est toutefois à nuancer dans la mesure où les sociétés de personnels sont systématiquement dirigées par un journaliste.

Pour défendre les journalistes en entreprise, les représentants des sociétés de journalistes qui ne disposent d'aucune reconnaissance légale mettent en œuvre des stratégies spécifiques pour peser malgré tout sur les décisions prises dans l'entreprise.

3.3. Des méthodes et répertoires d'actions innovants

Bien que la plupart des sociétés de journalistes ne soient pas reconnues officiellement par la direction (à l'inverse des institutions représentatives du personnel), elles jouent néanmoins un rôle important en fondant leur légitimité sur la force de l'adhésion des salariés. Elles tentent de renouveler les thèmes et les lieux de négociation et d'influencer le contenu des décisions prises *in fine*.

[47] Le Chapitre 8 traite de cet événement.

3.3.1. Des répertoires d'actions alternatifs

L'absence d'un statut formel pour une société de journalistes ne signifie pas qu'elle ne dispose d'aucune « influence » informelle à même de « faire entendre ses préférences, sans qu'elles ne soient nécessairement écoutées » (Conchon, 2013, p. 131). Les modalités de fonctionnement et les répertoires d'action des sociétés de journalistes sont différents de ceux des syndicats. Les sociétés de journalistes sont des structures plus souples et moins réglementées que ces derniers. Cela limite les coûts de la participation à l'action collective, comme dans le cas des coordinations étudiées par Hassenteufel (1991). Leur caractère apolitique permet aux journalistes d'être moins exposés que les représentants du personnel : « *Il y a certains journalistes qui n'aiment pas les syndicats* […et] *ne veulent pas donner leurs voix aux syndicats. Ils voient dans la SDJ un truc plus neutre* » (entretien, membre du Forum). À l'image de l'amicale de cadres de la RATP étudiée par G. Groux (1988), les sociétés de journalistes intègrent l'ensemble de la hiérarchie des salariés. Les amicales comme les sociétés de journalistes recoupent les frontières de l'entreprise alors que les sections syndicales d'entreprise sont intégrées dans des logiques qui dépassent leurs entreprises. Il y a ainsi une dynamique de rejet de certaines pratiques syndicales. Les sociétés de journalistes fonctionnent selon des processus de démocratie plus directe et sont centrées sur les problématiques de l'entreprise. Ses membres élisent des représentants mais le fonctionnement en assemblée générale est privilégié. Un tour d'horizon des initiatives de SDJ envers les employeurs en 1993 présente un panel de leurs actions : rédaction de textes de déontologie, lutte contre le « publi-rédactionnel », négociation de l'indépendance rédactionnelle, porte-parole de la rédaction, etc. En n'étant pas reconnues par l'employeur, les sociétés de journalises emploient des moyens détournés pour se faire entendre. Par exemple, la SDJ de Radio France édite un bulletin trimestriel.

3.3.2. Négociations localisées et nouveaux thèmes

Les sociétés de journalistes défendent des thèmes spécifiques. Les négociations auxquelles elles participent sont centrées sur certains sujets et dans certains lieux. En renonçant à l'idéal de participation, les sociétés de journalistes se sont instituées comme des lieux de débats sur des questions précises. C'est par exemple le cas à Mediapart : « *On a créé la SDJ* […] *pour formaliser un lieu de débat autour d'un certain type de questions* », explique un de ses membres (entretien). Cela s'inscrit dans une évolution plus générale de l'idée de participation directe des salariés aux entreprises avec une « illusion de l'entreprise citoyenne »

dans laquelle le management réduit la négociation à des concertations localisées (Bevort, 2012b, p. 72). La plupart des discussions sont suscitées par la direction.

Les modalités d'action des sociétés de journalistes portent davantage sur des processus de délibération interne entendus comme une « discussion en vue d'une décision à prendre collectivement » qui ne présente pas nécessairement une nature conflictuelle et permet l'émergence de solutions nouvelles (Urfalino, 2005). Face à ces sociétés de journalistes, les employeurs sont amenés à se justifier sur des questions éthiques, déontologiques et stratégiques. Ainsi, on voit que cet acteur n'a pas besoin d'être institué pour peser sur les règles qui encadrent le travail des journalistes par ces demandes de justification. L'influence d'un acteur ne dépend donc pas seulement de son statut, mais aussi des moyens qu'il met en œuvre pour se faire entendre. Le droit d'expression des sociétés de journalistes est donc en partie indépendant de leur reconnaissance institutionnelle. Cela s'inscrit dans une forme de « participation managériale » dans laquelle les travailleurs sont appelés à délibérer ponctuellement sur des sujets les concernant.

3.3.3. Consultation et influence

Les sociétés de journalistes ne participent pas aux négociations tripartites qui ont lieu au niveau de la branche, n'étant pas un partenaire social légalement « représentatif ». Elles ont pour autant une action de lobbying à l'attention du législateur par l'intermédiaire de leur Fédération, puis de leur Forum qui s'institue comme un lieu de « *rencontre, lobby* » (entretien, ancien responsable de la FFSJ). L'activité de la FFSJ puis du Forum pour acquérir une reconnaissance juridique (*supra*) s'inscrit dans cette dynamique. Les communiqués du Forum des sociétés de journalistes se partagent entre deux thèmes. Une première partie soutient l'action des sociétés de rédacteurs engagées dans des combats dans leurs entreprises. La société des rédacteurs du *Monde* a par exemple été appuyée par le Forum lors de la recapitalisation du groupe :

> « Le forum des SDJ tient à apporter son soutien aux rédactions des titres du groupe Le Monde dans leur volonté de préserver leur indépendance éditoriale à la veille d'une importante recapitalisation du groupe. » (Communiqué du 27 juin 2010.)

La seconde partie des communiqués vise à interpeller les pouvoirs publics sur certaines questions, telles que la protection du droit des sources : « *Le forum des SDJ est consterné par le texte de la loi sur le secret des sources des journalistes adoptés à l'Assemblée nationale* » (communiqué du 22 décembre 2009). Ces communiqués s'inscrivent dans une action de lobbying du Forum auprès des pouvoirs publics. En retour, le Forum obtient une

reconnaissance variable selon les affaires. Si les responsables du Forum ont dû âprement négocier pour être représentés aux États Généraux de la presse écrite (2008) ils ont par contre étaient auditionnés et leur avis a été pris en compte dans la rédaction de la proposition de loi relative à l'indépendance des rédactions (2010).

Les sociétés de journalistes apparaissent ici encore comme un acteur des relations professionnelles dans la mesure où elles influencent les normes professionnelles des journalistes par ces actions à destination du législateur. Quelles positions occupent-elles alors par rapport aux syndicats ?

3.4. Sociétés de journalistes et syndicats aujourd'hui

Les sociétés de journalistes et les syndicats adoptent la même position de représentation des journalistes. Selon les thèmes et les lieux, ils collaborent ou se concurrencent.

3.4.1. Entre concurrence et discussion

Le renouveau des SDJ ne doit pas faire oublier leur fragilité. Le recul de la société des rédacteurs du *Monde* est à ce titre emblématique. Elle a perdu sa place d'actionnaire majoritaire, avec le rachat du Groupe par Xavier Niel, Mathieu Pigasse et Pierre Bergé en novembre 2010. Les sociétés de journalistes se créent aujourd'hui dans des endroits où les syndicats ne sont pas assez forts pour négocier : « *Traditionnellement la voix des journalistes était les syndicats, mais les syndicats* […] *ils sont en retard* », explique le président du Forum des SDJ (entretien). Par exemple, à *Témoignages chrétiens*, la société des rédacteurs est lancée en 1993 après une grève contre l'absence de stratégie et des licenciements abusifs, ces questions n'ayant pas été prises en charge par les syndicats.

Les relations qu'entretiennent les sociétés de journalistes et les syndicats sont variables selon les niveaux et les lieux de négociation. F. Georgi et R. Mouriaux définissent un « carré logique » des relations entre syndicats et associations (2004, p. 231) : indépendance ; coopération ; subordination ; rivalité. Au niveau national, les relations oscillent entre l'indépendance et la rivalité. Le mouvement des sociétés de journalistes ne reçoit plus aujourd'hui le soutien des syndicats car il ne correspond plus aux luttes syndicales contemporaines : « *Aujourd'hui, le SNJ est anti-société de journalistes* […] *Le SNJ a par rapport à ce mouvement de très fortes réserves* » (entretien, militant SNJ). Les responsables du Forum des sociétés de journalistes et des syndicats nationaux de journalistes ne mènent pas d'actions communes. Ils se rencontrent lors de débats publics (aux assises internationales du

journalisme par exemple), mais ne travaillent pas conjointement. Les relations entre les sections syndicales, le comité d'entreprise et les sociétés de journalistes diffèrent également selon les entreprises et définissent un « écosystème » militant spécifique selon les titres, entre coordination et rivalité. Il s'instaure un « jeu variable » entre les institutions représentatives du personnel et les instances de représentation.

3.4.2. Le partage des tâches avec les syndicats

Les sociétés de journalistes ne prennent pas part aux revendications annuelles sur les salaires et le temps de travail tant que cela n'influence pas le contenu éditorial. La typologie développée par les époux Webb (2008, pp. 12-13) permet de penser la répartition des tâches. Selon eux, les décisions portent sur trois grands domaines : la définition du produit, la manière dont la production est organisée et les conditions de travail. Dans leur conception, les syndicats s'attachent seulement aux conditions d'emploi et aux salaires. Les sociétés de journalistes complèteraient donc l'action syndicale en s'intéressant aux deux autres domaines. Les négociations dans lesquelles celles-ci interviennent s'inscrivent dans un registre de négociation « valorielle » qui porte sur des principes ou des valeurs (Thuderoz, 2009, p. 113). Les négociations sur les conditions d'emploi sont laissées aux syndicats : « *Les syndicats ont toute latitude pour apporter un appui collectif à des droits individuels. La SDJ, c'est un appui collectif à des droits de la collectivité, à la vie de l'entreprise, aux options éditoriales, aux dérives déontologiques* » (entretien, ancien membre du Forum des SDJ). Dans cette conception, l'action des syndicats est limitée à des dimensions liées pour l'essentiel au contrat de travail et aux garanties collectives concernant les conditions de travail. En effet, on a vu que l'activité concrète des syndicats porte en priorité sur les questions salariales[48]. Les sociétés de journalistes n'ont pas pour objet de faire appliquer le droit du travail mais peuvent y faire référence : la société des journalistes de *Vendredi*, créée en 1994, entend ainsi « *faire respecter les principes professionnels contenus dans la convention collective* » (extrait des statuts). Par ailleurs, les instances ont accès à différentes informations qu'elles peuvent partager.

Les sociétés de journalistes se constituent donc pour représenter la collectivité de travail des journalistes dans l'entreprise et renouvellent le fonctionnement (démocratie directe), mais aussi les thèmes de discussion à ce niveau. Sur certains sujets, ses représentants peuvent être consultés au même titre que les représentants légaux du personnel. Cela a été le cas par

[48] C'est ce que l'on montre dans le Chapitre 4.

exemple lors de la négociation autour de la réforme de l'Agence France Presse, où la société de journalistes a été consultée parallèlement aux syndicats[49].

Finalement, malgré l'échec de la reconnaissance de droits spécifiques au collectif des journalistes, les sociétés de journalistes participent effectivement à la régulation de la production, montrant ainsi que le statut n'est pas le seul déterminant de la place d'un acteur dans le système. Cette participation informelle correspond à un type de participation « managériale » dans laquelle l'avis des travailleurs est écouté sur les sujets qui les concernent. Cette délibération au niveau de l'entreprise préfigure notamment la « responsabilité sociale des entreprises » qui se met en place progressivement dans les médias (à TF1, France Télévisions, au Groupe Bayard ou à *L'Équip*e notamment), qui délivre des recommandations sans créer de règles contraignantes.

Conclusion

Depuis la première au *Monde* en 1951, les sociétés de journalistes se constituent à côté des syndicats de journalistes salariés dans les entreprises et au niveau de la branche (Fédération et Forum). La forme de représentation qu'elles adoptent est centrée à la fois sur le métier (le journalisme) et sur l'entreprise. Elles renvoient à trois formes de participation différentes, qui dans les trois cas, porte sur la définition du produit. Elles cherchent à obtenir une reconnaissance institutionnelle qui leur permettrait de bénéficier de la légitimité que le droit du travail confère aux syndicats et à l'ensemble des instances représentatives du personnel, d'abord en tant qu'actionnaire. Le renoncement à l'idéal de la participation financière (premier modèle) suggère que les travailleurs demandent à accéder à un droit de regard sur les affaires de leur entreprise indépendamment de leur participation au capital. Cela va dans le sens de la prise en compte des capacités des travailleurs à côté de celles des apporteurs de capitaux. En cherchant à instaurer des droits pour les journalistes (comme une consultation de ses membres sur le directeur de la publication), en dehors de ceux liés au droit du travail et à la condition salariale (second modèle de « super-salarié »), les sociétés de journalistes souhaitent que le contrat de travail du journaliste fasse référence à un second corpus de règles spécifiques à la profession. De l'échec de cette entreprise à être reconnue, on peut avancer des conclusions sur les formes de légitimité dans la démocratie industrielle. Si le

[49] La réforme des statuts de l'Agence fait l'objet du Chapitre 7.

système français s'appuie sur une logique de reconnaissance institutionnelle, une structure qui entend défendre les salariés peut le faire sans acquérir cette reconnaissance légale. En effet, les sociétés de journalistes participent effectivement à la régulation de la production au niveau des entreprises, mais aussi de la branche, sans pour autant bénéficier d'un statut légal (troisième modèle qui repose sur des délibérations informelles). Le statut d'un acteur n'est donc pas la seule variable expliquant sa place dans le système de relations professionnelles. Ainsi, pour être un acteur des relations professionnelles, être institué n'est ni nécessaire, ni suffisant. Cela valide la prescription méthodologique de G. Groux (2012a) d'étudier la multitude des acteurs.

Les sociétés de journalistes ne sont donc pas seulement le signe d'une « crise » du syndicalisme. Elles déplacent les enjeux par rapport à l'action syndicale qui porte davantage sur les conditions de travail que sur la définition du produit et la réalisation du produit (si on reprend la typologie des Webb, *op. cit*.). Cette double logique de représentation des journalistes dans les entreprises renvoie à l'idéal du journaliste salarié indépendant puisque les journalistes souhaitent, par l'intermédiaire de ces structures, acquérir des droits supérieurs à ceux des autres salariés et ainsi se créer des marges d'autonomie. Pour compléter le paysage des acteurs représentants les journalistes professionnels salariés, il faut enfin étudier un troisième type d'acteur : les associations de journalistes qui se constituent au niveau national.

Chapitre 6. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse : défendre collectivement la qualité de l'information

Pour une régulation collective de l'activité professionnelle

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP) a été créée en 2006 à l'initiative de journalistes. Une quarantaine de personnes (physiques ou morales) représentant des journalistes, des éditeurs ou le public, se regroupe aujourd'hui dans cette association. Leur objectif est de dresser les contours (« préfiguration ») de ce que pourrait être un conseil de presse en France. Un conseil de presse est une instance de médiation qui émet des avis sur des cas de déontologie journalistique. C'est une structure intermédiaire entre un ordre (qui sanctionne) et un observatoire (qui délivre des recommandations générales), qui n'existe pas en France malgré plusieurs initiatives en sa faveur[1]. Les membres de cette association se réunissent mensuellement à Paris et tentent de diffuser leurs idées auprès de différents acteurs (professionnels ou non) et dans un certain nombre de lieux (Assises internationales du journalisme, réunions de travail *ad hoc*, etc.). Leur action s'inscrit à côté de celle des syndicats (au niveau de la branche) et des sociétés de journalistes (dans les entreprises).

La sociologie économique des associations les étudie comme des palliatifs à l'économie de marché et aux services collectifs délivrés par l'État (Laville, 2009) ou comme des univers de travail ordinaire (Combes, Ughetto, 2010 ; Hély, 2009). Les associations, qui rassemblent les membres d'un même groupe professionnel et ont des intérêts communs, peuvent également être analysées comme des acteurs des relations professionnelles. Elles constituent alors des « formes alternatives [aux syndicats] d'organisation de l'action collective [professionnelle] » (Lallement, 2008, p. 49) qui sont peu étudiées en tant que telles. Les travaux historiques de D. Tartakowsky et F. Tétard (2004) interrogent la concurrence ou la complémentarité entre les syndicats et les associations et questionnent plus largement la place des associations dans le système de relations professionnelles. Il ne s'agit pas d'opposer les différentes structures mais de penser leurs actions dans un champ social et politique commun (Pasture, 2004, p. 470). La place de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse dans la régulation et la coordination de l'activité professionnelle et du produit est interrogée.

[1] Pour des précisions sur les différences entre ces trois formes d'instances éthiques et les revendications les concernant, voir Chapitre 3 : section 1.

Une association singulière

Les premières associations de journalistes se sont constituées dès la fin du XIXème siècle (avant les premiers syndicats) et s'instituent pour réguler la profession (secours mutuel notamment) (Ruellan, 2011). Le nombre d'associations de journalistes n'a pas fait l'objet d'un recensement exhaustif et leurs configurations sont variables. La plupart d'entre elles constituent une forme de sociabilité pour des rédacteurs dont l'activité est proche. L'étude des journalistes sociaux a par exemple conduit S. Lévêque (2000) à analyser leur association, l'AJIS (Association des journalistes de l'information sociale). Les actions de ces associations de journalistes sont centrées sur le domaine de l'information concerné. Par exemple, l'AJEF (Association des journalistes économiques et financiers) se consacre aux problématiques qui se posent aux journalistes économiques et financiers, comme l'illustre la programmation de son séminaire (autour des auteurs classiques de l'économie) ou bien son *Livre Blanc* sur « le métier de journaliste et l'information économique à l'heure de la révolution numérique » (2010)[2]. La plupart des associations de journalistes ont donc des actions ciblées sur une partie de la profession. L'APCP pour sa part agit en faveur d'une régulation globale de la profession *via* l'instauration d'un conseil de presse. Elle présente des singularités qui justifient que ce chapitre soit centré sur cette structure. Rassemblant à la fois des professionnels et des membres du public, cette association a une activité importante et participe effectivement à un certain nombre de débats professionnels sur la régulation éthique de l'activité journalistique. Si l'action de ses membres ne se tient pas au cœur de l'entreprise, elle entend réguler son produit. Les rapports avec les autres organisations représentant les salariés, avec les organisations d'employeurs et avec les institutions publiques, ainsi que les lieux dans lesquels elle mène son action doivent être étudiés. Cette association constitue-t-elle une nouvelle façon de militer sur les questions de la qualité du produit suite aux échecs relatifs des syndicats et des sociétés de journalistes à aboutir sur ces sujets?

Méthodologie et corpus

L'action de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse a été étudiée à partir d'avril 2011. Si certains éléments ont déjà été présentés[3], il s'agit de revenir plus en détail dans ce chapitre sur mon implication dans cette structure. Comme je l'ai déjà évoqué, j'ai participé aux réunions mensuelles de l'Association entre avril 2011 et décembre 2012 (dix-

[2] [En ligne] [URL : http://www.ajef.net/img/upl/File/Livre%20blanc%20Ajef%202009%20DP.pdf], consulté le 6 mars 2013.

[3] Voir Introduction générale : 5.3.2. et Chapitre 3 « méthodologie et corpus ».

sept réunions) qui réunissent en moyenne une douzaine de participants[4] au siège de la Fédération française des agences de presse (FFAP) ou de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'Homme (FPH), à Paris (cf. annexe 3). Pour y participer, l'adhésion à l'Association est obligatoire (cotisation de quinze euros par an). Ma position de « chercheuse en sociologie » était préalablement connue de trois membres journalistes de l'Association que j'avais rencontrés pour des entretiens entre janvier et mars 2011. J'ai observé l'APCP « à découvert », en étant présentée comme « doctorante en sociologie ». En plus des réunions, j'ai suivi les membres de l'Association lors des éditions 2011 et 2012 des Assises internationales du journalisme à Poitiers ainsi que lors d'une édition spéciale en juin 2013 à Paris. J'ai enfin conduit trois nouveaux entretiens avec des adhérents (deux journalistes et un employeur en mai 2011 et 2012). En dépit de ma position de doctorante, il m'a rapidement été demandé de m'impliquer comme les autres adhérents (rédaction d'articles dans le *Bulletin de l'APCP* notamment, j'y reviendrai lorsque j'aborderai la place des non journalistes dans cette association, *infra*). Si on se réfère à la typologie de Junker (1960), j'ai glissé de la position d'« observateur comme participant » à celle de « participant comme observateur ». Du fait de cette position ambigüe, les réunions ne sont pas enregistrées. La prise de notes intensive peut parfois paraître suspecte, comme lors d'une assemble générale :

> *Je prends beaucoup de notes alors que seulement trois autres personnes en prennent (trente-six participants). Mon voisin de droite n'a même pas de quoi noter. Il me regarde à chaque fois que j'écris et finit par me demander si c'est moi qui fais le compte rendu de la réunion. Je lui dis que non. Il cesse de me regarder. (AG APCP, décembre 2011.)*

L'APCP est à l'origine de la création d'un Observatoire de la déontologie de l'information (ODI). J'ai été mandatée par les membres de l'APCP pour participer aux échanges en leur nom à partir de janvier 2012. Si les réunions de l'APCP sont ouvertes à tous les adhérents, j'ai été en revanche obligée de me présenter comme membre de l'APCP pour pouvoir assister aux quatre réunions de préparation de l'Observatoire de la déontologie de l'information et aux trois premières réunions qui ont suivi sa constitution en septembre 2012 (plusieurs représentants par associations engagées dont trois pour l'APCP) (cf. annexe 3). J'ai donc dû, pour poursuivre mes recherches, troquer ma position de sociologue pour celle de militante APCP et glisser vers la position de « pur participant ». Je suis restée en retrait en donnant peu mon avis. Si cette position n'est pas toujours facile à tenir, elle permet d'observer les acteurs dans leurs interactions spontanées, ce qui vient enrichir la compréhension du récit qu'ils en font par la suite. Pour retrouver la distance nécessaire à l'analyse de ces deux

[4] Sur les 17 réunions auxquelles j'ai assisté, 11,7 personnes étaient présentes en moyenne, sans me compter.

« terrains », j'ai très strictement consigné les interactions et les *verbatim* auxquels j'ai assisté et ai suspendu ma participation aux réunions à partir de décembre 2012 (à l'exception de l'édition spéciale des Assises de juin 2013 et de l'assemblée générale de l'Observatoire en avril 2013). Pour ces réunions et rassemblements, je dispose à la fois de mes notes d'observation et des comptes rendus[5] rédigés par la secrétaire de l'Association (membre élue du bureau). En envisageant l'association à partir de sa place dans le système de relations professionnelles, mes analyses sociologiques n'ont pas souffert d'« interférences » liées aux avis des acteurs avec qui j'étais en interaction. En effet, si les journalistes ont tendance à s'auto-analyser et peuvent parfois influencer la parole des chercheurs, ils ne conçoivent pas l'action de cette Association à partir de cette posture particulière et ne l'ont donc pas « théorisée ».

La publication mensuelle de l'Association, *Le Bulletin de l'APCP*, complète mes observations et entretiens. J'ai répertorié et classé les cent dix-sept articles parus dans les vingt premiers numéros (entre septembre 2010 et septembre 2012) du *Bulletin de l'APCP* (les articles des cinq premiers numéros sont listés par exemple dans l'annexe 20). Un traitement exhaustif (sujets et auteurs des articles) permet d'objectiver son contenu, qui illustre à la fois des actions concrètes de l'Association, mais aussi la façon dont elle se présente et se rend visible. Des documents internes (fiche de présentation, maquette de l'observatoire, etc.) sont également mobilisés. Cette pluralité de sources (des mises en récit dans les documents, les entretiens et des observations) permet de saisir à la fois les positions et les réalisations concrètes de cette association.

On interroge la multitude des formes de représentation des journalistes à partir du cas de cette association singulière. Créée pour imaginer ce que pourrait être un conseil de presse à la française (1), cette association renouvelle les positionnements classiques des acteurs des relations professionnelles en regroupant des journalistes, des employeurs et des membres du public (2). Elle concourt à l'instauration d'une nouvelle façon de discuter des questions éthiques (3) qu'elle tente de largement diffuser (4).

[5] Lorsque les comptes rendus sont cités, ceux-ci sont signalés pas le sigle (CR). Sinon, ce sont mes notes d'observation qui sont mobilisées.

Section 1. Une association pour la qualité de l'information

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse a été créée au milieu des années 2000, à l'initiative de journalistes. Elle a pour objectif de définir ce que pourrait être un conseil de presse à la française dans un contexte de crise de la légitimité de l'information. Son action repose sur l'implication d'un petit nombre d'adhérents.

1.1. Une crise de confiance du public

La baisse de la qualité de l'information est régulièrement mise en avant par ses consommateurs. C'est dans ce contexte qu'un groupe de journaliste se réunit pour réfléchir à la manière de restaurer la confiance du public en cette information.

1.1.1. Une initiative de journalistes

L'assemblée générale constitutive de l'APCP s'est tenue le 28 novembre 2006 à Paris, autour de quelques membres de l'Alliance internationale de journalistes. L'idée de constituer une association chargée de préfigurer ce que pourrait être un conseil de presse en France émane de ce réseau informel qui travaille sur la responsabilité des journalistes (Dollé, 2008, p. 132). Encore aujourd'hui, les deux structures sont liées : par exemple, la secrétaire de l'APCP est la directrice de l'Alliance. Les statuts de l'APCP sont déposés à la Préfecture le 14 décembre 2006. L'Association regroupe au départ principalement des journalistes et se présente encore aujourd'hui comme « *un groupe de journalistes soucieux de l'avenir de leur profession* »[6]. Les statuts mentionnent que son président est nécessairement un journaliste (article 5) mais elle est ouverte aux employeurs de presse et aux non journalistes. L'APCP est financée par les cotisations de ses membres (quinze euros par an) et a reçu des subventions d'Audiens (caisse de prévoyance) et d'une entreprise de française de ciment (par l'intermédiaire d'un contact du président). L'Association dispose d'un solde positif d'environ 3 800 euros fin 2012 et fonctionne sans permanent. Ses ressources n'ont donc pas d'influence sur ses stratégies contrairement à d'autres associations (Laville, 2009). Ses dépenses se limitent au remboursement des déplacements de certains membres du conseil d'administration.

[6] [En ligne] [URL : http://apcp.unblog.fr/qui-sommes-nous/], consulté le 6 mars 2013.

1.1.2. La qualité de l'information en question

Cette association est créée suite à une baisse tendancielle de la crédibilité accordée par le public à l'information. Le président de l'APCP retrace cette évolution. « L'affaire Grégory »[7] (à partir de 1984) est selon lui la première étape d'une perte de crédibilité généralisée qui explique la création de l'APCP : « *Quelques journalistes ont créé cette association, parce que ça perdure, parce que ce manque de déontologie est de plus en plus prégnant sur la qualité de l'information et que les lecteurs sont de plus en plus critiques* » (entretien). La confiance que le public accorde aux journalistes est mesurée par des études d'opinion, et notamment par le baromètre annuel de confiance dans les médias[8]. Depuis 1987, le sondage établit que les français considèrent que les journalistes ne sont ni indépendants, ni honnêtes (Eveno, 2010c, p. 84). Les membres de l'Association justifient leur action à partir de ces résultats. Ils établissent un lien direct entre la crise économique du secteur et ce désaveu du public et considèrent que « *c'est sans doute la qualité de la presse qui la sauvera* » (journaliste membre, cité par Dollé, 2008, p. 131). Une information de qualité est, selon eux, une information qui satisfait aux principes déontologiques (vraie, crédible etc.).

Le présupposé selon lequel la baisse de la qualité de l'information est à l'origine de la crise de la presse a été mis en débat lors de l'assemblée générale de l'APCP de décembre 2012. Pour certains, la perte de confiance du public, supposée liée à une baisse générale de la qualité, n'est que l'une des variables expliquant la désaffection du public pour la presse, à côté par exemple des nouveaux modes de consommation de l'information (gratuité, support numérique etc.) : « *Il y a une question de contrat de confiance qui est rompu mais il y a aussi une évolution des usages* », explique l'un des présents. Aucune corrélation directe n'est établie entre le niveau de diffusion et la crédibilité des médias. Pourtant, c'est bien cette supposée corrélation qui justifie l'existence même de l'APCP : « *La problématique de la confiance et de la crédibilité est bien au cœur de notre travail et il faut la poser comme un élément central pour tous* » (CR, réunion APCP, décembre 2012). Les membres de l'Association se sentent investis d'une mission générale liée à la sauvegarde des médias par le rétablissement de la confiance du public. Cela rappelle les premières associations de journalistes qui se créent pour faire de l'activité journalistique une activité professionnelle respectable alors que les journalistes sont vivement critiqués (pouvoir corrupteur de l'argent)

[7] Affaire judiciaire liée au meurtre d'un jeune garçon le 16 octobre 1984. Fait divers qui a fait l'objet d'une couverture médiatique jugée disproportionnée *a posteriori*.

[8] Commandé par *La Croix* et produit par TNS Sofres ; voir aussi Chapitre 3.

(Ruellan, 2011, p. 65). L'action de l'APCP, comme celle de ces premières associations, est en partie tournée vers le public. Pour ses membres, la création d'un conseil de presse constituerait ainsi « *un signal fort envoyé aux citoyens* » (maquette du conseil de presse).

1.2. Préfigurer un conseil de presse français

Les membres de l'APCP se regroupent pour réfléchir collectivement aux modalités de création d'un conseil de presse. Ce type de structure existe dans de nombreux pays étrangers mais n'a jamais réussi à s'imposer comme le mode de régulation pertinent de l'activité journalistique en France.

1.2.1. Pour un conseil de presse en France

Les membres de l'APCP partagent l'idée que l'institution en France d'un conseil de presse concourrait à lutter contre la perte de crédibilité des médias (et de leur information) (cf. encadré 26).

Encadré 26 - Pourquoi créer un conseil de presse : la justification de l'APCP (extrait de la maquette du conseil de presse, 2011)

Il faut doter la France d'un conseil de presse. C'est l'intérêt bien compris de la profession.

Les journalistes sont parfois perçus comme se plaçant « au-dessus des lois » et les médias comme « arrogants » dans leurs rapports avec le public. Ces positions et apparences doivent changer.

Il ne s'agit pas de créer un « ordre des journalistes », ni de porter atteinte à la liberté des entrepreneurs. Créer une instance d'éthique, c'est affirmer haut et fort qu'il n'y a pas de liberté sans responsabilité.

L'action en faveur d'une responsabilisation de la profession est une action en faveur de sa crédibilité. C'est une action en faveur de la liberté de la presse et des médias. C'est une action en faveur de la défense des journalistes et notamment de leur indépendance, dans leur travail au service du public.

Le rôle dévolu à la profession pour le bon fonctionnement de la démocratie ne peut s'exercer convenablement sans un regard indépendant, extrajudiciaire, exercé par une instance ouverte aux citoyens associés à la profession elle-même.

Si les sociétés de journalistes sont une exception française, des conseils de presse existent au contraire dans de nombreux pays (cent pays dont vingt en Europe d'après l'APCP). Pour nourrir leurs réflexions, les membres de l'Association recensent les instances éthiques à l'étranger et étudient leur fonctionnement. Dans le *Bulletin de l'APCP*, une rubrique « Étranger » est consacrée à ces structures. Sur les cent dix-sept articles publiés entre novembre 2010 et septembre 2012, vingt-trois (19,7 %) portent sur le fonctionnement

d'instances éthiques à l'étranger (Belgique, Cameroun, Grande Bretagne, Inde, Québec, etc.). Les membres de l'Association ont par ailleurs dressé un comparatif de huit conseils de presse étrangers.

1.2.2. Une entreprise de préfiguration

À partir de l'organisation des conseils de presse existants à l'étranger et de leur connaissance du fonctionnement spécifique du secteur de l'information en France, les membres de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse déterminent ce que pourraient être les bases d'un conseil de presse à la française. La mission de l'Association définie dans ses statuts est de « *préparer la création d'un conseil de presse* » entendu comme « *outil de régulation de l'activité journalistique, instance de médiation entre la presse et le public, espace de débat public et de pédagogie sur le fonctionnement des médias* » (article 2). L'instance proposée prend le nom d'« *Instance indépendante de médiation pour une information de qualité* ». Ses fonctions seraient la régulation professionnelle, la médiation, mais aussi la pédagogie et la veille éthique. Leur « maquette », dont la première version a été finalisée courant 2009 et qui continue à évoluer (maquette de 2011 : cf. encadré 27), devrait servir de base à une discussion dans la profession ou à une institution par l'État : « C'est *une base de départ, de réflexion* […] *la matière première pour l'action* » (extrait de la maquette, 2011). Les acteurs impliqués dans le conseil de presse seraient des représentants de la profession (des salariés et des employeurs), mais aussi du public. Une première version de la maquette envisageait également la participation de représentants des pouvoirs publics. Le financement serait assuré par la profession ou par les pouvoirs publics.

Encadré 27 - Présentation générale du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011)

L'objectif général d'une Instance indépendante de médiation est de promouvoir et faire respecter une éthique de l'information dans les médias […] L'Instance indépendante de médiation atteint son objectif à travers trois fonctions :

- autorégulation professionnelle et médiation entre médias et public ;
- observatoire critique des pratiques professionnelles, « veille » déontologique, lieu permanent de débat et de réflexion sur ces pratiques ;
- action pédagogique à destination des professionnels et des non-professionnels de l'information.

Ces fonctions sont assurées elles-mêmes dans les diverses activités de l'instance :

- examen des plaintes (émanant du public ou des professionnels), décisions ;
- auto-saisine de l'instance sur des cas précis (cela aurait pu être le cas pour Outreau) ou sur des

questions générales (exemple : la question récurrente des conflits d'intérêt) ;

- activités de pédagogie, d'observation des pratiques, de débat.

Un rapport annuel rend compte de toutes ces activités, en fait la synthèse et formule des recommandations.

Pour atteindre au mieux son objectif, l'Instance de médiation doit associer plusieurs acteurs :

- le public, qui exerce ainsi son « droit à l'information » de qualité ;
- les éditeurs de presse (au sens étendu), responsables du « produit fini » informatif livré au public et coresponsables devant la justice de sa qualité ;
- les journalistes, premiers responsables de la qualité de l'information et dont la loi reconnaît la fonction par un statut particulier.

L'Instance indépendante de médiation s'appuie sur des références déontologiques : si un « code de déontologie » est adopté par la profession, il sera la référence majeure. L'Instance peut aussi décider de s'appuyer sur d'autres textes, notamment s'ils font référence sur le plan international.

Le champ « ordinaire » de l'activité du conseil de presse n'est pas limité à « l'information générale et politique ». Il concerne l'information produite et diffusée par des médias ayant une qualification d'éditeur de presse et employant des journalistes professionnels.

En revendiquant l'instauration d'un conseil de presse, les membres de cette association nient en partie le caractère salarié du journaliste, subordonné à son employeur, en cherchant à doter l'activité de travail d'une régulation externe propre aux professions libérales en France. La conception du produit sous-jacente est celle d'une information de qualité liée à l'exercice d'une profession « démocratique ». Si cette revendication fait l'objet de débats réguliers, les membres de l'Association sont en fait peu nombreux.

1.3. Une activité associative régulière

Les réunions de l'Association se tiennent mensuellement au siège de la Fédération française des agences de presse à Paris et suivent toujours la même trame. Chaque réunion s'ouvre par « *les news* » : le président de l'APCP informe les participants des actions de l'Association, mais aussi d'initiatives parallèles (celles des syndicats par exemple). La participation aux réunions permet de mesurer l'écart entre les missions de l'Association et le travail concret des acteurs. On l'a vu, les statuts de l'Association stipulent qu'elle a pour objet de proposer un conseil de presse français. Le travail sur la « maquette » du conseil de presse occupe en fait très peu de temps de réunion. Depuis avril 2011, les membres de l'APCP sont en fait occupés à mener des actions connexes, et notamment à établir un répertoire de cas de déontologie et une synthèse des textes de déontologie ou à créer, avec d'autres organisations mais à son initiative, un Observatoire de la déontologie de l'information. Le travail consiste

également à prendre des contacts et rencontrer des personnes afin de diffuser les idées de l'Association (*infra*). Ainsi, parmi les dix-sept réunions auxquelles j'ai assisté, seules les deux premières ont été consacrées à une discussion autour du projet de conseil de presse. Les thèmes sociaux n'y sont jamais évoqués.

Par ailleurs, comme dans un certain nombre d'associations, une part importante du travail repose sur son président, journaliste à la retraite (cf. encadré 28).

Encadré 28 - Portrait du président de l'APCP

L'APCP est dirigée depuis sa création par Yves Agnès, un journaliste à la retraite. Il a fait des études de sciences avant de se lancer, sans formation spécifique, dans le journalisme. Après un passage dans des rédactions de province où il explique avoir appris son métier (entretien), il devient journaliste au *Monde* où il réalise une très grande partie de sa carrière et en est rédacteur en chef. Il est spécialiste des questions d'éducation et a publié plusieurs manuels à destination des étudiants en journalisme. Il a dirigé le Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (CFPJ) de 1993 à 1996. Il est le co-fondateur de l'APCP en 2006. Il souhaite mettre un terme à ses fonctions fin 2013.

Un membre de l'APCP fait un parallèle avec la Fédération française des sociétés de journalistes qui, elle aussi, reposait principalement sur l'énergie de quelques personnes (entretien). Le président de l'APCP rédige une part substantielle du journal de l'Association dont la diffusion dépend de sa disponibilité. À la réunion de juin 2011, il explique ainsi « *Le* Bulletin *ne sortira pas avant septembre car je pars en vacances. Excusez votre serviteur ! À moins que quelqu'un veuille prendre le relais ?* [Pas de réponse] ». Il en est également l'auteur principal. Sur les quatre-vingt neuf articles signés parus dans les vingt premiers numéros du *Bulletin*, plus du tiers le sont par le président (38,2 % ; ainsi que certainement une part substantielle des articles qui ne sont pas signés). Par ailleurs, il rédige la plupart des fiches du répertoire de déontologie : « *Je fais une fiche par jour en ce moment !* », explique-t-il à une réunion (octobre 2011). Une quarantaine de membres se rassemblent autour de lui.

1.4. Les membres de l'APCP

Étudier une « collectivité concrète de l'action collective » comme cette association nécessite d'interroger les acteurs qui sont derrière cette abstraction. Pour D. Segrestin, ce sont en effet les personnes qui sont les moteurs de la mobilisation (les membres) et non pas les enjeux ou les idées autour desquels ils sont rassemblés (le conseil de presse) : « Le champ des relations professionnelles est un champ d'action où s'affrontent non des rationalités

alternatives mais des acteurs en conflit » (1980, p. 174). L'Association de préfiguration d'un conseil de presse compte une quarantaine de membres (38 en 2011 ; 46 en 2012). Pour dénombrer les membres de l'association, j'ai dressé une liste des participants lors de dix-sept réunions consécutives (entre avril 2011 et décembre 2012 : cf. tableau 22 et annexe 21) et la composition du conseil d'administration (2011 ; 2012 ; 2013 : cf. tableau 23). Pour chacun de ces échantillons, les acteurs ont été classés selon leur situation professionnelle (en activité ou retraité) et selon le groupe représenté (journaliste, employeur ou public). Pour contrer les effets liés au roulement des participants (notamment pour ceux de la société civile), deux mesures sont utilisées : la première porte sur le nombre de participants et la seconde sur le « poids » de chaque participant. Ainsi, le fait que chaque personne ne participe pas au même nombre de réunions est pris en compte : une personne ayant participé à x réunions (ou élu à x conseil d'administration) a un poids x (nombre de participations)[9].

Tableau 22 - La participation aux réunions de l'APCP

	Journaliste	*Employeur*	*Public*	*Total*
Participants	20	2	14	36
%	55,6	5,6	38,9	100
Poids	100	26	74	200
%	50,0	13	37	100

	En activité	*Retraité*	*Total*
Participants	25	11	36
%	69,4	30,6	100
Poids	127	73	200
%	63,5	36,5	100

Au cours des dix-sept réunions mensuelles de l'APCP qui se sont tenues entre avril 2011 et décembre 2012, trente-six personnes ont été présentes. L'assiduité varie entre une et dix-sept réunions pour une assiduité moyenne d'une réunion sur trois environ. Le nombre de participants oscille entre six et dix-neuf. Il est maximal lors des assemblées générales (en décembre). Les journalistes sont la catégorie la plus représentée : ils contribuent à la moitié des participants aux réunions. L'Association compte un tiers de retraités dont l'activité est proportionnellement plus importante que celle des personnes en activité. L'action de l'Association est donc principalement menée par des journalistes et par des retraités.

[9] Lecture de la colonne « journaliste » du tableau 22 : parmi les 36 personnes qui ont participé à au moins une des dix-sept réunions de l'APCP, 20 sont journalistes, soit 55,6 %. Parmi les 200 participations (une personne qui participe une fois à une réunion à une participation d'un), 100 sont journalistes donc 50 % des participations sont le fait de journalistes.

Tableau 23 - Les membres du conseil d'administration de l'APCP

	Journaliste	*Employeur*	*Public*	*Total*
Participants	12	2	10	24
%	50,0	8,3	41,7	100
Poids	22	4	17	43
%	51,2	9,3	39,5	100

	En activité	*Retraité*	*Total*
Participants	18	6	24
%	75,0	25,0	100
Poids	29	14	43
%	67,4	32,6	100

Parmi les trente-six participants aux réunions, vingt-quatre ont été membres du conseil d'administration de l'APCP pendant au moins une année entre 2011 et 2013. On retrouve des résultats similaires à ceux précédemment établis : les journalistes sont majoritaires parmi les membres du conseil d'administration et occupent deux des trois postes du bureau (président et trésorier). Les retraités participent activement au conseil et restent plus longtemps en fonction ce qui explique que leur poids soit assez supérieur à leur nombre : un quart des participants sont retraités mais ils représentent le tiers des sièges sur trois ans. Face à ce poids important des retraités, l'Association rencontre un problème de renouvellement générationnel qui a été plusieurs fois évoqué en marge des réunions : « *On est toujours les mêmes dans les structures de réflexion* […] *Il n'y a pas de relève, c'est grave* » (entretien, membre à la retraite de l'APCP). À la dernière assemblée générale (décembre 2012), seuls quatre des vingt-six personnes présentes (participants et observateurs) ont moins de quarante ans.

En ce qui concerne la répartition en termes de genre des membres de l'Association, les hommes sont surreprésentés : parmi les quarante membres mentionnés dans les comptes rendus des réunions, vingt-sept sont des hommes (67,5 %). Ce chiffre n'est pas étonnant : de manière générale, seulement 30 % des femmes adhèrent à une association contre 38 % des hommes en 2006 selon l'INSEE[10].

Ainsi, les membres de l'APCP travaillent à un projet de conseil de presse en France pour rétablir la confiance du public dans l'information. Ses membres (une quarantaine) se réunissent régulièrement pour travailler sur une maquette, mais aussi sur des sujets connexes (répertoire de cas de déontologie, organisation de rencontres, etc.). Les conceptions du produit et du journaliste sous-jacentes sont liées à l'exercice d'une profession démocratique. Le journaliste doit produire une information de qualité au service du citoyen. En pensant le

[10] [En ligne] [URL : http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1226#inter6], consulté le 23 juillet 2013.

journaliste dans un système démocratique plus large, cette association entend représenter les intérêts des « bons » journalistes, mais aussi de l'ensemble de la profession et de son public.

Section 2. Une position originale : représenter la profession et le public

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse n'adopte pas l'une des positions classiques des relations professionnelles (défendre les intérêts des travailleurs, des employeurs ou de la puissance publique). Elle entend représenter toute la profession (à la fois les journalistes salariés et leurs employeurs). Par ailleurs, en tentant d'intégrer le public à ses réflexions, elle pose la question de l'apparition d'une nouvelle position : la défense des intérêts des clients. Les écarts entre cette position de principe singulière et la position effective de l'Association sont interrogés.

2.1. Une association mixte

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse regroupe tout le corps professionnel c'est-à-dire à la fois les journalistes salariés et leurs employeurs. C'est une association mixte qui tente de sortir des divisions classiques entre les représentants des salariés et les représentants des employeurs, dans lesquelles les syndicats et les sociétés de journalistes restent selon eux empêtrés. L'Association tente de diffuser ses idées dans toute la profession.

2.1.1. Regrouper toute la profession

La première association de journalistes, l'Association de la presse républicaine départementale a été créée en 1879. La fin du XIXème siècle voit ces structures se multiplier en France et culminer à quatre-vingt deux en 1910 (Ruellan, 2011, p. 47)[11]. Ces premières associations regroupent les salariés et leurs employeurs c'est-à-dire l'ensemble de la profession[12]. Aujourd'hui, la plupart des associations ne représentent plus que les journalistes salariés, réunis par domaines de compétences (médicale, gastronomie et vin, information

[11] Pour des détails sur ces associations, voir Chapitre 1 : 1.3.2.

[12] Par souci de clarté, on utilisera ici « professionnels » pour désigner tous les membres de la profession (salariés ou employeurs) ; « journalistes » pour les salariés et « éditeurs » pour les employeurs (dont certains sont également journalistes).

sociale etc.), par caractéristiques sociales (femmes, européens, de Toulouse et de Midi-Pyrénées etc.) ou professionnelles (pigiste). L'APCP occupe une place particulière dans le paysage des associations françaises puisqu'elle entend représenter les intérêts de toute la profession. Elle est « corporatiste » dans son organisation c'est à dire qu'elle entend regrouper tous les membres de la profession quelque soit leur statut (salarié ou employeur)[13]. Sa dynamique s'inscrit donc davantage dans l'esprit des premières associations que dans les réseaux de sociabilité de travailleurs que constituent les associations de journalistes actuelles. Le président de l'APCP compare ainsi l'action de son Association à celle du Comité général des associations qui, dès 1898, regroupe toute la profession. L'APCP constitue ainsi « un vestige d'une période présyndicale » (Barthélémy, Pigenet, 2004, p. 91) dans la mesure où elle est attachée à la préservation d'une unité corporative.

2.1.2. Sortir des divisions entre salariés et employeurs

Cette position « mixte » s'explique par la volonté de sortir de l'affrontement entre salariés et employeurs, jugé « stérile » par les membres de l'Association. Cela est tout à fait original par rapport aux syndicats et aux sociétés de journalistes. Les sociétés de journalistes entendent dépasser les divisions entre les différents syndicats de salariés, mais elles ne regroupent, comme eux, que des salariés (pour la majorité d'entre-elles). Au contraire, l'APCP propose de dépasser les divisions syndicales (entre les différents représentants des salariés), mais aussi professionnelles (entre les membres de la profession) en rassemblant des représentants d'organisations de salariés, d'employeurs, mais aussi des salariés et des employeurs à titre personnel. Des dynamiques similaires se retrouvent dans d'autres secteurs. Par exemple, la représentation des éducateurs spécialisés s'est développée sous la forme associative et a en partie rejeté la constitution de syndicats, qui seraient un facteur de « fissuration du corps professionnel » en obligeant les acteurs à se définir comme employeurs ou comme salariés et plus seulement comme professionnels (Boussion, 2004, p. 166). Cette unité professionnelle est traduite dans la maquette du conseil de presse qui propose d'attribuer une place égale aux représentants des salariés et aux représentants des employeurs (huit titulaires, huit suppléants) dans le comité délibératif en charge de rédiger les avis. L'organisation syndicale est dépréciée par rapport aux associations dont l'action serait plus libre ou démocratique. La situation est similaire dans le cas de la défense du droit au

[13] Pour une définition de « corporatiste » au sens d'organisation ou au sens de l'intérêt défendu par les acteurs, voir Chapitre 4.

logement. L'action de l'Association droit au logement (DAL) est beaucoup plus souvent relayée que celle de la confédération nationale (syndicale) du logement (Havard-Duclos, 2004, p. 194). Sur des questions aussi larges que le droit au logement ou la qualité de l'information, les dynamiques associatives peuvent s'avérer plus porteuses que celles des syndicats.

L'organisation des sociétés de journalistes (centrée sur l'entreprise) est, comme celle des syndicats, critiquée par les responsables de l'Association. L'APCP a pris contact avec le Forum des sociétés de journalistes lors de sa création mais n'entretient plus de contacts avec ses représentants. La question est régulièrement posée de la possibilité de travailler avec le Forum dont les sociétés traitent également d'éthique et de déontologie. Leur participation au conseil de presse (un siège pourrait leur être accordé dans le collège des représentants des journalistes) a été étudiée mais rejetée au prétexte qu'elles ne sont pas « *représentatives* » (réunion APCP, avril 2011) ou qu' « *elles n'existent plus* » (réunion APCP, septembre 2012). Elles constituent en fait un frein à l'action de l'Association en proposant une solution concurrente aux problèmes d'éthique (en interne dans les entreprises).

2.1.3. Quelle participation effective des employeurs ?

Le suivi des membres de cette Association dans leurs différentes actions permet d'évaluer concrètement la place qu'y tiennent les employeurs de presse. Le dénombrement des participants aux réunions de l'APCP (cf. tableau 22) et des membres de son conseil d'administration (cf. tableau 23), montre que leur participation est assez limitée. Lors des dix-sept réunions auxquelles j'ai assisté (entre avril 2011 et décembre 2012), seuls deux représentants des employeurs étaient présents. Ils sont tous deux membres de la Fédération des agences de presse. Leur singularité tient au fait qu'ils sont d'anciens journalistes : « *La particularité des agences, c'est que plus de la moitié des patrons, des créateurs d'agences de presse, sont des journalistes* », explique l'un d'entre eux (entretien). Ce sont des employeurs qui ont exercé une partie de leur carrière comme journaliste salarié : « *Les employeurs me considèrent comme un collègue parce que j'ai été directeur d'agence pendant quinze ans* […] *mais j'ai aussi un parcours de journaliste* » (*ibid.*). Les employeurs membres de l'APCP ont donc un profil particulier. Les réunions de l'Association se déroulent systématiquement au siège de la Fédération des agences de presse. Les employeurs compensent leur nombre en mettant un lieu à la disposition des participants et en s'impliquant très fortement (très peu

d'absences). Leur « poids » est plus important que leur effectif. À deux, ils pèsent pour 13,1 % des participants et 9,3 % des membres du conseil d'administration.

L'Association, en intégrant les journalistes salariés et leurs employeurs dans une même structure, tend à gommer leurs différences et leurs intérêts contradictoires. La visée « corporative » n'est finalement que partiellement réalisée. L'investissement des employeurs reste limité à deux d'entre eux. À côté des professionnels, l'Association a également essayé d'intégrer des représentants du public.

2.2. La participation du public : caution ou nouveauté ?

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse adopte une position singulière en essayant d'intégrer des représentants du public. De même que pour les employeurs, cette volonté est assez loin d'être réalisée. L'Association reste majoritairement dominée par des journalistes.

2.2.1. Représenter le public

L'originalité de l'APCP est de regrouper des représentants du « public » et des représentants de la profession dans une structure commune. Classiquement, les acteurs des relations professionnelles représentent les intérêts des salariés, des employeurs (ou de la profession si les salariés et les employeurs sont communs) ou de l'État. Un certain nombre de travaux récents ont mis au jour l'apparition d'acteurs qui adoptent de nouvelles positions et notamment la défense des apporteurs de capitaux (Conchon, 2012) ou des utilisateurs finaux (Bellemare, 2000). Dans une enquête sur les sociétés de service technologique aux entreprises, M.-J. Legault et G. Bellemare (2009) montrent que le « pouvoir du client » ne doit pas être analysé comme un « contexte » extérieur au système des relations professionnelles mais comme un nouvel « acteur » des relations professionnelles car il agit sur la régulation même de la profession. Dans le cas de l'APCP, les « utilisateurs finaux » ou les « clients » sont regroupés sous la dénomination « public ». Les membres de ce public se sont regroupés dans des associations qui les représentent (cf. encadré 29). L'APCP est ouverte à tous les professionnels, mais aussi à des non professionnels. Le recrutement d'adhérents non professionnels est un enjeu important pour l'Association. C'est l'expérience que j'en ai eue. Suite à un entretien avec le président de l'Association (mars 2011), celui-ci me propose immédiatement d'adhérer (par courriel) : « *J'ai pensé que vous seriez bien avec nous à l'APCP. Si vous avez un peu de temps encore (une réunion par mois si on veut, des échanges*

par courriel et un ou deux temps forts dans l'année, une cotisation de quinze euros). Pardonnez ma franchise ». Les membres non professionnels de l'Association sont des personnes qui sont intéressées par ces questions. On retrouve des chercheurs, des élus et des représentants d'associations sensibles à ces questions.

Encadré 29 - Les associations (non journalistiques) membres de l'APCP

Parmi les non professionnels membres de l'APCP, on retrouve les représentants de plusieurs structures et notamment de :

- L'Alliance internationale de journalistes : créée en 2004, l'Alliance est à l'origine de la création de l'APCP. C'est un réseau informel financé par une fondation (Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme). Elle travaille sur la responsabilité journalistique. Créée par des journalistes, elle intègre aujourd'hui des chercheurs.
- Les Associations familiales catholiques (AFC) qui représentent 30 000 familles adhérentes.
- L'Association pour la qualité de l'information (AQIT) : créée en 2003 par des non journalistes, cette association œuvre en faveur de la qualité de l'information qui permet « l'acuité » des citoyens.
- Enjeux e-médias (anciennement Information et citoyenneté) : créée en juillet 2008, cette association réunit des mouvements d'éducation populaire (dont la Ligue de l'enseignement) et entend « défendre le droit des citoyens à une information de qualité, pluraliste et indépendante » et « promouvoir la formation aux médias »[14].
- Europe Créative : *think tank* européen en faveur de la « créativité citoyenne, politique, entrepreneuriale »[15].
- Les Indignés du PAF : créé en 2006, le collectif « les Indignés du PAF » se présente comme « un mouvement citoyen né d'un fait précis » : un faux reportage diffusé sur TF1[16].
- La Société des lecteurs de *Libération* qui a été créée en 2006.

Les termes utilisés pour caractériser les non professionnels sont multiples. Cette pluralité peut être classée en deux catégories qui renvoient en fait à deux façons différentes de justifier la participation de non professionnels à l'APCP. Les termes « clients » ou « public » désignent les consommateurs de l'information qu'il faut associer dans l'entreprise de crédibilisation de l'information qui est mené à leur égard. La maquette du conseil de presse propose ainsi qu'un tiers des sièges soit réservé au public « *qui exerce ainsi son droit à l'information de qualité* » (maquette, 2011)[17]. Les termes « citoyens » ou « société civile » renvoient pour leur part à une autre dimension liée à l'idée que l'activité journalistique et la

[14] [En ligne] [URL : http://www.enjeuxemedias.org/Objectifs], consulté le 23 juillet 2013.
[15] [El ligne] [URL : http://www.europecreative.eu/lethinktankcitoyen/], consulté le 20 septembre 2013.
[16] [En ligne] [URL : http://lesindignesdupaf.org/qui-sommes-nous/], consulté le 23 juillet 2013.
[17] Pour les modalités concrètes selon lesquelles les représentants du public seraient choisis, voir Encadré 12.

production de l'information sont un vecteur de la démocratie. Cela explique que l'ensemble de la société doive participer à sa régulation : « *La situation malsaine de nos médias et de l'information qu'ils diffusent est un danger pour la démocratie* » (*Bulletin de l'APCP* n° 29, juillet 2013). Ces deux conceptions se mêlent. Quelle est la place concrète de ces non professionnels dans le fonctionnement de l'Association ?

2.2.2. Une participation des représentants du public

Les non journalistes représentent un nombre important des participants à l'APCP. Parmi les trente-six personnes ayant participé à une réunion entre avril 2011 et décembre 2012 (cf. tableau 14), quatorze ne sont pas des professionnels de l'information. Ils représentent plus du tiers des présences en réunions. Ils sont également bien représentés au conseil d'administration qui a compté dix élus non professionnels entre 2011 et 2013 (cf. tableau 15).

Ces adhérents s'impliquent dans la vie de l'Association qui tente d'associer les professionnels et les non professionnels. Par exemple, des binômes « journaliste / non journaliste » ont été constitués au cours de l'hiver 2012 pour mener une campagne d'entretiens avec les candidats à l'élection présidentielle (*infra*). Par ailleurs, une place spécifique est attribuée aux représentants du public dans la rubrique « *public citoyen* » du *Bulletin*. Dans chaque numéro, un non professionnel doit donner ses impressions sur un fait en lien avec la déontologie de l'information. Une contribution au *Bulletin* par la rédaction d'un article dans cette rubrique m'a été demandée par le président de l'Association dès ma première réunion : « *Il me faut quelqu'un pour la rubrique public citoyen. Et si on bizutait Camille !?* » (Réunion APCP, avril 2011.) Il est intéressant de noter que la rédaction d'un article constitue le « rite de passage » pour entrer dans l'Association, y compris pour les membres représentant le « public ». Dans la rubrique « public citoyen », il m'a donc été demandé de livrer mes impressions de « citoyenne » sur un cas de dérive journalistique (reproduit en annexe 22). Malgré l'existence de cette rubrique, la majorité des articles du *Bulletin* est rédigée par des professionnels. Sur les quatre-vingt neuf articles signés parus dans les vingt premiers numéros du mensuel de l'Association, moins de un sur cinq est écrit par un non professionnel (18,1 %). Si des représentants du « public » ont trouvé une place dans l'Association, les initiatives restent avant tout du fait des professionnels.

2.2.3. Une domination des professionnels de l'information

Malgré la participation de non professionnels, l'APCP reste dominée par les professionnels et notamment par les journalistes comme en atteste leur place dans les réunions et les conseils d'administration (cf. tableaux 14 et 15). Lorsque l'Association fait l'état de ses forces, le soutien de la « société civile » est régulièrement soit oublié, soit cité en dernier. Par exemple, lors d'une réunion en janvier 2012, le président énonce toutes les institutions partenaires de l'APCP dans le projet de création d'un Observatoire de la déontologie de l'information. Après avoir listé les représentants des salariés et des employeurs, son voisin les compte : « *C'est tout ? Ah non ! Il y a aussi les citoyens !* » Cette abstraction « *les citoyens* » montre la difficulté à faire participer le public qui ne constitue pas une communauté homogène : « Le public n'existe pas », explique D. Ruellan et sa convocation est en partie rhétorique (2011, p. 201). Cette difficulté est rapportée lors d'une assemblée générale : si l'ouverture plus large à la société civile constitue « *un enjeu majeur* », le projet rencontre un certain nombre de « *déconvenues* » (CR, AG APCP, décembre 2010). C'est le constat qui a pu être tiré d'une demi-journée de réflexion organisée par l'Association. Entre janvier et mai 2013, les réunions de l'APCP ont pour partie été consacrées à l'organisation d'un colloque, qui s'est tenu en juin 2013 à la Sorbonne. Au départ, l'idée est de rassembler des représentants des journalistes, des éditeurs, du public et des partis politiques. Les comptes rendus des réunions montrent l'effacement progressif du « public » dans le programme. Alors que ces quatre acteurs sont au départ distingués (CR, réunion janvier 2013), le public est intégré aux professionnels (« éditeurs et public, journalistes et public, politiques », CR, réunion mars 2013) avant de disparaître. Les trois tables rondes sont finalement intitulées : « l'avis des journalistes » ; « l'avis des éditeurs » ; « l'avis des politiques ». Deux représentants du « public » sont invités à s'exprimer à la fin des tables rondes mais les organisateurs oublient au départ de les y appeler. La participation du « public » apparaît alors comme « une caution » plutôt que véritable.

Par ailleurs, les professionnels membres de l'Association disposent d'une compétence sur leur profession qu'ils ne sont pas toujours prêts à partager. J'ai pu le constater lors de l'arrivée d'un représentant d'une nouvelle association, porteuse d'initiatives citoyennes pour la qualité de l'information, en mars 2012 au sein de l'APCP. Son représentant est repris de manière assez sèche par deux journalistes suite à une erreur qu'il fait à propos d'un article de la convention collective des journalistes. Un journaliste le questionne sur le nombre d'adhérents de son association et sur la légitimité du petit nombre alors qu'il n'est pas très

inférieur à celui des membres de l'Association. Ainsi, face aux difficultés à représenter effectivement l'abstraction « public », et pour ses représentants, à appréhender les enjeux d'une revendication strictement professionnelle, la participation du public reste limitée à une fonction de support des initiatives prises par les professionnels. Si la figure du public est convoquée pour justifier certaines actions, sa participation effective est donc à nuancer (Ruellan, 2011, p. 200). L'APCP constitue en fait davantage un porte-parole du public.

L'APCP s'est donc construite sur des revendications éthiques et regroupe des professionnels et des non professionnels chargés de dessiner un conseil de presse à la française. En intégrant l'ensemble des membres du corps professionnel, elle concourt à la négation de la subordination salariale du journaliste. Comme pour les professions libérales, tous les professionnels, qu'ils soient salariés ou employeurs, se retrouvent dans la même structure. L'ouverture de l'Association à des non professionnels, censés représenter « le public », constitue une spécificité importante par rapport aux acteurs précédemment étudiés (syndicats et sociétés de journalistes). Cependant, l'unité autour du métier de journaliste reste le ciment du collectif. La « collectivité concrète de référence » reste donc celle des professionnels mais n'est pas centrée sur la condition salariale (les journalistes salariés uniquement) comme dans les organisations syndicales. Les membres de l'Association entendent participer à la régulation de l'activité journalistique qui se déroule dans les entreprises. Pour cela, ils prônent une alternative à la négociation collective instituée.

Section 3. De la préfiguration à la délibération dans de nouveaux espaces

L'APCP tente de réinventer les règles du dialogue sur les questions éthiques. Ses membres pointent les limites du système de négociation paritaire (entre les instances dites « représentatives » des journalistes salariés et de leurs employeurs, sous l'égide ou non de l'État). Ils proposent de contourner le dialogue social institué pour discuter dans de nouveaux lieux plus « neutres ».

3.1. Les échecs du paritarisme

L'action syndicale n'est pas étrangère aux questions de qualité de l'information et de régulation éthique de la production journalistique. Le Syndicat national des journalistes s'est

créé notamment pour instituer des principes déontologiques qui s'appliqueraient à tous les journalistes. En dépit de demandes régulières, aucun dispositif déontologique (texte) ou éthique (instance) n'a abouti[18]. À l'initiative de l'APCP et de l'association « Journalisme et citoyenneté », un tour de table est organisé avec des représentants de la profession, et notamment de syndicats de salariés et d'employeurs, à Strasbourg en novembre 2010. Chaque participant est invité à expliquer la position de son organisation sur un code de déontologie et une instance éthique. Les responsables de l'APCP se félicitent de cette rencontre qui a permis à chacun de s'exprimer : « *La volonté de dialogue et de transparence a prévalu sur les vieilles querelles. Bravo à tous !* » (*Bulletin de l'APCP* n° 2, décembre 2010.) Cet événement est jugé « *historique* » : « *De mémoire de (vieux) journaliste, on ne se souvient pas d'une telle rencontre* » (*ibid.*)[19]. À cette occasion, les partenaires sociaux exposent conjointement leurs points de vue dans un climat apaisé.

Mais lorsque les représentants des syndicats et d'employeurs se retrouvent quelque mois plus tard, non plus pour un « tour de table » mais pour une négociation paritaire sur une charte de déontologie, celle-ci s'avère beaucoup plus tendue. Un membre de l'Association explique : « *Ils ne veulent pas signer sur le même papier* » (*ibid.*). Le paritarisme et la négociation collective sont assimilés par les membres de l'Association à une « *machinerie professionnelle extrêmement lourde à remuer* » (CR, AG APCP décembre 2010). Bien que plusieurs membres de l'Association soient adhérents, à titre personnel, à des syndicats de journalistes (SNJ et CFDT) ou d'employeurs (FFAP, SNRL), les difficultés des partenaires sociaux à aboutir à des accords sont mises en avant. Cela mène à « *des ratés surprenants* » selon des membres de l'association (*ibid*.). Cet échec de la négociation collective classique, largement discuté en réunion, justifie la stratégie de l'APCP de « court-circuiter » le système paritaire. Les responsables de l'Association proposent donc de travailler « *hors paritarisme* » (*ibid.*). Un travail conjoint doit être conduit avec des personnes mais pas avec des institutions : « *Le poids des institutions est un frein mortel* », explique un employeur à une réunion (septembre 2011). Pour conserver cette posture, l'Association choisit ses représentants dans les différentes manifestations parmi ceux qui ne sont pas trop proches d'une institution représentative. Lors de la préparation des Assises de 2011, l'idée d'envoyer un membre de l'APCP affiliée à l'USJ-CFDT est rejetée pour ce motif : « *Elle est trop connotée CFDT* » (réunion APCP, octobre 2011).

[18] Pour des détails sur ces actions, voir Chapitre 3 et Chapitre 4.

[19] Sur les échecs de cette négociation sur une charte commune, voir Chapitre 3 : 2.2.2. et Chapitre 4 : 1.3.3.

3.2. De la préfiguration à la délibération en terrain neutre

L'action de l'APCP s'inscrit en parallèle de la constitution de nouveaux lieux de débats dans lesquels la qualité de l'information et la régulation de l'activité journalistique sont discutées. L'échec des négociations paritaires sur ces questions mène certains acteurs de la profession à créer de nouveaux lieux d'échange en dehors des instances paritaires et de la négociation collective instituée. Parmi ces instances, l'APCP est particulièrement représentée lors des Assises internationales du journalisme qui se tiennent annuellement depuis 2007. Les Assises s'étant déroulées au mois d'octobre en 2011 et 2012, les réunions de l'APCP de septembre et octobre 2011 et 2012 ont été largement consacrées à la préparation de l'intervention de l'Association dans cet espace. Par ailleurs, un numéro du journal mensuel de l'Association est consacré chaque année à la restitution des différents ateliers (*Bulletin de l'APCP* n° 11, spécial Assises 2011 ; n° 21, spécial Assises 2012). Pendant les Assises, des ateliers sont consacrés aux questions d'éthique. C'est l'occasion pour l'APCP de discuter avec les organisations de salariés et d'employeurs qui y sont représentées. Lors de la préparation de l'atelier des Assises « *pour une veille déontologique* » de 2011, organisé par l'Association, des membres de l'APCP suggèrent que soient représentés à la tribune un syndicat d'employeurs, un syndicat de salariés, un médiateur de presse et un représentant de la « société civile » (réunion APCP, septembre 2011). Un groupe de négociation *ad hoc* est ainsi constitué.

En essayant de dialoguer en dehors du processus de négociation collective instituée, il se met en place un processus de « délibération » c'est-à-dire d'échanges de points de vue[20]. Il s'instaure une forme de « dialogue civil » qui intègre toutes les parties prenantes et dépasse le « dialogue social » (entre les partenaires institués) plus classique. Les discussions sont centrées sur la recherche de solutions consensuelles dans un processus d'« ouverture délibérative », comme dans le cas du dialogue social européen étudié par C. Didry et A. Jobert (2011). La constitution de « nouveaux espaces de délibération » permet ainsi d'intégrer des acteurs nouveaux non légalement représentatifs aux discussions sur l'organisation de la profession. Ainsi, si cette association n'est pas reconnue comme légalement représentative des professionnels, elle a sa place dans ces nouveaux lieux en participant au processus de délibération au cours duquel les acteurs légalement représentatifs et les autres peuvent échanger. Par exemple, en novembre 2010, des organisations syndicales (SNJ, CFDT, CGT,

[20] Qui ne se limite pas à « un salon professionnel » ou « des espaces de sociabilité » (Ruellan, 2011, p. 227).

CFTC) et non syndicales (Forum des SDJ) de salariés expriment leurs opinion à côté des organisations d'employeurs (SPPMO, SPM, FFAP, SPHR, SPIIL), de médiateurs (RFI, TF1, Radio France), des responsables de rédaction (Europe 1, M6), d'associations citoyennes (Information et citoyenneté, Associations familiales catholiques) et d'élus politiques (UMP, Modem, PS, Europe Ecologie - Les Verts et PCF). L'APCP est donc à l'origine d'une rencontre qui rassemble les acteurs de la profession et les politiques autour d'enjeux éthiques. L'Association contribue ainsi à la discussion de nouvelles règles professionnelles et signe son appartenance au système de relations professionnelles du secteur de l'information. Cependant, en sortant du processus paritaire et des règles de procédures qui l'accompagnent, il lui est difficile de faire aboutir des projets concrets. Comme l'a bien montré Dunlop (1958), les règles de procédure jouent un rôle important dans la négociation des règles de contenu.

3.3. Les limites du processus de délibération

Cependant, ce processus délibératif a des limites. Après les échecs de la négociation collective sur la charte et l'élection d'un nouveau gouvernement, l'APCP a organisé, en partenariat avec l'association Journalisme et citoyenneté, une édition spéciale des Assises du journalisme en juin 2013 à Paris. Sur le modèle de la table ronde organisée en novembre 2010 à Strasbourg, l'APCP organise une rencontre entre les représentants des syndicats de salariés (SNJ, SNJ-CGT, USJ-CFDT), des représentants des syndicats d'employeurs (SPIIL, FFAP, FNPS)[21] et des employeurs (qui s'expriment à titre personnel : Louis Dreyfus du *Monde* et Laurent Joffrin du *Nouvel Observateur*), des représentants des partis politiques (PS, UMP, EELV, PCF-Front de Gauche) et des représentants du « public » (Association des lecteurs de *Sud Ouest*, Enjeux e-médias). Cette rencontre vise à « *sortir des débats théoriques et arrêter de tourner en rond comme un poisson rouge dans un bocal* », explique l'un de ses organisateurs. Elle est finalement moins l'occasion d'une délibération collective que d'une présentation conjointe des positions respectives de chacun. Organisés en trois tables rondes (journalistes ; éditeurs ; politiques), les intervenants exposent tour à tour leur position en tentant de répondre à la question posée initialement : « Créer une instance de déontologie : pourquoi et comment ? ». Les présentations sont indépendantes les unes des autres et ne se répondent pas. Par exemple, alors que le représentant de l'USJ-CFDT interroge explicitement les autres organisations sur la manière dont un conseil de presse peut améliorer la qualité de

[21] Syndicat de la presse indépendante en ligne ; Fédération française des agences de presse ; Fédération nationale de la presse d'information spécialisée.

l'information (avec notamment la multiplication de médias numériques et les réseaux sociaux), aucun intervenant ne lui répond. Le temps de parole de chaque intervenant est court (cinq minutes par personne) et les prises de parole aux moments de « débats » (entre les tables rondes) très limitées (j'ai compté quinze interventions durant les quatre premières heures). Enfin, aucune table ronde n'est consacrée aux représentants du « public » (*supra*). L'observation de cette demi-journée de travail à la Sorbonne permet ainsi de nuancer les résultats concrets du processus délibératif.

Si l'Association est à l'origine de rencontres entre des institutions qui s'opposent dans les négociations collectives, elles permettent un échange de points de vue plutôt qu'un réel « dialogue civil ». Les membres de l'Association se trouvent dans ces lieux et dans ces moments en interaction avec les acteurs institués des relations professionnelles. Il faut préciser les liens qu'ils entretiennent et les stratégies qui sont mises en œuvre.

Section 4 : Entretenir des liens et diffuser ses idées : l'établissement d'un acteur pertinent

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse entretient des liens avec les acteurs classiques des relations professionnelles (syndicats de salariés, d'employeurs et État). Son action s'inscrit dans un système qui lui préexiste et qu'elle vient transformer. Elle s'appuie sur les différents acteurs et des stratégies de mises en visibilité pour diffuser largement ses idées. Son action concrète est reconnue par les différents acteurs ce qui en fait un acteur pertinent et effectif du système de relations professionnelles.

4.1. APCP et syndicats professionnels : entre dialogue, concurrence et ignorance

Tout en souhaitant « sortir du paritarisme », l'Association inscrit son action dans un paysage institutionnel spécifique dans lequel les institutions représentatives doivent être prises en considération. Les journalistes sont déjà représentés par les syndicats (de salariés et d'employeurs). En centrant son action sur les questions de déontologie, l'Association concurrence ces acteurs à qui elle dispute des prérogatives. Les syndicats de salariés et d'employeurs ne peuvent ignorer son action.

4.1.1. Travailler en lien avec les syndicats professionnels

En France, le modèle syndical de représentation des intérêts professionnels demeure largement prépondérant. Il faut inscrire l'action des associations dans ce contexte. Comme les fondateurs des sociétés de journalistes[22], les membres de l'APCP considèrent qu'une coopération avec les acteurs classiques des relations professionnelles est indispensable pour crédibiliser le mouvement : « *Un conseil de presse serait inefficace sans l'aval de la profession* », c'est-à-dire des syndicats de salariés et d'employeurs, explique un journaliste (réunion APCP, juin 2011).

Pendant les réunions, il est régulièrement fait mention des initiatives syndicales. Le SNJ et l'USJ-CFDT proposent des instances éthiques assez proches de celle de l'APCP. Certains de leurs membres, adhérents à l'APCP à titre personnel, favorisent le dialogue entre les structures. La place à donner aux représentants des syndicats de journalistes dans la maquette a fait débat. En effet, dans une version antérieure de la maquette du conseil de presse, il était prévu que quatre des huit sièges titulaires (et quatre des huit suppléants) soient réservés aux organisations syndicales. Un éditeur membre de l'APCP met en doute cette répartition puisqu'il existe six syndicats de journalistes : « *Côté patronat, quand on veut qu'une négociation n'aboutisse pas, c'est exactement comme ça que l'on fait ! Il faut leur donner six sièges ou ce sera vécu comme une déclaration de guerre !* » (Réunion APCP, avril 2011.) D'autres sont en désaccord avec cette analyse et ne souhaitent pas que les syndicats « *tiennent le conseil de presse* ». La composition du collège a finalement évolué : une partie des sièges est réservée aux syndicats légalement représentatifs. Cela respecte les règles en vigueur dans les instances paritaires existantes (cf. encadré 30).

Encadré 30 - Répartition des huit sièges du collège journaliste du comité délibératif du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011)

Les organisations syndicales de journalistes ayant obtenu plus de 10 % des suffrages exprimés au premier tour des dernières élections à la CCIJP désignent quatre membres titulaires et quatre membres suppléants, au titre de ces organisations. Elles proposent une liste de vingt-quatre journalistes (non élus dans ces organisations) au collège des fondateurs pour les huit autres membres du collège (titulaires + suppléants). Les fondateurs choisissent dans cette liste, en fonction de […] : représentation des différents types de média ; appartenance et non appartenance à la hiérarchie rédactionnelle ; compétences diverses dans la chaîne de production ; intérêt marqué pour la déontologie et l'éthique professionnelles ; engagement en faveur de la profession.

[22] Pour rappel, voir Chapitre 5 : section 1.

Vu le paysage syndical actuel[23], les trois principales organisations (SNJ, SNJ-CGT et USJ-CFDT) seraient représentées au conseil de presse. L'Association souhaite ainsi ménager les syndicats. Cela a été le cas par exemple suite à la rédaction par des membres de l'Association d'une synthèse des chartes déontologiques existantes. Lors de la discussion autour de la valorisation de ce travail, le risque est pointé de heurter les syndicats, et notamment le SNJ très attaché à sa charte de 1918, en proposant un texte qui pourrait apparaître comme une nouvelle charte. Les membres de l'Association se mettent d'accord pour présenter ce texte comme un outil de travail afin qu'il ne fasse pas « *l'effet d'une bombe* » pour les syndicats : « *Le SNJ se bat encore et encore pour que son texte soit la seule référence. Si on veut qu'ils nous rejoignent sur la perspective d'un conseil de presse, il ne faut pas les braquer là-dessus* » prévient un participant (réunion APCP, juillet 2012). Par ailleurs, alors que la « représentativité » des syndicats est régulièrement questionnée, elle est au contraire mobilisée dans les cas où les syndicats vont dans le même sens que l'Association. Par exemple, suite à une déclaration du SNJ en faveur de la création d'une instance éthique, un membre de l'Association considère que « *70 % des journalistes* » y sont favorables. Il additionne ici les résultats du SNJ, de l'USJ-CFDT et du SJ-CFTC obtenus aux élections professionnelles de la Commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes. Enfin, le *Bulletin* relaie les différentes initiatives syndicales. La stratégie adoptée envers les syndicats de salariés est donc variable selon les intérêts de l'Association.

L'APCP entretient également des relations avec les syndicats d'employeurs. La Fédération française des agences de presse est la seule organisation patronale représentée dans l'Association (*supra*) mais des liens sont noués avec d'autres. Par exemple, le président de l'APCP a été auditionné en mars 2011 puis en janvier 2013 par le Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) qui souhaitait revoir sa charte et réfléchir à une instance éthique. Les règles proposées dans la maquette de l'APCP pour le choix des représentants des employeurs témoignent également d'un certain respect du système de négociation institué en donnant aux organisations d'employeurs le pouvoir de décisions (cf. encadré 31).

Encadré 31 - Répartition des huit sièges du collège éditeurs du comité délibératif du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011)

Les organisations professionnelles désignent quatre membres titulaires et quatre membres suppléants, au titre de ces organisations : deux pour la presse écrite, un pour l'audiovisuel, un pour l'information en ligne. Elles proposent une liste de vingt-quatre éditeurs (non élus dans ces organisations) au collège des fondateurs

[23] Qui a été présenté au Chapitre 4, section 1.

pour les huit autres membres du collège (titulaires + suppléants) ; les fondateurs choisissent dans cette liste, en fonction de […] : représentation des différents types de média ; intérêt marqué pour la déontologie et l'éthique professionnelles ; engagement en faveur de la profession.

Ainsi, l'APCP s'inscrit dans un système paritaire préexistant avec lequel elle est obligée de composer. En retour, les positions syndicales sont influencées par son action.

4.1.2. Accepter l'APCP ou l'ignorer au motif de sa non représentativité ?

Si l'APCP ménage les syndicats de journalistes, certains d'entre eux acceptent en retour de travailler avec elle. Le « carré logique » utilisé pour analyser les relations entre syndicats et sociétés de journalistes peut être repris ici (indépendance ; rivalité ; coopération ; subordination : Georgi, Mouriaux, 2004, p. 231)[24]. Ces positions sont des idéaux-types : les relations entre associations et syndicats peuvent prendre plusieurs de ces positions au même moment sur des sujets variables. Prenons l'exemple des liens entre l'APCP et le Syndicat national des journalistes. Si ce syndicat entend garder une place de choix dans les négociations qui portent sur la déontologie, il ne peut pour autant ignorer l'action parallèle menée par l'Association. Sans vouloir cautionner une initiative dont il n'est pas à l'origine, le SNJ adopte une position d'observateur : « *On avance sur la déontologie, avec des réflexions auxquelles on participe en tant qu'observateur, je pense notamment à l'APCP* », explique un responsable du SNJ (entretien). Il s'opère donc une convergence entre des organisations à statuts différents mais avec des intérêts communs qui ne se distinguent que par le statut : « *L'APCP, pour moi ce sont des partenaires* […] *Quand on parle de déontologie de toutes façons on n'est pas dans la concurrence, on est tous là, on est sur le même chemin et on est là pour défendre une qualité de contenu pour notre public* » (entretien responsable SNJ).

Cependant, le SNJ peut également apparaître comme un concurrent de l'APCP. Alors que le Syndicat ne prend pas part à la fondation de l'Observatoire de la déontologie de l'information[25] initié par l'Association en septembre 2012, une motion est votée au Congrès d'octobre 2012[26] qui « *appelle à la création d'une instance déontologique* ». La mission et la composition de cette instance sont très proches de ce que propose l'APCP. Malgré la concurrence que cela représente, l'Association « *acte cette décision comme une grande avancée dans la profession et un renfort de poids pour propager les idées de l'APCP* » (CR,

[24] Présenté et analysé dans le Chapitre 5 : 3.4.
[25] Pour plus de détails sur les fonctions de cet Observatoire, voir Chapitre 3 : 3.3.3.
[26] [En ligne] [URL : http://www.snj.fr/spip.php?article4471], consulté le 12 mars 2013.

réunion APCP, novembre 2012). La déontologie est ainsi l'objet de stratégies de la part des organisations et configure des relations variables entre syndicats et associations qui veulent tout deux conserver l'initiative. Suite à cette motion, des membres de l'APCP pensent que l'Association doit « *reprendre la main* » (*ibid.*) pour que l'instance effectivement créée corresponde à sa maquette. L'Association a donc relancé ses contacts et notamment renoué avec le SNJ dont un ancien secrétaire général a participé, en tant qu'observateur, à l'assemblée générale de l'APCP en décembre 2012. À cette occasion, la position du SNJ a été précisée : « *Le SNJ ne boude pas l'APCP. On a beaucoup d'échanges dans et hors des réunions donc on veut travailler avec vous bien sûr, mais pas seulement, avec tous !* » (AG APCP, décembre 2012). Ainsi, si le Syndicat reconnaît la place importante que tient l'Association, les possibles concurrences poussent ses représentants à adopter une posture médiane entre indépendance et coopération.

Ces logiques variables entre syndicats et associations peuvent prendre la forme du rejet de l'un par l'autre. Bien que l'APCP ait acquis une certaine légitimité dans les processus de délibération hors paritarisme, certains acteurs lui dénient le droit de jouer un rôle dans la discussion des règles professionnelles. Tout d'abord, la plupart des organisations d'employeurs, et notamment dans la presse régionale, sont défavorables à la création d'un conseil de presse et délégitiment en conséquence l'action de l'Association qui le porte. De même, le SNJ-CGT, deuxième syndicat de journalistes, émet des réserves sur l'action de cette association : « *La déontologie, c'est un gros truc en ce moment, avec deux initiatives qui commencent fortement à nous énerver : les Assises du journalisme et l'APCP* » (entretien, responsable SNJ-CGT). La position du SNJ-CGT rappelle celle des syndicats CGT de cheminots qui remettent en cause dans les années 1920 le rôle des associations cheminotes qui sont pensées comme « des machines de guerre antisyndicalistes » qui court-circuitent l'action du syndicalisme (Ribeil, 2004, p. 122). Les associations professionnelles sont le lieu d'une « collaboration de classe » entre les salariés et les employeurs qui minent l'action syndicale. C'est pour cette raison que le SNJ-CGT est assez critique envers l'activité de l'APCP. Cependant, sa position est en train d'évoluer puisque l'un de ses représentants s'est déclaré « pas opposé » à une instance tripartite, bien que cela ne soit pas la priorité, lors d'une rencontre organisée en juin 2013 (*Bulletin APCP*, n °29, p. 3).

Les liens qui se nouent entre les différents acteurs au cours de rencontres concourent à une reconfiguration du système de relations professionnelles.

4.1.3. Une reconfiguration des relations professionnelles

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse est à l'origine de la création d'un Observatoire de la déontologie de l'information en septembre 2012. Pour cela, elle a lancé un appel aux organisations professionnelles, aux écoles de journalisme, aux entreprises de presse et aux associations citoyennes, à se rassembler pour élaborer conjointement les statuts de l'Observatoire. Il faut noter que le Forum des sociétés de journalistes n'est pas contacté, afin de ne pas heurter les organisations syndicales de salariés qui lui sont pour partie hostiles. Il se noue de nouvelles alliances au cours des réunions de préparation des statuts de l'Observatoire, qui dépassent l'opposition entre le collège journaliste et le collège employeur. Trois réunions de préparation ont réuni les organisations intéressées en janvier, mars et juin 2012. La première réunion réunit le 24 janvier 2012 trente personnes représentants différentes organisations. Du côté des organisations de salariés, sont représentés le SNJ, la CFDT (confédération et union des journalistes) et la CFTC. Du côté des employeurs, la FFAP (agences de presse), le FNPS (presse spécialisée), le SIRTI (radio et télévision indépendantes), le SNRL (radions libres), le SPIIL (information en ligne) et le SPM (presse magazine). C'est une nouvelle occasion pour les partenaires sociaux de discuter en dehors des instances paritaires. Les représentants de l'Association souhaitent que cet observatoire soit défini par l'ensemble des participants et précisent qu'il ne sera pas « *sous l'égide de l'APCP* » (CR, réunion ODI, janvier 2012). La deuxième réunion qui se tient le 23 mars 2012 est l'occasion d'échanger sur les statuts de l'Observatoire à partir d'un document de travail préparé par l'APCP. À cette deuxième réunion, seules seize personnes sont présentes (dont la moitié est membre de l'APCP). Un groupe de travail est créé dans lequel on retrouve, en plus de l'APCP, le même quatuor : une organisation de salariés, une d'employeurs, un médiateur et une association de la société civile. Une troisième réunion se tient en juin 2012 à partir d'une proposition de statuts rédigée par le groupe de travail (treize personnes dont neuf membres de l'APCP). Après ces trois réunions préparatoires, l'assemblée générale constitutive de l'Observatoire de la déontologie de l'information se tient le 12 septembre 2012. Elle signe une évolution du système de relations professionnelles en reconfigurant les alliances qui traditionnellement se lient entre salariés et employeurs et en « élargissant le cercle ». Deux syndicats de salariés (CFDT et CFTC) et deux syndicats d'employeurs (FFAP et SNRL : radios libres) sont réunis à côté d'associations citoyennes (information et citoyenneté, les indignées du PAF, etc.), d'Écoles de journalisme, de médiateurs et d'une association mixte (APCP) pour créer ensemble une instance éthique qui contribue à la régulation de l'activité

journalistique. Les membres de l'APCP sont donc pris dans un système de relations professionnelles complexe dans lequel ils interagissent avec les représentants des professionnels.

4.2. Diffuser ses idées : communication et prises de contact

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse tente de diffuser ses idées au-delà du cercle des professionnels. Pour cela, elle adopte plusieurs stratégies de communication. Tout d'abord, elle publie un journal de l'Association largement diffusé. Ensuite, elle prend contact avec des hommes politiques.

4.2.1. Se rendre visible

Pour diffuser ses idées, l'Association est à l'origine de publications régulières. Tout d'abord, une publication mensuelle (*Bulletin de l'APCP*) de l'Association qui répond à ses besoins de « *mieux communiquer* » constitue selon ses membres « *le meilleur vecteur* [que l'Association] *n'aie jamais eu* » (CR, AG APCP, décembre 2010). « *C'est un instrument formidable de visibilité !* », explique un membre de l'APCP (entretien) : diffusé à trois cents cinquante exemplaires à son lancement (novembre 2010), il est aujourd'hui envoyé à plus de sept cents personnes et rediffusé sur différents réseaux (CFDT, Europe Créative, etc.). La discussion du contenu de ce journal occupe systématiquement un moment au début de chaque réunion mensuelle (sur le modèle d'une petite conférence de rédaction). À côté de ce périodique, l'Association tente de faire connaître son action par un certain nombre de publications : entretien du président dans *Les clés de la presse* (2010), article dans la lettre hebdomadaire de la Fédération des maires de ville moyenne (2011), article dans la revue *Médias* (2011) etc. Par ailleurs, des membres de l'Association portent sa parole dans des manifestations publiques, et notamment aux Assises internationales du journalisme (depuis 2009), à un atelier de l'Union des clubs de la presse et des médias sur la déontologie (mars 2012), aux « entretiens de la confiance » (colloque au Sénat, mai 2012), à une soirée organisée par la Ligue de l'enseignement de Poitiers (mai 2012) ou encore au colloque de l'Association des conseils de presse européen (AIPCE) (octobre 2012). Les moyens de communication utilisés favorisent une large diffusion des idées de l'Association et expliquent que son action soit assez largement connue dans la profession malgré un nombre faible de membres. Par exemple, le premier secrétaire du Syndicat national des journalistes avoue lire régulièrement le *Bulletin* : « *Il y a des choses intéressantes dans le* Bulletin de l'APCP. [Il

cherche le dernier numéro dans ses affaires pour me le montrer] » (entretien). Dans cette entreprise de communication, la prise de contact avec des hommes politiques occupe une place importante.

4.2.2. Rencontrer les hommes politiques

Après quatre ans d'existence et le constat que les revendications portées par l'APCP n'avancent pas dans la profession[27], les membres de l'Association prennent des premiers contacts avec les représentants politiques en 2010 : « *L'année 2010 aura aussi été celle de nos débuts en politique ! Nous avons pris nos bâtons de pèlerins pour une première tournée des popotes* » (CR, AG APCP, décembre 2010). Les membres de l'Association voient dans la prise de contacts avec les politiques le moyen de diffuser leurs idées. Ils prennent contact avec des représentants politiques de fonctions diverses (exécutifs, élus régionaux, députés et sénateurs) sur l'ensemble de l'échiquier politique et rencontrent une partie d'entre eux. Par exemple, en mars 2011, le président de l'APCP a rencontré le président de la Fédération des maires des villes moyennes dont il a reçu le soutien. Après plusieurs demandes, il a également rencontré au printemps 2011 P. Bloche, responsable de la « commission média » au Parti socialiste, qui a assuré « *faire remonter ces revendications au sein du PS* » (réunion APCP, mai 2011). Les réunions de l'APCP s'ouvrent ainsi régulièrement par le bilan des prises de contact et le compte rendu de ces rencontres. Par ailleurs, le *Bulletin de l'APCP* se fait l'écho des entretiens avec les élus. Par exemple, Aurélie Filippetti, nouvellement ministre de la culture et de la communication a consacré un entretien à des membres de l'APCP dont la transcription figure dans le dix-huitième numéro du *Bulletin* (juin 2012). Selon elle, « *Le politique peut encourager la création d'une telle instance mais sans être trop dirigiste.* » Par ailleurs, plusieurs représentants politiques (PC, Europe Ecologie – Les Verts, PS, Modem et UMP) étaient présents aux « tours de table » organisés par l'Association en novembre 2010 et juin 2013. Ils se sont exprimés sur la question de la déontologie journalistique. Ces rencontres sont l'occasion pour l'Association de diffuser ses idées et d'exercer une pression diffuse sur la classe politique.

Des membres de l'Association ont également rencontré les représentants de plusieurs candidats à l'élection présidentielle de 2012. Lors de l'élection précédente (2007), l'Association nouvellement créée n'avait pas pu obtenir de rendez-vous et les rencontres s'étaient déroulées sous l'égide de l'Alliance internationale de journalistes (d'où l'APCP est

[27] Voir les débats entre « voie professionnelle » et « voie législative » au Chapitre 3, 3.1.

née). L'idée est lancée dès septembre 2011 : « *L'idée pour 2012 serait de les rencontrer pour questionner leur position sur la déontologie et une instance de régulation* » (réunion APCP, septembre 2011). Le principe est que des binômes, composés d'un journaliste et d'un non journaliste membres de l'APCP, rencontrent les candidats des différents partis politiques afin de leur poser deux questions générales : « *Pensez-vous qu'une instance et un code de déontologie soient nécessaires ? Si oui, comment souhaitez-vous y parvenir ?* » (AG APCP, décembre 2011). Un questionnaire commun est élaboré au cours de la réunion mensuelle de février 2012. Parmi les cinq questions posées, une porte directement sur le conseil de presse : « *Etes-vous favorable à la création d'une instance nationale de co-régulation déontologique pour l'ensemble des médias ?* » Les quatre autres questions portent sur un domaine plus large que celui défini par les statuts de l'APCP : droit des citoyens à une information libre, honnête et pluraliste ; degré d'intervention des pouvoirs publics sur ces questions ; conseil supérieur de l'audiovisuel ; rôle social des médias.

Des entretiens ont été menés avec des représentants de six partis (Front de Gauche, Europe Ecologie – Les Verts, PS, Modem, UMP et FN). J'ai participé avec deux journalistes (retraités) à un entretien avec une responsable du Front de Gauche le 4 avril 2012. Cette « interview », pour employer le langage journalistique, est intéressante dans la mesure où elle permet de mesurer l'écart entre la conception que je me faisais de l'entretien (recueil d'un avis) et la manière dont il était attendu que l'entretien soit mené (dans une posture militante). Nous avons rencontré deux militants du Front de Gauche (P. femme, 47 ans ; H. homme, 35-40 ans). Les représentants politiques sont là pour présenter et défendre leurs idées. Si le ton reste assez calme, P. précise plusieurs fois « *vous avez de la chance, ce matin, je reste calme* ». Les journalistes adoptent une posture militante : au delà du recueil de la position du Front de Gauche sur les questions médias, ils font des propositions de réformes. Les méthodes sociologiques apprennent à rester bienveillant avec les enquêtés. Sans que cela interdise la contradiction, elle doit être habilement menée (« je vais me faire l'avocat du diable mais… »). Au contraire, les journalistes contredisent frontalement le bilan que le Front de Gauche fait du traitement médiatique de la campagne de 2005, revenant sur ce thème alors que l'enquêté est en train de parler du conseil de presse, cœur du sujet de l'entretien. Les journalistes s'étonnent que je pose peu de questions tandis que je m'étonne de ces altercations et du fait qu'ils aient monopolisé un temps important de parole au détriment des représentants politiques. Ainsi, ces entretiens ne sont pas seulement l'objet de recueil de propos, mais aussi d'une action militante

pour diffuser leurs idées. Ils ont fait l'objet de comptes rendus dans les numéros 15 et 16 du *Bulletin de l'APCP.*

L'influence concrète de ces prises de contact est difficile à établir. C'est ce qui ressort des bilans des entretiens avec les candidats à l'élection présidentielle : « *Le conseil de presse n'intéresse pas la plupart des politiques* » constate l'un des membres (réunion APCP, mai 2012). Au-delà de cette influence réelle ou supposée, un acteur des relations professionnelles doit être reconnu par les autres acteurs comme tel. L'État joue ici un rôle.

4.2.3. Une reconnaissance de l'APCP dans le processus de consultation

L'État définit le statut des organisations et les habilite ainsi à participer ou non à la production collective de règles. L'État dispose ainsi du « monopole de l'attribution de la légitimité aux organisations représentatives d'intérêts particuliers » (Lallement, 2008, p. 65). Dans la représentation des travailleurs, ces droits sont accordés en priorité aux syndicats. Il n'est pourtant pas aisé de distinguer les syndicats des autres groupes de pression, souligne J.-D. Reynaud (1975, p. 14). Leur particularité réside dans leur statut, constitué par extension de la loi de 1884, mais surtout dans la communauté représentée qui est celle des salariés. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse est pour sa part une association classique régie par la loi de 1901 qui ne représente pas en tant que telle des salariés mais des professionnels et des « clients ». La participation des associations à l'élaboration des décisions publiques est très limitée (d'après le rapport Chertier, 2006). L'Association souhaite faire entendre sa voix à côté de celle des syndicats. Au cours du processus d'élaboration de la décision publique en France, la parole est donnée à de nombreux acteurs. La plupart des grandes lois adoptées en matière sociale ont été précédées de rapports effectués à la demande du gouvernement à partir de la consultation d'acteurs et d'experts (Bevort, Jobert, 2011, p. 110). Les organisations entendues ne sont pas seulement celles dites « représentatives ». D'autres « collectifs » peuvent donner leur avis lors de consultations. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse a été plusieurs fois auditionnée dans ce cadre. Par exemple, le 8 juin 2010, des membres de l'Association sont reçus par le groupe d'études sur la presse de l'Assemblée nationale à propos des dispositifs déontologiques chez les journalistes (AG APCP, décembre 2010).

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse participe ainsi effectivement aux discussions qui portent sur les questions de qualité de l'information et de régulation éthique

de l'activité. Sans être légalement instituée comme un acteur des relations professionnelles, cette association est reconnue par les syndicats et par l'État comme un acteur pertinent sur ces questions grâce à son action concrète.

Conclusion

L'Association de préfiguration d'un conseil de presse est une organisation collective dont le statut est défini par la loi de 1901 et qui travaille en faveur de l'adoption de nouvelles règles professionnelles *via* la modélisation d'un conseil de presse français. Elle adopte une position originale en regroupant l'ensemble de la profession (association mixte : représentants des journalistes et des éditeurs), mais aussi des représentants du « public » (comme clients) ou de la « société civile » (comme citoyens). En misant sur un dialogue social en dehors des structures paritaires mais en y intégrant les acteurs du paritarisme, l'Association favorise l'émergence à la fois de nouveaux lieux de discussion et de nouvelles procédures (délibération). Cela reconfigure les relations entre les professionnels en créant de nouvelles alliances qui transcendent les différences de « classe ». Ces processus de délibération se tiennent dans des lieux définis par les professionnels mais également sous l'égide de l'État, qui en invitant l'APCP à s'exprimer dans des procédures larges de consultation reconnaît son rôle dans l'élaboration d'une éthique journalistique. L'Association est considérée comme un acteur à part entière des relations professionnelles par la force de ses actions. Si les associations ne font pas partie des « partenaires sociaux » *stricto sensu*, l'APCP s'inscrit pour autant dans le système de relations professionnelles du secteur de l'information dans la mesure où elle concourt effectivement à la création de nouvelles règles encadrant la profession.

Comme les sociétés de journalistes, l'Association propose de dépasser la condition salariale des journalistes pour instituer une régulation de la profession propre aux professions libérales. Elle concourt ainsi à alimenter la tension entre la subordination salariale et l'exercice libéral de la profession, en concevant le journaliste comme le vecteur de la démocratie dont la régulation ne concerne pas seulement les professionnels.

Conclusion (II). Multiplicité d'acteurs et conceptions du journaliste

Les journalistes professionnels sont représentés par une multiplicité d'acteurs collectifs qui adoptent la position de défense de leurs intérêts. Le premier acteur, qui se retrouve dans tous les secteurs professionnels, est le syndicat de salariés. Sept organisations syndicales (six liées à des confédérations ou union et une catégorielle) regroupent des journalistes salariés au niveau des entreprises ou de la branche. La constitution de syndicats démontre la dimension salariale de la profession. Cependant, ils présentent des spécificités non négligeables par rapport au syndicalisme classique. Ils se constituent dans une logique de métier (et pas d'industrie) et sont dominés par un syndicat catégoriel, le Syndicat national des journalistes non confédéré. Cela donne aux revendications professionnelles spécifiques une importance forte. L'action syndicale s'inscrit dans la négociation collective instituée. Malgré la défense de dimensions professionnelles spécifiques au groupe professionnel particulier des journalistes, leur action concrète porte principalement sur la défense du journaliste salarié sur les mêmes thèmes que dans les autres secteurs (salaires, conditions de travail etc.). Les revendications spécifiques liées à l'indépendance d'exercice sont portées, à côté de l'action syndicale, par d'autres structures qui sont à la fois complémentaires et concurrentes.

Les sociétés de journalistes représentent tous les journalistes d'une rédaction. Elles entendent donner aux journalistes des droits supplémentaires à ceux qui sont liés à leur état de salarié et leur sont octroyés par le droit du travail. Ces droits sont d'abord des droits d'actionnaires puis des droits de « supers salariés » (liés au salariat et non plus à l'actionnariat mais supérieurs à ceux des autres catégories). Les instigateurs de cette forme de représentation considèrent que le journaliste doit bénéficier de droits dérogatoires au droit commun (comme le droit de regard sur la nomination du directeur de la publication ou sur la ligne éditoriale) qui vont plus loin que les droits classiques des salariés et concurrencent ainsi les institutions représentatives du personnel instituées par le droit du travail. Elles s'inscrivent, comme les syndicats, dans la négociation d'entreprise, voire de branche, mais se concentrent sur des enjeux particuliers et spécifiques aux journalistes. Les enjeux liés à l'indépendance et la qualité de l'information sont également portés par l'Association de préfiguration d'un conseil de presse. Sa structure, qui intègre toute la profession et pas seulement les travailleurs, ainsi que le « public », est originale par rapport aux syndicats et aux sociétés de journalistes qui ne représentent que des travailleurs. Son action repose sur la

conception du journalisme comme une activité particulière au service de la démocratie qu'il faut protéger. Elle agit dans un processus de délibération et tente de diffuser ses idées au-delà de la profession.

Tableau 24 - Syndicats, SDJ et associations dans le système de relations professionnelles

	Syndicats de journalistes	*Sociétés de journalistes*	*APCP*
Membres	Les travailleurs journalistes (entreprise et branche) et parfois tous les travailleurs	Les travailleurs journalistes (entreprise et branche)	Les professionnels et non professionnels intéressés à ces questions
Intérêts défendus	Intérêts des salariés classiques et spécifiques à la profession	Intérêts spécifiques à la profession (reconnaissance de droits extraordinaires)	Intérêts spécifiques à la profession
Modalité de reconnaissance	Représentativité instituée par l'État	Reconnaissance variable	Reconnue pertinente par son action
Lieux et forme d'action	Négociation collective instituée	Participation variable	Délibération en lieux neutres
Idée du journaliste	Entre salarié et travailleur particulier	Travailleur particulier (en lien avec son produit)	Travailleur particulier (en lien avec son produit)

Ces acteurs construisent conjointement un système de relations professionnelles complexe dans lequel la position de représentant des journalistes est occupée par plusieurs structures. Les structures professionnelles constituent des « *alternative worker advocacy groups* » à côté des syndicats classiques qui doivent les prendre en compte (Kochan, 2003). Ces structures travaillent ensemble ou se concurrencent pour coordonner et réguler le groupe professionnel. Ils témoignent d'une pluralité de façon de penser le journaliste, du travailleur salarié classique à l'indépendant contributeur de la démocratie. Ces différentes instances se retrouvent prises dans des dynamiques communes lors de restructurations d'entreprises. Il s'agit d'étudier désormais leurs participations croisées à la délibération sur le contenu et l'avenir de leur entreprise, à partir de monographies d'entreprises.

Troisième Partie

Trois formes de mobilisation pour l'autonomie professionnelle : résister au changement ou l'accompagner ?

Introduction (III). La diversité des mobilisations face à la « normalisation » de l'entreprise et de l'activité journalistique

La profession de journaliste s'est constituée en référence à une éthique professionnelle liée à la liberté d'expression et à la place des médias dans le processus démocratique. Les journalistes ont posé les bases d'institutions spécifiquement professionnelles, à partir d'une conception du fruit de leur travail, l'information, comme un bien commun essentiel. Ils ont toutefois un statut de salarié et exercent leur activité au sein d'entreprises soumises au droit des entreprises le plus classique[1]. Ces entreprises connaissent des difficultés récurrentes (chute des recettes publicitaires, concurrence accrue, etc.), qui poussent les actionnaires et les employeurs à s'adapter (changement de statut, licenciement économique, innovation, etc.). Au cours de ces restructurations, les journalistes salariés font l'expérience de leur statut, du caractère « normal » (ou ordinaire) de leur « société » (droit commercial) et de leur inscription dans une « entreprise » ou « groupement organisé en entreprise »[2] (Weber, 1995, p. 94) qui les lie à d'autres catégories de salariés.

Dans son projet d'enquête sur la presse, M. Weber invitait notamment à porter un intérêt particulier aux entreprises en difficulté (2001, p. 200). Il apparaît en effet que les situations de restructurations sont des moments privilégiés pour l'analyse sociologique. Elles constituent des situations d'épreuve qui questionnent la singularité supposée de l'activité journalistique et mettent en évidence une tension avec l'autonomie d'exercice qu'ils revendiquent. Dans ces épreuves, les journalistes font face à la « normalisation » ou à la « standardisation » de leur entreprise (remise en cause de leur singularité), qui font ressortir les tensions entre la subordination salariale (un salarié dans une entreprise en crise) et l'autonomie professionnelle (une profession indépendante) des journalistes. Les restructurations sont l'occasion de mobilisations de la part des salariés et de la multitude de leurs instances collectives, qui cherchent à garantir une autonomie professionnelle et une spécificité, ou au moins à accompagner leurs transformations. Cette troisième partie alimente les réflexions autour des aménagements entre les dynamiques salariales et professionnelles, à partir de trois formes de mobilisations de journalistes au cours de restructurations dans leurs entreprises.

[1] Voir Parties 1 et 2.

[2] M. Weber définit l'entreprise par son activité : « activité continue en finalité » et le groupement organisé en entreprise comme l'institution portant cette activité : « sociation comportant une direction administrative à caractère continu, agissant en finalité » (1995 [1921], p. 94).

Une restructuration est un processus complexe qui peut affecter le périmètre, le capital, les marchés, les méthodes de production, l'organisation du travail ou les compétences des salariés de l'entreprise et a un impact plus ou moins important sur l'emploi. Elle implique une multitude d'acteurs à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise qui réfléchissent et débattent de l'activité économique, le travail et la relation salariale (Didry, Jobert, 2010). À cette occasion, les salariés, notamment les journalistes, se mobilisent. Selon les situations, ils s'opposent ou accompagnent les réformes en discutant avec leur direction ou leur propriétaire. Les restructurations ne sont pas envisagées ici comme un impératif dicté par l'employeur. Dans la perspective de J. Bélanger et C. Thuderoz, qui remettent en cause l'hypothèse d'une « caducité des pratiques d'opposition des salariés », on décrit la manière dont les journalistes peuvent « s'opposer » (2010, p. 427) afin de « reconquérir un temps, un espace et un travail à soi » (*op. cit.*, p. 435). Il existe selon les auteurs une infinité de formes d'opposition (*op. cit.*, p. 445). On étudie ici trois de ces combinaisons. Ces moments de restructurations permettent d'interroger plus généralement les liens entre monde économique et journalisme. Au-delà des contraintes que fait peser le modèle économique dominant (une entreprise rentable), les journalistes questionnent, voire remettent en cause, les décisions managériales qui ne tiennent pas compte de leurs spécificités. Les instances de représentation du personnel journaliste agissent au cours des restructurations pour atténuer et détourner les impératifs économiques liés au salariat par des processus de négociation et de délibération. Cela conduit à envisager la place des institutions salariales et professionnelles à travers les usages qu'en font les acteurs. On analyse la manière dont les journalistes utilisent ces cadres juridiques et institutionnels comme « des leviers pour retarder, discuter et aménager les décisions des directions d'entreprise » (Didry, 2007, p. 96) dans le sens d'une garantie de leur autonomie.

Les réformes en vue de désingulariser la relation salariale ou la structure de l'entreprise se heurtent aux difficultés pour le journaliste à se concevoir comme un salarié « comme les autres » dans une entreprise « comme les autres ». Comment les mobilisations collectives des journalistes salariés illustrent-t-elles les tensions entre le statut de salarié soumis aux logiques économiques et l'aspiration à conserver une autonomie propre à la profession de journaliste ? À partir de monographies de restructurations dans plusieurs entreprises d'information (AFP, Le Monde, Le Monde Interactif, Mediapart et Rue 89) dans des situations diverses de restructurations (création, licenciement collectif, rachat, changement technologique et changement de statut), on analyse différents processus de mobilisations. Si les journalistes présentent des profils variés selon les entreprises, ils partagent la volonté de préserver leur

autonomie d'exercice, qu'ils jugent essentielle à la qualité de l'information dont ils se portent garants. Parmi les entreprises qui ont fait l'objet d'une étude, certains cas caractéristiques feront l'objet d'un traitement central tandis que les autres cas viendront éclairer les dynamiques mises au jour. Ces situations de restructurations constituent des épreuves de vérité pour les institutions salariales et professionnelles. Elles permettent de mettre en évidence des formes de compromis entres les logiques salariales et professionnelles et d'innovations variables dans les entreprises. Les restructurations ont lieu dans des moments de difficultés, mais aussi d'innovation. Les cas ont été choisis à partir de trois questions possibles que posent la mobilisation : le rapport à l'État, le rapport à l'argent et enfin, le rapport aux technologies numériques. Ils se déclinent selon trois figures de mobilisations, qui chacune présente une certaine manière de gérer la tension entre le salariat et l'autonomie : une opposition, un accompagnement « subi », un accompagnement « voulu ». Le premier cas (**chapitre 7**) porte sur l'Agence France-Presse (AFP), peu étudiée[3] malgré sa place centrale dans le processus de production de l'information. La réforme de ses statuts, qui consacre une indépendance des journalistes envers les pouvoirs politiques, économiques et idéologiques, suscite une opposition des salariés dont les instances collectives s'allient pour mettre en échec les changements. Ce cas interroge le lien entre la presse et l'État, et de manière plus générale, pose la question de la place des journalistes dans un service public de l'information. Le second cas (**chapitre 8**) porte sur le groupe de presse français de référence, le Groupe Le Monde. Lors d'un plan de sauvegarde de l'emploi au sein du quotidien puis de la mise en vente du Groupe, les journalistes qui ne bénéficient pas d'alternatives crédibles accompagnent la normalisation de leur entreprise. Ce cas interroge le lien entre la presse et l'argent et la manière dont les journalistes tentent de maîtriser les logiques financières pour garantir leur autonomie. Enfin, le troisième cas (**chapitre 9**), s'intéresse aux dynamiques les plus récentes en regardant du côté de la presse numérique. La mise en place d'une nouvelle technologie au Monde Interactif est accompagnée par ses journalistes, qui acceptent de remettre en cause leur spécificité pour s'inscrire dans un collectif de travail commun dans lequel aucune catégorie ne domine. Ce cas pose la question de l'innovation et plus particulièrement de la place et de l'influence des technologies de l'information et de la communication sur le produit, l'autonomie et l'identité même du journaliste.

[3] Le travail d'E. Lagneau (2010) reste à ce jour l'une des rares contributions.

Chapitre 7. Des journalistes salariés triplement indépendants : s'opposer à la réforme des statuts de l'Agence France-Presse

Les journalistes de l'AFP face à la remise en cause de leur statut

La première monographie porte sur la mobilisation collective des journalistes de l'Agence France-Presse (AFP) contre la suppression de garanties qui leurs sont propres entre 2008 et 2012. Dans ce cas, les dynamiques économiques (une entreprise en difficulté qui doit se financer) et les logiques professionnelles (garantir l'autonomie des journalistes) sont en tension dans l'entreprise. Malgré leur rôle fondamental dans la chaîne de production de l'information, les agenciers ont fait l'objet de peu d'études et « constituent la tribu la plus méconnue du grand public » (Neveu, 2004, p. 34). L'Agence France-Presse, « grossiste de l'information » (Lagneau, 2010, p. 49), est la première agence d'information en France, la troisième mondiale. Elle emploie plus d'un millier de journalistes. Bien que progressivement remis en cause (avec l'accélération des cadences et la concurrence des « communicants »), le « style » agencier (Lagneau, 2002, 2003) correspond à « un modèle d'excellence journalistique » (2003, p. 110). Ces journalistes sont salariés dans une structure atypique. On a vu que les journalistes professionnels français exercent dans des entreprises à capitaux publics ou privés régies par le droit des sociétés. Les revendications en faveur de l'adoption d'un statut d'entreprise spécifique (qui rendrait les entreprises productrices d'information indépendantes des pouvoirs politiques et économiques) n'ont jamais abouti[1]. L'AFP constitue en cela une exception. Celle-ci dispose d'un statut dérogatoire (reproduit en annexe 23), inscrit dans la loi, qui la place dans une situation unique. Depuis 1957, l'Agence est un « établissement » qui, tout en étant soumis au droit commercial, n'a un statut ni d'entreprise publique, ni d'entreprise privée. Alors que toute entreprise peut être pensée comme une combinaison entre deux facteurs de production, le travail et le capital, l'AFP déroge à cette règle puisque cet établissement n'est pas doté de capital ni d'actionnaire. C'est la loi qui garantit son indépendance vis-à vis de trois pouvoirs (idéologique, économique et politique), et son existence même en rendant impossible sa disparition.

Ce statut protecteur dont bénéficie l'Agence est remis en cause à partir du début des années 2000. Loin de vouloir « refonder l'entreprise » (Hatchuel, Segrestin, 2011) sur des valeurs partagées, les directions successives et les représentants de l'État souhaitent que le

[1] Ces revendications sont détaillées dans le Chapitre 3 : section 1.

statut de l'Agence évolue vers celui d'une entreprise avec capital. Dans cette conception, elle est réduite à une entité marchande en quête de profit qui ne pourrait fonctionner en dehors des logiques capitalistes. Les acteurs évoquent les difficultés de financement de l'Agence pour justifier leurs réformes. Face à ces tentatives de retouches qui remettent en cause leur triple indépendance, les salariés se mobilisent.

Une mobilisation pour une autonomie rédactionnelle plutôt que financière

L'enjeu de cette restructuration pour les journalistes est de voir garantie l'autonomie rédactionnelle que leur confère le statut de 1957. Ils mettent en avant la spécificité de leur activité de travail (produire une information juste et neutre) qui nuance leur condition salariale classique. Tout en revendiquant leur position de salariés, les journalistes de l'AFP s'opposent à la « normalisation » de leur entreprise et en proposent des conceptions alternatives. Les journalistes sont pris dans une tension entre des impératifs de natures différentes (économique et professionnelle). Ceux qui sont favorables à une modification de la loi (le législateur, les directions et certains salariés) remettent en cause les liens qu'entretiennent l'Agence et l'État et souhaitent doter l'entreprise d'une autonomie financière (avec un capital propre). À cette conception de l'autonomie, une partie des salariés oppose une autre conception, celle de l'indépendance rédactionnelle que garantirait le statut actuel. Sans contester toute réforme, la plupart des salariés restent attachés à l'indépendance garantie par la loi que les modifications proposées trahissent selon eux. L'autonomie rédactionnelle que confère le statut de 1957 (pas d'actionnaire, pas de capital) s'oppose à l'autonomie financière (un capital propre) que les tenants de la réforme jugent nécessaire au développement de l'Agence.

Ces restructurations mettent en scène les journalistes agenciers, pris dans un réseau d'action avec les représentants de l'État et de la direction. La participation des salariés à la marche de l'entreprise passe par un ensemble d'instances collectives qui les rassemblent : les syndicats, le comité d'entreprise et les administrateurs salariés (représentants des salariés au conseil d'administration) rassemblent l'ensemble des salariés (à l'exception de la section du Syndicat national des journalistes qui ne représente qu'une catégorie)[2]. À côté d'eux, comme au niveau de la branche[3], se sont constituées deux structures collectives propres aux journalistes qui mettent en avant les spécificités de la profession : une société de journalistes et une association professionnelle. Ce cas permet d'étudier les différentes structures dont la

[2] Pour des détails sur ce syndicat catégoriel, voir Chapitre 4.
[3] Voir Chapitres 5 pour les sociétés de journalistes et 6 pour les associations de journalistes.

position est la défense des journalistes (ou des salariés dans leur ensemble) ainsi que la manière dont elles se répartissent au sein d'une configuration ponctuelle (une entreprise) et complexe. Les journalistes se saisissent des possibilités d'expression que leur offre la multitude des structures collective afin de peser sur l'issue du processus de restructuration. La pluralité des instances collectives et la focalisation des débats sur des aspects juridiques indépendants du développement de l'entreprise sont le signe d'un attachement de la plupart des salariés à l'autonomie que leur confère le statut. Cette inclination complique la conduite des réformes pour ceux qui les souhaitent. Sans trancher sur la nécessité ou non de modifier effectivement le statut, on montre comment les salariés, dont les outils demeurent restreints, se mobilisent pour s'opposer, mais aussi accompagner les changements afin qu'ils soient minimes et garantir leur autonomie d'exercice. Les mobilisations des journalistes ont conduit à une réforme *a minima* de la loi par laquelle l'AFP demeure une entreprise particulière dont les salariés journalistes ne sont pas tout à fait « comme les autres ».

Méthodologie et corpus

Ce chapitre analyse les mobilisations des journalistes lors de deux tentatives de réforme du statut de l'AFP menées par les PDG dont les projets prennent le nom : le « Plan Louette » (2008-2009) et le « Plan Hoog » (2010-2012). Dix-sept entretiens ont été conduits entre avril 2011 et juin 2012 avec des salariés (journalistes et non journalistes) représentant des syndicats (SNJ, CFDT, CGT, FO et SUD ; mandatés ou élus), les structures collectives de journalistes (Société des journalistes de l'AFP et Association de défense de l'indépendance de l'AFP : ADI-AFP) et la Fédération française des agences de presse (fédération employeur). Les enquêtés sont tous des hommes avec une moyenne d'âge de 53 ans. Ces acteurs dialoguent avec la direction et avec l'État dans un certain nombre de cadres dans lesquels les échanges sont retranscrits. À partir des comptes rendus de ces rencontres, j'analyse le rôle de la direction, de l'État, mais aussi les liens qui unissent les différents acteurs. Un élu du comité d'entreprise a mis à ma disposition l'ensemble des procès-verbaux des réunions mensuelles du comité d'entreprise[4] entre avril 2008 (première réunion extraordinaire sur une éventuelle réforme des statuts) et février 2012 (réforme votée au Parlement). Le corpus est constitué des procès-verbaux des cinquante réunions, soit 1505 pages de *verbatim* ou environ cent cinquante heures de réunion. Les échanges entre les différents acteurs lors des auditions

[4] Dans le cops du texte, ils sont notés « PV CE ». Je tiens à remercier ce délégué syndical pour son aimable contribution à ma réflexion.

devant les parlementaires (Assemblée Nationale ou Sénat) font également l'objet d'une retranscription intégrale[5]. À cela s'ajoute des documents internes (tracts syndicaux, propositions des salariés, résultats des élections, contrat commercial entre l'Agence et l'État, bilans sociaux, etc.) collectés au cours des entretiens.

Pour comprendre ces deux plans de restructurations, il faut connaître le statut de l'Agence et l'histoire de ses réformes. La première tentative, le « Plan Giuily » au début des années 2000, est un préalable à l'analyse des initiatives récentes. Les acteurs y font régulièrement référence. En plus des informations recueillies au cours des différents entretiens, les archives personnelles de l'ancien président de la Société des journalistes (rapports d'expertises, projets de réforme, tracts syndicaux, procès verbaux de réunions, etc.) montrent les grandes étapes de ce premier projet de restructuration ainsi que les configurations d'acteurs qui se constituent à cette période. Cela crée un précédent qui permet de mieux comprendre les mobilisations au cours des restructurations ultérieures et leurs enjeux (cf. tableau 25 et chronologie détaillée en annexe 24).

Tableau 25 - Chronologie restreinte du statut de l'AFP

1957	Création du statut de l'AFP
1999-2000	Première tentative de réforme (Plan Giuily)
2008-2010	Deuxième tentative de réforme (Plan Louette)
2010-2012	Troisième tentative de réforme (Plan Hoog)

La mobilisation collective pour s'opposer aux projets de réforme et proposer des solutions alternatives démontre l'existence d'une tension entre plusieurs conceptions de l'autonomie. En privilégiant l'autonomie rédactionnelle que garantie une triple indépendance, les journalistes remettent en cause la « normalisation » de leur entreprise tout en y travaillant comme des salariés classiques. On présente tout d'abord les ambiguïtés du statut juridique de l'Agence France-Presse afin de comprendre les enjeux financiers et rédactionnels des projets de réformes (1). On étudie ensuite les configurations d'acteurs (2) ainsi que les formes de mobilisations et de discussions (3).

[5] Notés « CR auditions AN » ; « Rapport Sénat » : [En ligne], [URL : http://www.assemblee-nationale.fr/13/pdf/cr-cedu/09-10/c0910018.pdf et http://www.assemblee-nationale.fr/13/pdf/cr-cedu/09-10/c0910019.pdf ; http://www.senat.fr/rap/r09-240/r09-2401.pdf], consultés le 25 août 2013.

Section 1. L'Agence France-Presse : les remises en cause d'un établissement sous statut

L'Agence France-Presse est régie par un statut atypique, inscrit dans la loi depuis 1957, qui garantit son existence et sa pérennité. Présenter ce statut est un préalable indispensable pour comprendre les mobilisations des journalistes pris entre les contraintes économiques et le besoin d'autonomie. Le statut protège l'indépendance des journalistes en les soustrayant pour partie aux logiques de profit. Sans actionnaire, sans capital et avec un conseil d'administration dominé par les clients, il est toutefois régulièrement critiqué. Depuis le début des années 2000, trois projets de restructuration ont vu le jour, sous les présidences d'E. Giuily, de P. Louette et d'E. Hoog. Les tentatives de réformes sont présentées dans leurs grandes lignes pour donner un cadre historique avant d'étudier la mobilisation en tant que telle. Après les échecs, une réforme *a minima* a été entérinée en février 2012.

1.1. Le statut juridique de l'AFP : élaboration et critique

La loi crée un cadre juridique *sui generis* pour régir l'AFP. Issu d'un compromis entre les forces en présence en 1957, ce statut qui présente des avantages non négligeables subit cependant un certain nombre de critiques. Le manque d'autonomie financière et la dépendance de l'Agence envers l'État sont régulièrement interrogés.

1.1.1. La constitution d'un statut *sui generis*

L'Agence Havas, créée en 1835, détient au XIXème siècle un « quasi monopole de la fourniture d'information » (Palmer, 1983, p. 104). Elle domine les agences jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. À partir de 1940, le régime de Vichy installe l'Office français d'information dans ses locaux (Huteau *et al.*, 1992, p. 32). Une agence d'information libre est reconstituée le 20 août 1944 par un groupe de journalistes résistants, notamment des anciens journalistes d'Havas. « *Les premiers journaux libres vont paraître. L'Agence française de presse leur adresse aujourd'hui son premier service* », expliquent les rédacteurs de la première dépêche produite par l'Agence (*op. cit.*, p. 13). L'ordonnance du 30 septembre 1944 reconnaît officiellement son existence en créant à titre provisoire un établissement public, l'Agence France-Presse, à qui est confiée la branche information de l'Agence Havas (cf. encadré 32).

Encadré 32 - La place des agences dans le circuit médiatique

L'Agence France-Presse est une « usine à nouvelles » (Lagneau, 2010, p. 46), un « média des médias » (*op. cit.*, p. 49) dont le travail s'effectue en amont de la production de l'information classique. L'Agence France-Presse produit des dépêches, des photos et des vidéos qui constituent « une grande partie de la matière première » des autres médias (*ibid.*). Elle a donc un rôle à la fois premier et fondamental dans la production de l'information, dont la neutralité et la fiabilité sont essentielles.

Treize ans de réflexion sont nécessaires pour la création du statut « permanent et original » de l'AFP en 1957. Ces années de réflexion ont été abondamment commentées, notamment par J. Huteau et B. Ullmann (1992, pp. 137-183) dont les analyses sont ici reprises. Dès 1954, le gouvernement français souhaite doter l'Agence d'un statut à même de la rendre indépendante du pouvoir politique qui l'a créée et la contrôle (le directeur général est nommé en Conseil des ministres). Le Président du Conseil, Pierre Mendès France, nomme le journaliste Jean Marin à la fonction de directeur général de l'Agence et lui confie cette tâche : « *J'ai été précisément placé à la tête de l'Agence pour faire aboutir le statut* », explique-t-il[6]. Les premières idées émanent de deux groupes de travail réunissant des représentants de la presse française et de la puissance publique. Une commission officielle, qui intègre des personnels de l'AFP journalistes et non journalistes, succède à ces groupes de travail informels. Le statut entend garantir l'indépendance de l'Agence, afin notamment de crédibiliser l'information qu'elle produit auprès de ses clients. Le projet de statut est soumis à la consultation de l'ensemble des personnels, qui l'approuve largement (82 % des votants) (*op. cit.*, p. 148). Le projet de loi est adopté à l'Assemblée nationale par 634 voix contre 126 en première lecture en juillet 1956, puis à l'unanimité en seconde lecture (*op. cit.*, pp. 151-152). Cette réflexion collective permet l'émergence d'un large consensus entre toutes les parties prenantes (salariés, directeur général, législateur). La réflexion collective et le consensus mènent à la promulgation de la loi en janvier 1957. Le statut définit encore aujourd'hui les principes fondamentaux qui garantissent l'indépendance de l'Agence et la liberté d'action de ses journalistes (cf. encadré 33).

Encadré 33 - Les journalistes de l'AFP

Peu de données chiffrées ont été produites sur les journalistes de l'AFP, à part celle d'E. Lagneau (2010, pp. 631-633). Il compte en 2006, 1 400 journalistes permanents. Parmi eux, environ 900 disposent du « statut siège », le statut le plus protecteur (salariés en CDD ou en CDI sous contrat français, en poste en France : 600,

[6] *L'Echo de la presse et de la publicité*, n° 276, 15 mars 1955, cité par Huteau et Ullman, 1992, p. 142.

ou à l'étranger : 300). À côté d'eux, les salariés en « statut local » dépendent de la législation sociale du pays dans lequel ils travaillent (environ 500). Enfin, l'AFP a recours à un grand nombre de pigistes : « Ils sont environ 2 000 selon le service de communication mais vérifier le chiffre relève de la gageure », explique E. Lagneau (p. 631). Les journalistes en statut siège sont les seuls pour lesquels on dispose de données statistiques : ils sont majoritairement français (82 %), de sexe masculin (61 %) et plus âgés que la moyenne des journalistes français (la moitié a plus de 45 ans).

Le processus de consultation crée un précédent dont les salariés se réclament aujourd'hui. Dans la tradition de 1957, ils entendent être intégrés aux réflexions sur une éventuelle réforme du statut : « *L'adoption du statut est passé par une vaste consultation des personnels et des organisations syndicales, par le biais du comité d'entreprise, ça a duré très longtemps, deux ans et demi, avant d'aboutir à un consensus* […] *Il faut bien se référer à ça : il n'y a pas de réforme de l'AFP possible sans un minimum de consensus interne* » (entretien, journaliste AFP). Cette conception est martelée au cours des discussions récentes autour des projets de réforme.

1.1.2. Un statut juridique original

Le statut de l'AFP est « *dérogatoire en tout point* » (responsable du service juridique, avril 2008, PV CE, p. 6). La loi n° 57-32 du 10 janvier 1957 « *portant statut de l'Agence France-Presse* » fait de l'AFP un *« organisme autonome doté de la personnalité civile* » soumis au droit commercial (article 1, cf. encadré 34).

Encadré 34 - Objet et obligations de l'AFP (articles 1 et 2 du statut)

Article 1

Il est créé, sous le nom d'Agence France-Presse, un organisme autonome doté de la personnalité civile et dont le fonctionnement est assuré suivant les règles commerciales.

Cet organisme a pour objet :

1° De rechercher, tant en France et dans l'ensemble de l'Union française qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective ;

2° De mettre contre paiement cette information à la disposition des usagers.

Article 2

L'activité de l'Agence France-Presse est soumise aux obligations fondamentales suivantes :

1° L'Agence France-Presse ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique ;

2° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, développer son action et parfaire

son organisation en vue de donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance ;

3° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial.

La loi dote l'AFP d'un statut original qui rend la nature de cet établissement ambiguë : « La référence n'est pas plus celle de l'entreprise privée, que de l'entreprise publique, ou encore d'une administration. Il s'agit, sur le fond, de l'une de ces institutions tout à fait particulières dont la France a le secret, concrétisant le système de relation tout à fait spécifique entre l'État et les médias », explique J.-M. Charon (1989, p. 138). Un avis du Conseil d'État rendu le 10 juin 2004[7] précise que l'Agence est « *un organisme de droit privé* sui generis ». Les travailleurs de l'Agence dépendent explicitement du droit du travail et des conventions collectives appliquées aux personnels des entreprises de presse (article 10). Ils ont donc un statut de salarié classique, que la constitution de plusieurs syndicats suggère notamment.

La mission de l'Agence (cf. encadré 34) est « *de rechercher* […] *les éléments d'une information complète et objective* » (article 1), « *exacte, impartiale et digne de confiance* » (article 2). Pour cela, le législateur a tâché de consacrer son indépendance dans le second article des statuts qui précise : « *Elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique* ». Cet article consacre une triple indépendance aux journalistes qui se réclament d'une autonomie rédactionnelle exemplaire. Ils se considèrent « *dépositaires de la mission qui est confiée à l'AFP* » (entretien, journaliste AFP). L'enjeu de mobilisation collective, au moment des projets de réforme, est de préserver cette indépendance.

1.1.3. Ressources et financement de l'Agence France-Presse

Alors que l'existence d'une entreprise de presse est soumise à des impératifs de rentabilité (au moins à long terme), l'existence de l'Agence est garantie par la loi (cf. encadré 35). Elle ne peut faire faillite et « *ne peut être dissoute que par une loi* » (article 14).

Encadré 35 - La protection légale de l'existence de l'Agence (article 14 du statut)

L'Agence France-Presse ne peut être dissoute que par une loi.

En cas de cessation des paiements constatée par le tribunal de commerce sur demande, soit du conseil

[7] Avis n° 370.252 qui tranche sur la question de l'appartenance ou non du siège de l'Agence au domaine public.

d'administration, soit de la commission financière, soit de créanciers, le gouvernement doit saisir, dans un délai d'un mois, le Parlement d'un projet de loi tendant, soit à fixer les conditions dans lesquelles l'Agence France-Presse pourra poursuivre son activité, soit à prononcer la dissolution de l'Agence et la liquidation de ses biens. Il peut être pourvu par décret en Conseil d'État à l'administration provisoire de l'Agence France-Presse jusqu'à l'intervention de la loi.

L'Agence n'a ni capital, ni actionnaire. Son budget doit être équilibré (article 12). Ses ressources sont constituées « *par le produit de la vente des documents et services d'informations à ses clients et par le revenu de ses biens* » (article 13). Parmi ses clients, l'État français tient une place à part puisqu'il fournit une fraction importante des ressources de l'Agence. Les relations entre l'État et l'Agence sont contractualisées : « *Les conditions de vente aux services publics de l'État sont déterminés par une convention entre l'État et l'AFP* […] *qui fixe le nombre d'abonnements souscrits* » (*ibid*.). Les modalités de fonctionnement de l'AFP sont très différentes de celle de ses concurrentes. Reuters, agence britannique créée en 1851 et cotée en bourse depuis le milieu des années 1980, finance l'activité de son agence de presse par les revenus tirés de ses activités financières (édition de logiciel financier). Associated Press (AP), agence américaine créée en 1846, est pour sa part financée par ses clients réunis en coopérative.

Le statut juridique de l'agence française et les conditions de financement qui en découlent sont régulièrement critiqués. M. Mathien met en avant un « statut inadapté au contexte concurrentiel mondial » (2006, p. 1055). En effet, l'interdiction des déficits ainsi que la dépendance économique envers l'État freineraient le développement de l'Agence. Cet argument est avancé par ceux qui sont favorables à une réforme du statut pour faire de l'Agence une entreprise dotée d'un capital et d'actionnaires propres : « *Le développement économique* [de l'Agence] *et notamment son adaptation aux nouvelles technologies semblent* […] *entravés par certaines dispositions de son cadre juridique actuel* », explique par exemple une note de la direction générale des médias et des industries culturelles (février 2010). Face aux tenants d'une « normalisation » de l'entreprise, certains s'interrogent: « L'AFP peut-elle être gérée comme une entreprise ? » (Charon J.-M., 1989, p. 131). Cela fait apparaître une tension entre la transformation de l'AFP en une entreprise strictement commerciale et la mission particulière qu'elle remplit.

1.1.4. Les ambigüités de la gouvernance

Le statut de 1957 définit également les modalités de gouvernance de l'entreprise. Un conseil supérieur est institué pour veiller au respect des obligations de l'Agence (l'indépendance et la qualité de l'information définis dans l'article 3). Il est composé de deux magistrats, de deux représentants des clients (presse quotidienne), d'un journaliste, d'un représentant de l'audiovisuel public et de deux personnalités qualifiées (choisis par les autres membres) (article 4). Le Conseil peut suspendre l'exécution d'une décision du Conseil d'administration ou relever de ses fonctions le Président-directeur général (article 5) en cas de manquements.

De larges pouvoirs de « *gestion et administration de l'Agence* » sont confiés au Conseil d'administration (article 8) qui siège pour la première fois le 15 avril 1957. Il est composé d'un spectre large des parties prenantes : des clients de l'Agence (huit représentants des directeurs d'entreprises de publications de journaux quotidiens, deux représentants de l'audiovisuel public et trois représentants des services publics usagers) et deux représentants des salariés (un journaliste et un non journaliste) (article 7). Ils nomment le Président-directeur général à la majorité qualifiée de douze voix (sur quinze) (article 10). La composition du Conseil d'administration est régulièrement critiquée (par les directeurs comme les salariés) pour la place jugée trop importante laissée aux clients de l'Agence. Les premières critiques sont faites avant même l'adoption de la loi de 1957. Une motion est déposée lors de la première lecture du texte à l'Assemblée nationale en 1956. Elle propose de supprimer la disposition qui rend les clients majoritaires au sein de ce Conseil mais elle est repoussée (Huteau *et al.*, 1992, p. 151) : « *Comment la presse française pourrait-elle être à la fois cliente et patronne de l'Agence ? Elle ne pensera qu'à payer ses services le moins cher possible* », souligne un représentant de l'État[8]. On retrouve cette critique dans des termes similaires un demi-siècle après l'adoption du statut. La place des clients dans la gestion de l'agence américaine AP est pour sa part bien acceptée. Cela s'explique par la forte densité du marché américain qui atomise le pouvoir de chacun. Le marché des clients presse en France est pour sa part beaucoup plus réduit ce qui donnerait aux clients des pouvoirs plus importants. Un délégué du personnel explique : « *Nos clients sont aussi nos patrons, ce qui freine le développement de l'AFP* […] *Aujourd'hui, une partie de la PQR* [presse quotidienne régionale] *se désabonne, ils ne sont mêmes plus clients mais ils sont nos patrons !* » (Entretien.)

[8] Cité par Huteau, Ullmann, 1992, p. 146.

Le nombre de représentants de l'État au sein du Conseil d'administration est également critiqué. Selon certains, cela ferait courir le risque à l'AFP d'apparaître comme une « agence gouvernementale » dont l'information n'est pas crédible (*op. cit.*, p. 490) : « *On s'embête à crédibiliser l'Agence* [...] *avec son nom en plus qui est lourd à porter, à dire que ce n'est pas une agence d'État, et que l'information qu'elle donne est une information fiable, y compris d'ailleurs sur la France* » (entretien, journaliste AFP).

Le statut de 1957 crée donc une entreprise de presse particulière dans laquelle les journalistes sont des salariés de droit privé tout en travaillant dans un établissement institué par la loi et régi par ses clients et des représentants de l'État. Malgré un certain nombre de critiques, le *statu quo* perdure jusqu'au début des années 2000. Plusieurs projets de réformes font éclater le consensus dans la dernière décennie. Ils suscitent des mobilisations des salariés.

1.2. Une première remise en cause du statut : une mobilisation structurante

Le statut de 1957 est remis en cause au début des années 2000 sous la présidence d'E. Giuily qui souhaite privatiser l'Agence. La majorité des salariés s'oppose à cette tentative de restructuration afin de garantir leur autonomie professionnelle. Cette première mobilisation collective permet d'engager un processus d'apprentissage pour les salariés et constitue une référence dans la conduite des réformes actuelles dont l'enjeu est similaire.

1.2.1. Le plan Giuily ou la tentative de privatisation

La premier « plan » de réforme des statuts de l'Agence France-Presse est porté par E. Giuily, nommé en mars 1999 Président-directeur général. Sa nomination se fait dans un contexte économique et juridique tendu. Face aux développements rapides du multimédia, l'Agence doit financer des réformes importantes en l'absence de fonds suffisants (pas de capital, pas d'actionnaire). L'AFP compte alors 2 000 salariés dont 1 100 journalistes (Mathien, 2000, p. 681) et 43 % de ses recettes proviennent de l'État. Pour les représentants de l'État, l'Agence souffre d'un manque de moyens qui l'empêche de se développer. C'est ce que souligne un rapport commandité par l'Inspection générale des Finances (rapport Lépine) en juin 1998 : « *les carences de l'entreprise notamment en matière d'outils de gestion et de développement d'un réseau commercial »* sont pointées. Les rapporteurs suggèrent de « *doter l'Agence des instruments nécessaires à son développement* » et notamment de réfléchir aux « *questions relatives à la recherche de nouvelles voies de financement* » (lettre du Premier

Ministre au Président de l'Assemblée nationale, juillet 1998). Le pouvoir politique se saisit, comme en 1957, de la question et charge le PDG de l'Agence de la « *rénover* ».

Pour développer les activités de l'AFP, E. Giuily présente quatre axes prioritaires : le rajeunissement des effectifs, le redéploiement des personnels vers les bureaux les plus rentables, le développement du multimédia et une meilleure maîtrise des charges (Mathien, 2000, p. 682). L'AFP ne pouvant statutairement recevoir les capitaux privés qu'il juge nécessaires au financement de ses projets, il suggère de transformer son statut pour y introduire des partenaires privés (Vivendi et France Télécom sont pressentis). Il souhaite aligner le statut de l'Agence sur celui des sociétés commerciales classiques. Cette modification se verrait compensée par l'instauration d'une charte et d'une instance interne de déontologie. Le législateur et le PDG font donc d'un mode de financement privé la condition d'une autonomie financière de l'Agence.

Pour impliquer les salariés dans le projet, la direction met en place des groupes de travail pluriels composés de membres de la direction, de salariés et de personnes extérieures. Chaque groupe doit réfléchir aux aspects concrets du développement de l'AFP qui serait assuré par cette nouvelle autonomie financière. Une partie des salariés accepte d'y participer et expose sa vision de l'entreprise. Un groupe de journalistes présente des propositions alternatives aux pouvoirs publics (octobre 1998) et à la direction (mai 1999). Cet investissement des journalistes atteste de leur attachement au statut. Sans s'opposer au principe même d'une réforme, ils suggèrent de limiter la privatisation de l'Agence afin de ne pas entacher l'indépendance économique des journalistes (modification ponctuelle afin d'avoir recours à l'emprunt et création d'une holding de développement et d'investissement pour les clients de l'AFP).

Le PDG présente dès septembre 1999 un « *avant projet de développement à cinq ans* » qui est accepté par le Conseil d'administration (et donc par l'État). Rejeté en comité d'entreprise en novembre, le projet est pourtant maintenu sans être modifié. Les contre-propositions ne sont pas prises en compte. Les salariés considèrent ce plan comme une tentative de privatisation complète de l'Agence à laquelle ils s'opposent.

1.2.2. Une large mobilisation des institutions représentatives du personnel

Le projet de privatisation de l'Agence rencontre une vive opposition de la part des représentants des salariés qui y voient la remise en cause de la triple indépendance (idéologique, politique et économique) conférée par le statut (article 2). La direction accuse

d'archaïsme les opposants à son projet. Ils ne sont toutefois pas opposés à toute idée d'évolution. Les syndicats, réunis en intersyndicale, se prononcent « *contre l'entrée de groupes privés au cœur même de l'AFP* ». Quatre grèves sont menées au cours de l'année 1999 en « *unité avec l'ensemble des organisations syndicales* » (tract CGT). La conduite des grèves divise les journalistes (car cela coûte cher à l'entreprise) mais l'initiative est « *largement partagée par les salariés des services administratifs et techniques de l'Agence* » rapporte un article[9]. L'alliance entre les différents syndicats demeure aujourd'hui une référence pour l'intersyndicale de l'AFP.

La forte mobilisation des salariés et la crainte d'une grève longue poussent Matignon et le ministère de la Communication (dirigé par Catherine Trautmann) à reculer. Malgré l'échec de son projet de privatisation, E. Guiliy monte un nouveau plan au cours de l'année 2000 qui comprend des modifications substantielles de l'Agence. Celles-ci sont présentées comme de simples « *adaptations techniques* » du statut (procès verbal du conseil d'administration du 28 mars 2000). La Société des journalistes, porteuse d'un projet alternatif à celui de la privatisation, est réactivée en mars 2000. Si ses représentants ne s'opposent pas à une réforme, ils s'associent aux syndicats contre la privatisation de l'Agence. Ils rejettent les modalités financières de la réforme d'E. Giuily qui remet en cause leur autonomie professionnelle au nom d'une autonomie financière. Sans remettre en cause leur condition de salarié, ils exigent de bénéficier d'une protection particulière.

1.2.3. Une mise en échec par les salariés

La réforme des statuts est présentée par le PDG comme un simple corolaire à un plan de développement économique. Les salariés questionnent l'obligation de transformer le statut pour transformer l'Agence. Selon eux, l'Agence peut évoluer sans être privatisée. Les mobilisations portent sur les aspects juridiques du statut et non pas sur perspectives de développement qui ne sont pas liées selon eux. L'unité entre les salariés se crée au sujet d'une affaire de dérive déontologique qui permet de rapprocher l'ensemble des opposants à la réforme : « *On repartait toujours des éléments professionnels pour mobiliser tout le monde, pour protester contre ce qui s'était passé, sur de l'anormal professionnel. Il n'y avait que là-dessus qu'on pouvait créer des convergences* » (entretien). En juin 2000, éclate une affaire déontologique, « *l'affaire Rezala* »[10]. Une motion de défiance, « *proposée par les syndicats et*

[9] *Libération*, 22 septembre 1999.

[10] Du nom d'un homme suspecté d'avoir commis des meurtres en France et dont l'Agence a acheté des photos de manière illégale ?

soutenue par la SDJ », accuse le PDG et les membres de la direction de « *dérive mercantile* ». Elle est votée en assemblée générale du personnel en juin 2000 par 80 % des 683 participants. Un projet de loi qui reprend les grandes lignes du projet Giuily est déposé mais retiré de l'ordre du jour des discussions au Sénat en juin 2000. Les salariés s'engagent dans un « lobbying syndical auprès du gouvernement » (Mathien, 2001, p. 932) que suggère par exemple la composition d'une délégation commune de personnels au congrès du Parti socialiste pendant l'été. La ministre de la culture et de la communication prend définitivement ses distances avec le projet de privatisation. Lâché par le pouvoir politique et attaqué par ses salariés (les communiqués syndicaux remettant en cause les actions du PDG se multiplient), E. Giuily démissionne en septembre 2000.

Ce premier acte de la réforme met en scène une multitude d'instances représentant les salariés travaillant conjointement contre la réforme : « *On ne pouvait résister à cette stratégie qu'en constituant un front commun des organisations représentatives ou non du personnel de tous les syndicats et de la SDJ* » se rappelle un représentant de la SDJ en 2000 (entretien). La mobilisation des salariés en 1999-2000 constitue un outil cognitif régulièrement mobilisé par les salariés de l'Agence lors des restructurations les plus récentes. La défense de l'autonomie rédactionnelle et du statut qui la consacre est dans tous les discours. L'alliance entre l'ensemble des instances représentant les salariés ainsi que la double négociation (avec la direction et avec le pouvoir politique) sont érigées comme les conditions du succès des salariés face aux tentatives ultérieures de remise en cause de cette autonomie.

1.3. Deux tentatives récentes de restructuration de l'Agence

Deux tentatives de restructurations ont été conduites depuis 2008 par deux PDG successifs : P. Louette (pour un actionnariat public) et E. Hoog pour clarifier les liens avec l'État). Les deux tentatives de restructurations récentes sont menées dans un contexte de difficultés économiques et de besoins de financement (concurrence accrue et nouveaux besoins de développement)[11]. L'enjeu est notamment la poursuite de la mutation de l'AFP en agence multimédia avec le projet « IRIS » (console multimédia) mis en place en 2009.

[11] Le résultat net de l'entreprise pour 2010 est de 300 000 euros. Elle réalise 68,4 % de son chiffre d'affaires global en France et la part des frais de personnel dans la production représente 67,1 % (rapport de l'expert mandaté par le comité d'entreprise).

1.3.1. L'implication des journalistes

Les journalistes représentent 60 % des 1 317 salariés en CDI de l'Agence France-Presse (statut siège, en France ou expatriés) répertoriés en 2010[12]. Ils travaillent au quotidien avec des cadres, employés et ouvriers du Livre (cf. tableau 26).

Tableau 26 - Répartition des salariés de l'AFP par catégorie professionnelle

		Effectifs	*Proportion (%)*
Journalistes		801	60,8
Non Journalistes	Cadres	247	18,8
	Employés	133	10,1
	Ouvriers	136	10,3
		1 317	100

La place équivalente donnée aux journalistes et aux non journalistes dans le Conseil d'administration (un siège chacun) montre l'attention portée à l'ensemble du collectif de travail. Si les différentes catégories travaillent conjointement, dans leur production quotidienne et au sein des structures collectives, la défense du statut de l'AFP est davantage le fait des journalistes (*infra*). Une part importante d'entre eux fait l'ensemble de sa carrière dans l'Agence (la moitié ont plus de quinze ans d'ancienneté : Lagneau, 2010, p. 633). La longévité des carrières participe à un attachement fort des salariés à une « culture d'entreprise » fondée sur la constitution d'une « identité au travail » (Sainsaulieu, 1977). Les journalistes sont attachés au statut particulier qui régit leur entreprise. Dans la conduite des négociations, les enjeux de connaissance sont importants. Les salariés doivent obtenir l'information, mais aussi être capables de la comprendre (Jamet, Mias, 2012). Les restructurations conduites entre 2008 et 2012 sont suivies par des journalistes qui connaissent bien l'entreprise et son histoire. Les représentants du personnel avec qui les entretiens ont été menés ont en moyenne vingt-cinq ans d'ancienneté et ont tous, à l'exception d'un délégué syndical, vécu la tentative de réforme d'E. Giuily. Ils disposent ainsi d'un savoir professionnel important dont témoigne par exemple une parfaite maîtrise des dispositions et des subtilités du statut de l'Agence. Forts de leur expérience (d'agencier et de représentants du personnel) et de leurs connaissances, ils soulignent les « risques » que ces réformes font peser sur l'indépendance rédactionnelle. Cela leur permet de s'instituer comme des experts

[12] Rapport de l'expert du comité d'entreprise.

dans les négociations et d'y revendiquer une place particulière (dans la tradition de 1957 également).

1.3.2. Faire entrer des actionnaires publics : le plan « Louette »

P. Louette devient PDG de l'AFP en décembre 2005, suite à la démission de son prédécesseur B. Eveno, dans un contexte social tendu (motion de défiance et grèves au cours de l'année 2005) et économique fragile (déficit cumulé de cinquante millions d'euros entre 2000 et 2004 : Mathien, 2006, p. 1056). Le nouveau PDG critique la viabilité financière de l'Agence et sa dépendance envers ses clients (presse et État) à partir de la fin de son premier mandat, comme en atteste une réunion extraordinaire du comité d'entreprise sur une « *éventuelle réforme du statut* » en avril 2008. La réflexion menée par le PDG s'inscrit dans un contexte concurrentiel et financier maussade (dettes et besoin d'investissement). L'argument de l'autonomie financière est à nouveau avancé : « *Nous devons financer une révolution* […] *or nous ne disposons pas de la marge de manœuvre financière pour le faire* », explique le PDG (décembre 2008, PV CE, p. 11).

Comme sous E. Giuily, la demande de réforme émane directement du pouvoir politique. Dans le cadre de la négociation des termes du partenariat financier entre l'État et l'Agence (par le contrat d'objectif et de moyens – COM - 2009-2013, signé en décembre 2008), les représentants de l'État demandent au PDG de réfléchir à une réforme des statuts de l'Agence. En contrepartie de la garantie du niveau des abonnements de l'État (plus de cent millions d'euros annuels avec une augmentation supérieure à l'inflation) et d'un soutien financier à la modernisation de l'Agence, ses représentants demandent « *une réforme du statut de l'Agence maintenant la garantie de son indépendance éditoriale et lui donnant les moyens réels de financer son développement* » (extrait du COM, p. 5). Parmi les changements, une réforme « *plus profonde de la forme juridique et du financement de l'AFP* » est demandée (*op. cit.*, p. 14). En parallèle de la négociation du contrat entre l'État et la direction, les salariés lancent une pétition le 27 novembre 2008 qui fait état « *d'attaques sans précédent dont l'Agence a fait l'objet* ». Sans être hostiles à l'idée d'une réforme, ils s'opposent « *à toute modification qui aurait pour effet de transformer l'AFP en agence gouvernementale* [ou] *de la livrer en totalité ou en partie à des entreprises privées* ». Ici encore, les besoins de financement sont défendus par le PDG et le législateur et les garanties d'autonomie par les salariés.

Le PDG remet ses propositions en mars 2009. L'AFP serait transformée en société anonyme dotée d'actionnaires publics (la Caisse des dépôts et consignation) et la contribution

de l'État serait clarifiée et partagée entre son contrat commercial (achat de services) et sa subvention à des missions d'intérêt général. L'Agence serait par ailleurs liée à une fondation qui accueillerait les dons privés. Une procédure de concertation s'engage alors. Les commissions en charge de ces questions à l'Assemblée nationale et au Sénat auditionnent l'ensemble des acteurs (salariés, direction, clients, pouvoirs publics). Un groupe de réflexion, présidé par un ancien PDG de l'AFP (H. Pigeat), est constitué par le ministère de la Culture et de la Communication en décembre 2009. Face à l'opposition des salariés (grèves et motions de défiance) sur ce projet de réforme et à un nouveau lâchage politique, P. Louette démissionne dès février 2010 et assure son propre intérim jusqu'en avril. Le *statut quo* demeure suite à l'échec du plan d'actionnariat public de P. Louette.

1.3.3. Clarifier les relations avec les clients et l'État : le plan « Hoog »

E. Hoog succède à P. Louette en avril 2010. La réforme du statut est mise entre parenthèses car elle ne constitue pas pour le nouveau PDG une priorité : « *Je ne souhaite pas m'exprimer sur la réforme du statut. Il ne s'agit pas, pour moi, d'un sujet d'actualité* », explique-t-il aux salariés à son arrivée (mai 2010, PV CE, p. 22). S'il rejette une modification complète du statut de l'Agence (étatisation ou privatisation), deux points doivent pour autant être clarifiés. Tout d'abord, une agence de presse allemande (Deutscher Auslands-Depeschendienst : DAPD) a déposé une plainte contre l'État français en février 2010 devant la direction générale de la concurrence de la commission européenne. Elle pointe le montant des abonnements souscrits par l'État dans le cadre de son contrat commercial avec l'Agence qu'elle qualifie de subventions déguisées. Il se crée alors une « *injonction à répondre* » d'après le secrétaire du comité d'entreprise (ouvrier du Livre, entretien). Par ailleurs, la composition du Conseil d'administration, dominé par les clients, est de nouveau questionnée. E. Hoog souligne « *des conflits d'intérêts au sein du Conseil d'administration* » (octobre 2010, PV CE, p. 16).

La réforme du statut redevient donc un enjeu prioritaire : « *On a quand même l'impression qu'il y a un projet urgent de modification du statut, qui est tout à coup revenu* », rapporte un élu du comité d'entreprise six mois après la nomination du nouveau PDG (novembre 2010, PV CE, p. 7). Elle est cependant officiellement suspendue jusqu'en mai 2011, où est déposée une proposition de loi « relative à la gouvernance de l'Agence France-Presse » (loi Legendre) dont le contenu correspond aux orientations conduites par la direction. La proposition consiste à modifier quinze des dix-sept articles du statut. Si certaines

modifications seraient seulement techniques (par exemple, la référence à « l'Union française » serait supprimée dans l'article 1), d'autres seraient plus substantielles. Le changement majeur résiderait dans la modification de la composition[13] du Conseil d'administration dont les principes de gouvernance sont jugés « *obsolètes et inadaptés aux nouvelles réalités de l'Agence* » par les rédacteurs de la proposition (exposé des motifs, p. 4). Par ailleurs, les missions d'intérêt général réalisées par l'Agence et justifiant le financement public seraient inscrites dans le statut.

Les salariés s'opposent à cette proposition, davantage pour la méthode que sur son contenu. Ils accusent le PDG d'avoir préparé une réforme sans les avoir consulté. La découverte du financement d'une agence de communication mandatée par le PDG pour faire accepter cette réforme renforce cette impression[14]. Bien que les salariés ne soient pas opposés à une réforme du Conseil d'administration et à une clarification des liens avec l'État, la manière dont la réforme est conduite la fait échouer. Le statut de l'AFP est finalement transformé *a minima* dans l'unique souci de répondre aux injonctions de Bruxelles. La loi omnibus n° 2012-387 du 22 mars 2012 « relative à la simplification du droit et à l'allégement des démarches administratives » (dite « Loi Warsmann ») comporte un chapitre portant sur la simplification du droit des médias. Elle amende l'article 13 du statut de l'AFP qui indique les modalités de financement en explicitant les relations entre l'Agence et l'État (cf. encadré 36). La restructuration aboutit donc à une réforme du statut jugée minimale, bien que ses implications soient alors inconnues[15].

Encadré 36 - La modification de l'article 13

Version antérieure

Les ressources de l'Agence France-Presse sont constituées par le produit de la vente des documents et services d'information à ses clients et par le revenu de ses biens.

Version actuelle

Les ressources de l'Agence France-Presse sont constituées par le produit de la vente des documents et services d'information à ses clients, *par la compensation financière par l'État des coûts nets générés par l'accomplissement de ses missions d'intérêt général*, telles que définies aux articles 1er et 2 de la présente loi et par le revenu de ses biens.

[13] Le nombre de représentants des médias d'information serait ramené de dix à quatre tandis que le nombre de représentants de l'État (trois) et des salariés (deux) resterait inchangé. Six personnalités indépendantes seraient cooptées par les membres *ès qualité*.

[14] Cela a été dévoilé dans un article du *Canard Enchaîné* le 17 août 2011, [En ligne] URL : http://www.sos-afp.org/fr/mobilisation_sept2011], consulté le 8 septembre 2013.

[15] Le nouvel enjeu consiste à quantifier les « coûts nets générés par l'accomplissement de ses missions d'intérêt général ». La discussion est en cours pour le COM 2014-2017 qui sera signé en décembre 2013.

Le statut de l'AFP, voté en 1957, institue donc un établissement dans lequel les journalistes sont des salariés classiques mais qui les met à l'abri des influences économiques, politiques et idéologiques en soustrayant leur entreprise aux logiques purement commerciales. Dans cette entreprise, les journalistes se sentent investis d'une mission particulière, la production d'une information de qualité qui alimente l'actualité de nombreux titres et, tout en acceptant leur condition salariale, considèrent que leur autonomie d'exercice ne peut être remise en cause. Les trois tentatives de restructurations juridiques de l'AFP se sont soldées, douze ans après le premier projet d'E. Giuiliy, par une réforme *a minima*. Après avoir présenté les grandes lignes des projets, il s'agit d'analyser la mobilisation concrète des journalistes pour envisager la manière dont ils résolvent les tensions entre les logiques économiques et les dynamiques professionnelles. Les discussions ont lieu dans un système de relations professionnelles (État, direction et salariés) qui émerge au cours de ces restructurations et qu'il s'agit de présenter.

Section 2. Les mobilisations des journalistes dans un système complexe de relations professionnelles

Face aux tentatives de restructuration, les journalistes se mobilisent pour que les réformes n'entachent pas leur indépendance économique, politique et idéologique. Ils participent (ou tentent de participer) aux discussions sur les projets. Une multitude d'acteurs est partie prenantes de ces délibérations. Les instances qui représentent les journalistes sont en interaction avec celles qui représentent la direction, mais aussi l'État. La multitude de structures adoptant l'une des positions crée un système complexe de relations professionnelles dans lequel les projets successifs de réforme sont négociés. Loin de constituer un « triangle équilatéral » des relations professionnelles, les acteurs adoptent une configuration variable et complexe de positions (qui fait l'objet d'une synthèse à la fin de la section, cf. figure 3). Pour comprendre les mobilisations des journalistes, il s'agit de présenter leurs structures collectives, mais aussi les différents acteurs avec qui ils interagissent, ainsi que la nature de leurs liens.

2.1. Les représentants des travailleurs : entre alliances et concurrences

Les salariés de l'AFP se rassemblent dans plusieurs structures collectives : des syndicats et des institutions représentatives du personnel (comité d'entreprise et délégués du personnel),

une société de journalistes et une association. Ces différentes instances adoptent des stratégies variables et mouvantes. La multitude de ces structures atteste à la fois de l'inscription dans le salariat (syndicats qui rassemblent tous les salariés), mais aussi de l'existence d'enjeux spécifiques à la profession, notamment la garantie de l'indépendance conférée par le statut, à laquelle les autres structures se consacrent plus spécifiquement.

2.1.1. Des syndicats pluriels

Un large panel de syndicats est présent à l'AFP : la CGT, le SNJ, FO, la CFDT, SUD, la CFTC, la CFE-CGC et un syndicat de journalistes autonome le SAJ-UNSA. Cette pluralité syndicale s'explique par deux éléments : la multiplicité des syndicats de journalistes ou de salariés dans le secteur de la presse d'une part ; la place importante des syndicats dans les entreprises publiques (dont l'AFP se rapproche par de multiples aspects) d'autre part. Parmi les syndicats, la CFE-CGC et le SAJ-UNSA exercent une influence assez marginale. Les syndicats représentatifs sont, depuis 2008, la CGT, le SNJ, FO, la CFDT et la CFTC auxquels SUD est venu s'ajouter en 2011 (suite à l'application des nouvelles règles de représentativité : Bevort, 2008[16]). Le comité d'entreprise de l'AFP est composé de huit titulaires et de huit suppléants. Sa composition s'est modifiée au cours de notre étude puisque avant septembre 2011, la moitié des sièges était réservée aux représentants des journalistes et l'autre moitié aux non journalistes. Vue l'évolution des effectifs (60 % de journalistes), la répartition est passée à cinq sièges pour les journalistes et trois pour les non journalistes. La CGT est le premier syndicat chez les non journalistes. Il tient le secrétariat du comité d'entreprise, qui revient traditionnellement à un non journaliste. Du côté des délégués du personnel, les journalistes et les non journalistes ont sept postes chacun (cf. tableau 27).

[16] Voir Encadré 16.

Tableau 27 - Résultats pour les sièges titulaires aux élections professionnelles de l'AFP

Comité d'entreprise

	Avril 2009	**Septembre 2011**
Journalistes		
SNJ	2	1
CGT	0	1
FO	1	1
CFDT	1	1
SUD	0	1
Non journalistes		
CGT	4	3

Délégués du personnel

	Avril 2009	**Septembre 2011**
Journalistes		
SNJ	2	2
CGT	1	2
FO	1	1
CFDT	2	1
SUD	0	1
Non journalistes		
CGT	n.c.	5
FO	n.c.	2

Les rapports de force ont évolué aux élections de 2011, en pleine tentative de restructuration du statut par E. Hoog. Les syndicats SUD et CGT bénéficient d'un regain d'influence au détriment de la CFDT (en délégation du personnel) et du SNJ (au comité d'entreprise). Ces deux syndicats (SUD et CGT) se félicitent des changements intervenus. Le SNJ au contraire insiste sur la continuité et sur le taux d'abstention et considère qu'« *aucune organisation ne devrait entonner le refrain du succès* » (communiqué SNJ AFP, 26 septembre 2011). Cette évolution montre l'influence des positions des syndicats contestataires au moment de la réforme du statut. En effet, malgré une apparente unité syndicale, il se crée selon certains un « *tandem SNJ CFDT* » qui serait tenté par « *une stratégie d'accompagnement des changements que* [le PDG] *veut rendre irréversible* » tandis que les syndicats CGT et SUD se mettraient *« à distance à l'égard de la politique menée par le PDG* » (communiqué SNJ-CGT AFP, 23 septembre 2011). Cependant, le départ à la retraite de l'élu SUD du comité d'entreprise, remplacé par un élu SNJ à la fin de l'année 2012, nuance le poids des syndicats d'opposition.

Malgré certaines divergences, les syndicats de l'AFP travaillent en intersyndicale au moment des projets de réforme du statut afin de disposer d'une assise dans les négociations : « *On réussit mieux quand on est réuni en intersyndicale. Jusqu'à présent sur les grands conflits il y a toujours eu alliance au sein de l'intersyndicale* » (entretien, délégué du personnel). En comité d'entreprise, les motions sont systématiquement votées à l'unanimité. On ne trouve l'expression d'une divergence qu'une seule fois entre avril 2008 et janvier 2012 dans les discussions portant sur la réforme du statut. Alors que les syndicats CGT et SUD rejettent en bloc les propositions de P. Louette, le SNJ est plus mitigé : « *S'agissant de la*

question du financement, nous étalerons peut-être des divisions syndicales, mais nous ne sommes pas contre la diversification », explique un élu du SNJ (mai 2009, PV CE, p. 14). Les syndicats se présentent également en intersyndicale devant les représentants de l'État (auditions devant les parlementaires et rencontres à la Direction des médias).

Parmi les représentants du personnel, les élus ou mandatés journalistes sont la catégorie professionnelle la plus impliquée dans les discussions autour des réformes du statut. Par exemple, lorsque P. Louette présente ses premières pistes de réforme au comité d'entreprise en mars 2009, les représentants des salariés posent des questions. Les journalistes dominent alors les débats : soixante des soixante-deux interventions sont le fait de journalistes (dont la moitié par ceux du SNJ). De même, les journalistes sont surreprésentés dans les délégations syndicales qui rencontrent les représentants politiques : « *C'est l'affaire de tous* [...] *mais sur ces questions là, ça a toujours été les syndicats de journalistes qui se sont le plus mobilisés* », témoigne un délégué syndical non journaliste (entretien).

Les syndicats de journalistes sont unis face aux projets de réforme des PDG qui leur sont présentés et dont ils jugent le contenu dangereux ou insuffisant (remise en cause de leur autonomie). Les dynamiques d'action des salariés dans cette entreprise en restructuration ne se limitent pas à l'action syndicale. Les salariés s'expriment également à travers deux autres structures : une société de journalistes et une association professionnelle.

2.1.2. La Société des journalistes de l'AFP : entre allié et concurrent des syndicats

À côté des syndicats, une première société de journalistes est créée à l'AFP en 1967 sous la forme d'une association, relancée en 1986. Elle se définit comme une « *organisation professionnelle chargée de tout mettre en œuvre pour la défense et le développement de la vocation mondiale de l'AFP* […] *et la défense de la déontologie des journalistes de l'AFP* ». Plusieurs abus décrédibilisent son action, comme le rapporte *a posteriori* un ancien membre qui pointe « *les dérives et manipulations qui ont pu* [la] *discréditer* » (lettre adressée aux sociétaires lors des élections de mars 2000).

La Société des journalistes est relancée au moment de la tentative de réforme du statut engagée par E. Giuily. Elle se coordonne avec les syndicats. La SDJ « *entend s'inscrire dans la recherche de solutions* » et souhaite « *renforcer la cohésion interne* » et non pas « *se substituer aux organisations syndicales* » mais leur être « *complémentaire ou supplémentaire* » (lettre du président de la SDJ adressée aux salariés de l'AFP, mars 2000). La double appartenance est encouragée. La SDJ dénonce les réformes financières et la

modification des statuts proposée par le PDG à qui elle oppose des solutions alternatives. Après de nouvelles élections en mars 2000, la SDJ coopère activement avec les syndicats pour mettre en échec le plan Giuily. Les structures mènent plusieurs actions communes : assemblée générale (mars 2000), motion de défiance (juin 2000), plainte devant le Conseil supérieur (juillet 2000) ou encore délégation avec un élu CGT au Congrès du Parti socialiste (août 2000). Par ailleurs, la SDJ mène une action de lobbying auprès des salariés (tracts, assemblée générale), de la direction (rencontres avec le PDG) et auprès des pouvoirs publics (auditions au ministère de la Culture). Cette alliance entre l'ensemble des représentants des journalistes participe de l'échec du plan Giuily, lâché par le pouvoir politique (*supra*).

Cette unité ne se retrouve pas au moment des tentatives de restructurations les plus récentes. La Société des journalistes a pris un tournant en 2001 et s'est éloignée des organisations syndicales. Depuis, la Société de journalistes adopte une position jugée plus conciliante que celle des syndicats.

> « Avant 2001, il n'y avait pas beaucoup de différences entre l'intersyndicale et la SDJ. Aujourd'hui, c'est très différent. Ce qui n'est pas toujours facile d'ailleurs. Certains ont considéré tout à coup qu'on ne représentait plus rien, qu'on n'était pas une organisation représentative du personnel, donc qu'on ne valait rien, qu'on n'avait pas le droit au chapitre. » (Entretien, président de la SDJ.)

Les syndicats et la SDJ sont donc moins liés. Certains d'entre eux décrédibilisent son action. Pour le secrétaire du comité d'entreprise (CGT) par exemple, *« la SDJ n'est pas un acteur social* » (entretien). Pourtant, la Société des journalistes tient depuis 2001 le siège de représentant des journalistes au Conseil d'administration de l'Agence, faute d'un candidat syndical unique. Bien que le représentant de la société des journalistes n'y siège pas *ès qualité*, ce mandat lui permet d'être considéré comme représentatif des journalistes et d'être reconnu comme un acteur important dans les discussions sur les réformes du statut, auprès de la direction : « *On est sur un pied d'égalité dans la concertation menée à l'ordre actuel. On est intervenu dans le débat exactement comme les autres* », explique son président (entretien). La SDJ est également reconnue par les représentants de l'État. Elle est notamment auditionnée par les parlementaires.

2.1.3. Une association restreinte mais influente : l'ADI-AFP

Enfin, à côté des syndicats et de la Société des journalistes, une troisième structure a vu le jour à l'été 2009 : l'Association de défense de l'indépendance de l'Agence France-Presse (ADI-AFP). Cette association a été créée par un ancien président de la Société des

journalistes, qui a exercé entre 1993 et 1999, dans une dynamique de collaboration avec les syndicats. Dans la même veine, « *L'ADI-AFP dès le départ a beaucoup collaboré avec les syndicats* », raconte son président (entretien). Cette association est proche des syndicats SUD et CGT. La candidature de son président à l'élection du représentant des journalistes au Conseil d'administration de 2012 a été soutenue par ces syndicats. Malgré cette proximité avec les syndicats, le cadre associatif a été préféré par ses militants : « *On n'avait pas de liens avec une centrale nationale, ou une intersyndicale, qui pendant des heures discutent, qui n'en finissent jamais* » (*ibid.*). On retrouve ici un argument similaire à celui qui, au niveau national, a poussé les membres de l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP) à se rassembler dans une association plutôt que dans un syndicat[17]. L'ADI-AFP est constituée d'une vingtaine de membres. La plupart sont journalistes mais la structure est ouverte (comme pour l'APCP) aux personnes extérieures attachées à l'indépendance de l'AFP.

L'action de l'Association est centrée sur la défense du statut de 1957. Elle s'est constituée comme un outil ponctuel de lutte pour dénoncer le contenu des plans Louette et Hoog, mais aussi pour avancer des contre propositions : « *Le rôle de l'ADI-AFP est un rôle d'agitateur d'idées* » d'après son président (*ibid.*). Comme la Société de journalistes, les représentants de l'ADI-AFP ne s'opposent pas à toute réforme de l'Agence mais contestent le bien-fondé de celles qui leur sont proposées. Les membres de l'Association engagent des discussions avec la direction (audition au moment de la procédure de concertation, hiver 2011), des représentants de l'État (lettre ouverte aux parlementaires), mais aussi auprès de l'intersyndicale. Ils sont à l'origine de contre-propositions de réformes. Ils participent notamment à la rédaction de la modification de l'article 13 du statut qui est présentée par l'intersyndicale à la Direction des médias (*supra* : cf. encadré 36). Ainsi, cette association a une action similaire à celle d'une société de journalistes et est considérée par certains comme « *une espèce de SDJ bis* » (entretien, journaliste AFP), comme une réplique de la SDJ d'avant 2001, favorable aux syndicats et réfractaire aux modifications du statut qui engageraient l'indépendance des journalistes.

Ainsi, les salariés participent aux négociations *via* un ensemble de structures (comité d'entreprise, associations, administrateurs salariés). Ils sont pris dans un système d'alliances et de concurrences complexes. Les syndicats SUD, CGT ainsi que l'ADI-AFP occupent le pôle contestataire, suivis par FO, tandis que la CFDT et la SDJ entretiennent le dialogue avec la direction. Le syndicat SNJ adopte une position intermédiaire et tente de faire le lien entre

[17] Voir Chapitre 6.

les syndicats pour préserver l'intersyndicale. Les deux associations (SDJ et ADI-AFP) sont sur des lignes opposées et constituent une forme de rivalité entre deux idéaux de SDJ. La position « représentant des salariés » est occupée par une multitude de structures dans lesquelles les salariés sont invités à participer de manière variable. Dans les mobilisations qu'ils mènent, ils sont en interaction avec leur direction, mais aussi avec l'État. Les acteurs adoptant ces deux autres positions doivent être présentés afin d'expliciter le système général de négociations.

2.2. La direction : entre mandat étatique et représentant des salariés

Les représentants de la direction sont pris dans des logiques contradictoires. Nommé par les clients, le PDG est responsable devant eux. Mais il est également responsable devant ses salariés, dont il est censé défendre les intérêts face aux ingérences du pouvoir politique ou des clients de la presse, qui se mobilisent contre les projets défendus par l'État.

2.2.1. Un PDG fonctionnaire ?

Le PDG de l'AFP est élu par le Conseil d'administration de l'Agence pour trois ans par une majorité qualifiée de douze des quinze voix (cf. encadré 37).

Encadré 37 - Le PDG de l'AFP : nomination et rôle (articles 10 et 11 du statut)

Article 10

Le Président-directeur général est désigné dans les trois mois de la vacance du poste par le Conseil d'administration en dehors de ses membres pour une période de trois ans renouvelable. La première désignation a lieu dans les mêmes conditions dans les trois mois de la promulgation de la présente loi.

Cette nomination doit être acquise par douze voix au moins […] La cessation des fonctions du Président directeur général peut être décidée par le Conseil d'administration pour faute lourde de gestion commise dans l'exercice de ses fonctions ou pour acte incompatible avec l'accomplissement de sa mission. Cette décision doit être acquise hors la présence du Président directeur général et par douze voix au moins.

Article 11

Le Président-directeur général est civilement responsable envers l'Agence France-Presse des fautes lourdes qu'il aurait commises dans l'exercice de ses fonctions.

Pour être élu, un candidat doit être soutenu conjointement par les représentants de la presse et de l'État (les usagers publics). Étant donné leur profil (cf. encadré 38 : exemple d'E. Hoog), certains PDG peuvent être considérés comme des administrateurs publics : *« Le problème c'est que depuis un certain temps, il y a pas mal de diplômés de l'ENA qui sont*

nommés dans la continuité de ce qu'ils ont fait avant dans différents ministères », explique un ancien journaliste de l'Agence (entretien). Les PDG peuvent alors eux-mêmes se considérer comme « *des représentants de l'État* » complète un délégué syndical journaliste (entretien). Dans le cadre du contrat d'objectifs et de moyens, le PDG de l'Agence engage l'entreprise auprès de l'État. Il s'établit donc une relation particulière entre ces acteurs puisque le PDG doit rendre compte régulièrement de son action aux représentants du pouvoir politique. Cela alimente cette fiction d'un PDG détaché de l'État.

Encadré 38 - Le parcours d'Emmanuel Hoog

E. Hoog a été nommé Président-directeur général de l'AFP en avril 2010. Il exerce actuellement son second mandat, après sa réélection en avril 2013. Diplômé de l'École nationale d'administration en 1986 (ENA), il occupe différents postes au sein du ministère de la Culture et de la Communication puis du ministère des Finances et de l'Économie sous des gouvernements socialistes (liens avec Jack Lang et Laurent Fabius notamment). Représentant de l'État au sein du Conseil d'administration de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), il en devient le directeur en 2001, nommé par décret en Conseil des Ministres. Il reste à la tête de l'INA jusqu'à son arrivée à l'AFP où il apparaît également comme un représentant de l'État.

Par ailleurs, les PDG sont très engagés dans les restructurations de l'AFP commanditées par le pouvoir politique. Les présidents successifs sont en contact permanent avec les représentants de la puissance publique. Par exemple, P. Louette explique en comité d'entreprise qu'il a pris « *son bâton de pèlerin* » pour exposer les enjeux de la réforme aux parlementaires (mai 2008, PV CE, p. 6). De même, « *Hoog est toujours fourré chez le Premier Ministre* », explique un journaliste (entretien). De manière plus formelle, les représentants de la direction sont régulièrement auditionnés dans le cadre des réflexions sur l'avenir de l'AFP. La collaboration est encore plus poussée dans le cas de la proposition de loi Legendre (mai 2011) qui est, d'après les délégués syndicaux, directement écrite par l'équipe de direction d'E. Hoog. Elle est « *largement inspirée par des idées développées ici, sinon écrite ici* » prétend un élu du comité d'entreprise de l'Agence (juin 2011, PV CE, p. 6). Enfin, au sein de ces commissions, les représentants de la direction sont auditionnés comme parties prenantes, mais aussi comme experts puisqu'un certain nombre d'anciens PDG participent à cette réflexion. Le groupe de travail mis en place par le ministère de la Culture en décembre 2009 est ainsi coordonné par H. Pigeat, ancien PDG de l'AFP. Deux autres, B. Eveno (2000-2005) et C. Moisy (1990-1993) sont également entendus dans le cadre des auditions parlementaires. L'équipe dirigeante de l'Agence est donc liée à l'État, par des procédures de nomination et de contrôle.

2.2.2. Le responsable de l'entreprise

Les représentants de la direction sont également responsables devant leurs salariés. Depuis 1999, quatre PDG se sont succédés (E. Giuily, B. Eveno, P. Louette et E. Hoog). E. Hoog a été réélu en avril 2013. S'il finit son mandat (trois ans), il sera le premier président depuis Henri Pigeat (1979-1986) à exercer deux mandats consécutifs. Il y a un « turn-over » important des présidents : « *En général, ils n'ont pas beaucoup de temps car ils tournent assez vite* », explique un journaliste (entretien). Pourtant, ils sont les garants de la continuité de l'Agence. En effet, le statut de l'AFP précise que : « *Le Président-directeur général est chargé de la préparation et de l'exécution des délibérations du Conseil d'administration, de la direction de l'ensemble des services de l'Agence et de la représentation de celle-ci* » (article 8). Par ailleurs, il est « *civilement responsable envers l'Agence France-Presse des fautes lourdes qu'il aurait commises dans l'exercice de ses fonctions* » (article 11). Les PDG de l'AFP sont les garants du statut. En réunion du comité d'entreprise, P. Louette mentionne régulièrement « *notre* » statut. Ils sont également responsables du développement de l'Agence. Les PDG successifs légitiment ainsi les tentatives de restructurations de l'Agence par des perspectives de développement : « *Le seul enjeu est pour moi un enjeu de financement du développement et de préservation de la capacité de l'AFP à rester une grande agence mondiale* », explique par exemple P. Louette aux sénateurs (Rapport Sénat, 2010).

Par ailleurs, les représentants de la direction ont une influence indirecte non négligeable sur les mobilisations des salariés. En effet, elles sont habilitées à reconnaître ou non un certain nombre d'organisations de salariés. Si les syndicats et les instances représentatives du personnel (comité d'entreprise) sont des structures reconnues, la reconnaissance d'autres organisations représentant les salariés dépend en partie de la place que la direction leur confère dans l'entreprise[18]. En acceptant de dialoguer avec les syndicats, mais aussi avec les représentants de la Société des journalistes et de l'Association de salariés (ADI-AFP), la direction légitime ces acteurs. Cela permet à la direction d'avoir des interlocuteurs salariés alternatifs aux syndicats qui sont dans l'ensemble opposés aux projets présentés par les directions. En retour, les salariés peuvent remettre en cause la légitimité de leur PDG. Par exemple, plusieurs motions de défiance votées par les salariés ont obligé les directions à amender leur stratégie.

[18] C'est le cas pour les sociétés de journalistes, voir Chapitre 5.

Les représentants de la direction de l'AFP sont donc pris entre une double injonction venant d'acteurs (État et salariés) aux volontés non nécessairement convergentes. Les mobilisations des journalistes s'inscrivent dans ce contexte. Les directions successives favorisent une conception financière de l'autonomie, guidée par l'État.

2.3. L'État : entre client et législateur

L'État français entretient avec l'AFP (l'entreprise, ses directeurs et ses salariés) des liens pluriels et ambigus. Tout en adoptant un rôle extérieur de garant du statut et de l'existence de l'Agence, l'État est aussi son premier client et lui est financièrement lié. Cette double posture alimente une confusion sur son rôle dans l'entreprise. C'est l'acteur qui favorise la mutation de l'Agence, en mettant en avant des enjeux économiques sans toujours prendre en compte la spécificité de l'activité de travail de ses journalistes.

2.3.1. L'État payeur

L'État français est le plus gros client de l'Agence France-Presse. À ses débuts, la contribution de l'État représentait près des trois quarts de son chiffre d'affaires (75 % en 1946 : Lagneau 2010, p. 802). C'est encore plus du tiers aujourd'hui (cf. tableau 28[19]).

Tableau 28 - Prévisions du montant des abonnements de l'État à l'AFP

	2009	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*
Chiffre d'affaires (M€)	278,1	289,6	296,9	310,3	320,5
dont abonnements de l'État (M€)	109,6	111,6	113,6	115,7	117,7
	39,4 %	38,5 %	38,3 %	37,3 %	36,7 %

Les relations commerciales entre l'État et l'Agence sont régies par un « contrat d'objectifs et de moyens » (article 13 des statuts ; *supra*) qui expose les engagements de l'Agence et les modalités de soutien de l'État pour un quadriennal. Le dernier contrat a été signé en décembre 2008 pour la période 2009-2013[20]. L'État rémunère l'Agence en contrepartie de l'achat de ses produits médiatiques (abonnement des services français, en France et à l'étranger, au fil de l'AFP) pour un montant estimé à 119 millions d'euros en

[19] Dans le contrat d'objectifs et de moyens 2009-2013.
[20] Entre la direction et trois ministères (économie, culture et communication, budget).

2013[21]. L'État français est le premier client, et donc, le premier financeur de l'Agence : *« Il y a un vrai partenariat entre l'AFP et l'État, ça c'est indéniable, et pour cause, si l'État retire ses billes, l'AFP meurt* », explique un journaliste (entretien). L'État détient trois sièges au Conseil d'administration au titre d'usager (de client).

En plus de ces dotations annuelles, l'État s'est engagé à financer les investissements de l'Agence (dans le cadre du projet « ISIS ») à hauteur de vingt millions d'euros (quatre millions par an entre 2009 et 2013). Cependant, l'État a été obligé de geler l'avoir de quatre millions d'euros pour l'année 2013 suite une restriction budgétaire générale. Cette décision met en difficulté les projets engagés pour la mutation de l'AFP en agence multimédia et montre la dépendance financière de l'Agence envers son financeur. Contrairement à certaines entreprises publiques, l'AFP n'est pas une entreprise à actionnariat étatique. Cependant, les relations sont ambiguës dans la mesure où l'État adopte un rôle d'actionnaire sans l'être. Il est considéré par les salariés de l'AFP comme le prêteur en dernier ressort. Au cours des réunions du comité d'entreprise, cette ambiguïté est souvent soulignée : « *L'État actionnaire qui n'est pas actionnaire, nous rappelle donc de temps en temps qu'il n'est pas un actionnaire* » (P. Louette, octobre 2008, PV CE, p. 7).

2.3.2. L'État prescripteur

De sa position de premier « payeur », l'État glisse vers celui de « prescripteur ». Malgré l'indépendance de l'Agence consacrée dans ses statuts, l'État interfère de fait dans sa gestion. La réforme du statut est commandée au PDG au nom de la participation financière de l'État qui fait donc primer ses intérêts de premier client (voire d'actionnaire finalement). Cette interférence de l'État sur la marche de l'entreprise est visible dans le contrat qu'il signe avec l'Agence, où sont définis des axes de développement pour le futur de l'entreprise. Par exemple, la direction de l'AFP a du s'engager, en contrepartie du financement étatique, à développer le marché des mobiles, le journal Internet ou la vidéo. Par ailleurs, l'État s'immisce dans la gestion de l'entreprise en négociant un « *redéploiement des effectifs et une maîtrise de la masse salariale* » (COM, p. 11) à partir d'orientations très détaillées : fermeture du service hippique ou redéploiement du service général en langue portugaise sur le Journal Internet par exemple. Cette attitude est dénoncée par une partie des syndicats qui pointent les ingérences de l'État sur le fonctionnement et la gestion de l'Agence : « *Le texte du contrat*

[21] D'après l'avis présenté au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation sur le projet de loi de finances pour 2013 par Michel Françaix, [en ligne] [URL : http://www.assemblee-nationale.fr/14/pdf/budget/plf2013/a0252-tvi.pdf], consulté le 2 mai 2013.

viole le contrat d'indépendance ! Depuis quand est-ce que l'État se mêle de ce que l'AFP doit couvrir ? […] *C'est totalement inacceptable* » (entretien, délégué syndical).

Enfin, l'État demande que soit réformé le statut de l'AFP : « *L'Agence s'engage à proposer l'actualisation de son statut* [et] *à étudier les modalités d'une réforme plus profonde et plus vaste de son statut et à faire les préconisations correspondantes* » (COM, p. 16). Les tentatives de réforme du statut engagées à partir de 2009 sont directement dictées par les ministères de tutelle : « *L'Agence a, dans le cadre du COM, été invitée collectivement à envisager une évolution, une modernisation de son statut* […] *en contrepartie d'un engagement* [financier] *significatif* », explique le PDG (Louette, décembre 2008, PV CE, pp. 8-9). Cette position de l'État renforce son rôle de législateur.

2.3.3. L'État législateur

Les représentants de l'État exigent que les directions de l'Agence réforment leur entreprise. Cette demande est paradoxale dans la mesure où c'est le législateur qui a institué l'Agence en 1944 et l'a dotée de son statut en 1957. Il est donc de son ressort d'en modifier les contours. Les directions mandatées pour réformer l'Agence sont uniquement « force de proposition » et le contenu d'une loi de refondation du statut reste entièrement à la discrétion des parlementaires. Ainsi, sur le même modèle que dans les entreprises publiques, les négociations sont limitées dans la mesure où elles ne sont « formellement, qu'un préalable d'une décision réglementaire ou législative laquelle relève de la seule autorité de la puissance publique » (Saglio, 2004, p. 37). Pourtant, il existe une réelle volonté d'intégrer les salariés et la direction à la réforme du statut, en référence au processus collectif de décision institué en 1957 (*supra*).

Parallèlement au travail des directions et des salariés, les représentants de l'État réfléchissent également aux évolutions possibles du statut. Trois réflexions sont menées en parallèle. Tout d'abord, la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale mène des auditions dans le cadre d'une réflexion sur « *les enjeux et les modalités possibles d'une réforme éventuelle* » (extrait du compte rendu) en décembre 2009 et janvier 2010. Elle reçoit les représentants de l'intersyndicale, de la société des journalistes, de la direction, des clients (presse et État) ainsi que des personnalités extérieures. Les sénateurs auditionnent également ces représentants afin de rédiger un rapport d'information au nom de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication sur l'avenir de l'Agence France-Presse, publié le 2 février 2010. Enfin, le ministère de la Culture et de la

Communication constitue un comité de réflexion *ad hoc* en décembre 2009 qui rend ses conclusions en avril 2010. Ces trois instances de réflexion constituent un moment privilégié pour le dialogue entre les acteurs. Les représentants des salariés comme de la direction y sont représentés et invités à soumettre leurs propositions pour l'entreprise dans une procédure de concertation. C'est l'occasion pour l'ensemble des parties prenantes de présenter des contre-propositions.

L'acteur public est donc pris entre ses fonctions de client, de financeur et de législateur. Dans la loi de 1957, les liens entre l'État et l'Agence sont uniquement définis comme une relation commerciale. Ils sont en fait plus complexes comme on vient de le montrer. L'État français a fait l'objet d'une plainte en février 2010 (devant la commission européenne). La direction générale de la concurrence a montré que l'État français paie les services de l'AFP beaucoup plus chers que le prix du marché, laissant planer le doute d'une subvention déguisée[22]. Ces subventions, interdites sur un marché concurrentiel, peuvent être autorisées si elles constituent « *une compensation pour les services publics* » (lettre du 22 août 2011 aux représentants de la France à Bruxelles). S'il était établi que l'Agence réalise des missions d'intérêt général pour lesquelles elle est rémunérée par l'État, le soutien économique de l'État et son interférence dans la vie de l'entreprise seraient justifiés. En clarifiant les rapports entre Agence et État (en inscrivant dans le statut ces missions d'intérêt général), cette modification permet selon les salariés de résoudre les problèmes de financement de l'Agence sans avoir besoin d'une réforme substantielle du statut : « *Il suffirait que l'État rappelle les missions d'intérêt général remplies par l'AFP pour que les dotations ne posent pas de problème aux yeux de Bruxelles* », explique une représentante de la CGT aux parlementaires dès décembre 2009 (auditions de la commission de l'Assemblée nationale). La question de la réforme du statut se focalise donc sur cette question des misions d'intérêt général et interroge la mission de service public de l'information des agenciers.

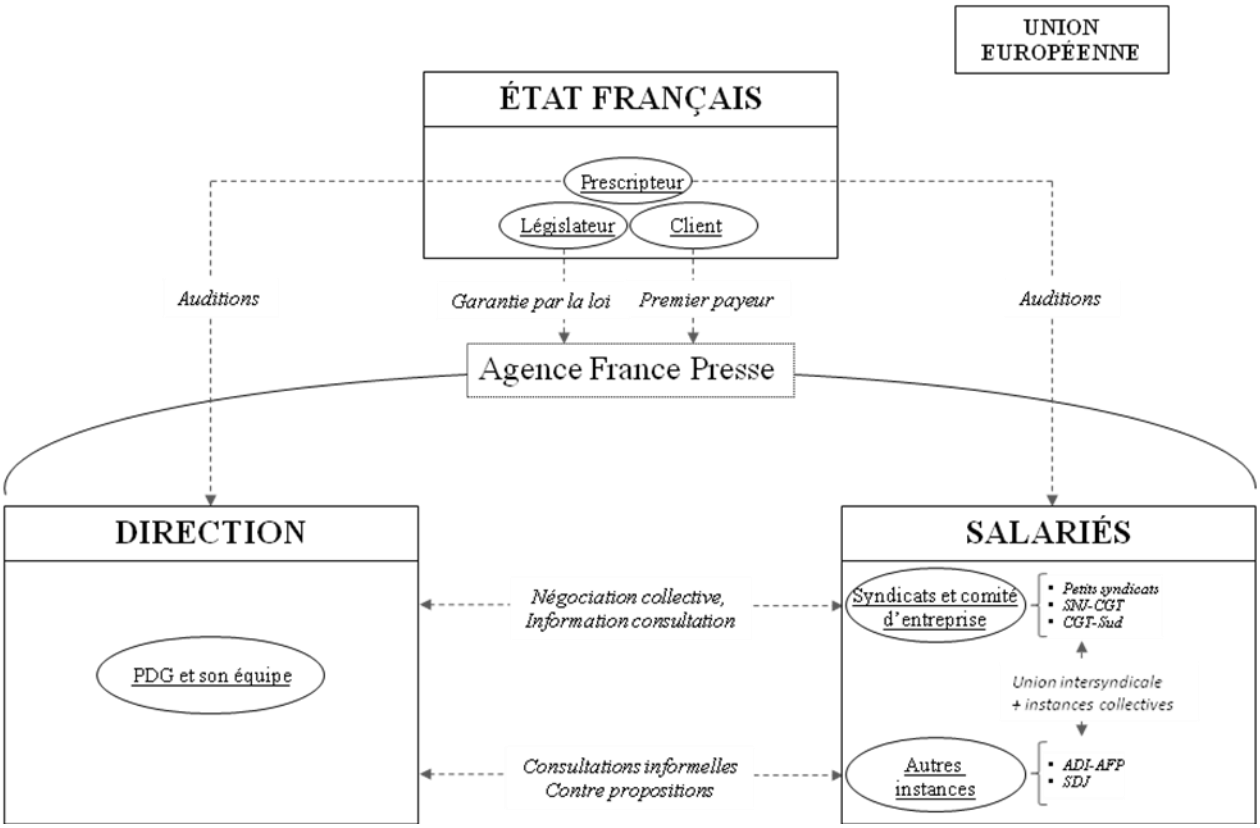
Les différents acteurs représentant l'État illustrent la diversité qui se cache derrière « les représentants de l'État » et corrobore une « vision de l'État plus éclatée dont la cohérence des actions n'est que partielle » (Bevort, Jobert, 2011, p. 95). Les plans de réforme ont permis que les liens entre l'État et l'Agence soient éclaircis afin que les rôles de client, de prescripteur et de législateur soient compatibles. Pour les salariés, la reconnaissance des missions d'intérêt général de l'Agence consacre leur autonomie dans le cadre d'une forme de service public de

[22] Par exemple, la Commission européenne paie 323 374 euros pour un abonnement de cinq ans aux services de l'AFP, tarif très inférieur à celui appliqué à l'État français.

l'information tout en permettant à leur entreprise d'accéder à une autonomie financière garantie par l'État.

Ainsi, les mobilisations des journalistes par l'intermédiaire des trois structures collectives qui les représentent s'inscrivent dans un système de relations professionnelles complexe. À côté des représentants des salariés, la direction s'entretient avec l'ensemble des acteurs dans des discussions informelles ou dans des négociations formelles (comité d'entreprise et délégation du personnel) tandis que les représentants de l'État tentent de prendre en compte l'ensemble des positions (cf. figure 3).

Figure 3 - Synthèse du système de relations professionnelles à l'AFP



Ces acteurs négocient une restructuration. Le contenu des négociations ainsi que son issue sont influencés par ces configurations. Il s'agit d'étudier à présent la forme que prennent les mobilisations de journalistes dans la configuration institutionnelle qui vient d'être décrite.

Section 3. Des mobilisations diverses pour la définition de l'autonomie

Les journalistes de l'AFP, ainsi que l'ensemble des salariés, entendent donner leur avis sur les restructurations qui touchent leur entreprise. Pour cela, ils adoptent des multiples stratégies, entre négociation et délibération collective. Leur action se focalise sur les questions techniques qu'ils séparent des enjeux de développement économique. Ils soulignent les dangers des plans de réforme et, sans s'opposer à tout changement, proposent des solutions alternatives qui portent une vision différente de l'entreprise et plus généralement de l'information. Salariés classiques, ils contestent la « normalisation » de leur entreprise. Leurs mobilisations aboutissent à une réforme *a minima* du statut.

3.1. Entre négociation et délibération collective

Les salariés, notamment les journalistes, prennent part aux processus de réflexions collectives engagés en vue de la réforme du statut de leur entreprise. Ils agissent auprès de leur direction et des pouvoirs publics. Tout en s'opposant aux projets de réforme, ils proposent des solutions alternatives pour crédibiliser l'Agence sans remettre en cause l'indépendance de ses journalistes.

3.1.1. Une réflexion collective

Les salariés, par l'intermédiaire de leurs représentants et notamment des journalistes, s'expriment sur les plans de restructuration dans le cadre du comité d'entreprise et des réunions en délégation du personnel. Une analyse des procès verbaux des cinquante réunions du comité d'entreprise tenues entre avril 2008 (début du Plan Louette) et février 2012 (amendement de l'article 13) permet de dresser l'évolution des rapports entre les directions et les salariés au sein de cette instance (cf. encadré 39).

Encadré 39 - Méthode d'analyse systématique des procès verbaux des réunions du comité d'entreprise

Je m'intéresse au rôle des élus du comité d'entreprise de l'AFP sur le processus de réforme du statut de l'entreprise. Des élus rapportent que la réforme du statut a été discutée en comité d'entreprise (entretiens). J'ai créé une base de données à partir d'une recension systématique des cinquante procès verbaux des réunions en comité d'entreprise en précisant : le nombre de pages ; si la question du statut figure à l'ordre du jour ; si la question de la réforme du statut figure dans le corps du texte ? Si oui : le nombre de pages du procès verbal consacrées à la réforme du statut. Il faut préciser ce que j'entend par « *La question de la réforme du statut figure-t-elle dans le corps du texte ?* » : l'entrée « *statut* » se retrouve très souvent mais peut recouvrir :

- La question du statut du salarié : siège ou non? type de contrat etc. : « *Je fais référence aux statuts du siège et des différents locaux à travers le monde* » (PV CE, novembre 2011).
- Des références au statut de 1957 en tant que tel mais pas à sa réforme : « *Les statuts de l'AFP* comptent une obligation de maintien d'un réseau d'informateurs » (PV CE, novembre 2011).

Ont uniquement été conservés les extraits dans lesquels est discutée une éventuelle *réforme* du statut. J'ai ensuite mené une analyse qualitative de ces extraits : comment la question de la réforme du statut est abordée ? Par qui ? Contenu de la discussion.

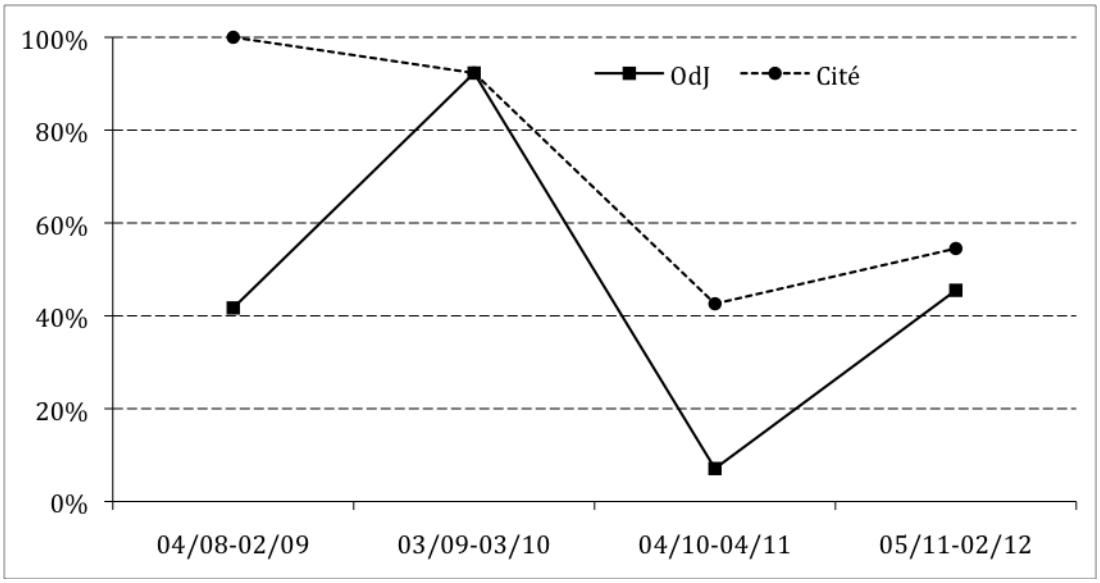
Par ailleurs, ont systématiquement été comptés le nombre d'élus du CE (titulaires ou suppléants) présents ; le nombre de réunions où les élus sont accompagnés d'experts ; le nombre de délégués ou représentants syndicaux présents ; le nombre de représentants de la direction présents.

Une réunion du comité d'entreprise réunit en moyenne dix élus salariés, sept à huit délégués ou représentants syndicaux et huit à neuf représentants de la direction. Un expert mandaté par le comité d'entreprise[23] est présent à sept des cinquante réunions. Les questions abordées classiquement en comité d'entreprise portent sur l'emploi, la formation, les conditions de travail, l'intéressement, l'égalité professionnelle ou l'insertion (Bevort, Jobert, 2011, pp. 120-124). Les discussions sur la réforme du statut ne rentrent *a priori* pas dans les mesures sur lesquelles le comité d'entreprise doit être informé voire consulté puisqu'il est défini par la loi et ne résulte pas d'un accord collectif. Pourtant, la question de la réforme du statut apparaît dans presque la moitié des ordres du jour des réunions du comité d'entreprise entre avril 2008 et février 2012 (vingt-trois des cinquante réunions). Elle est, la plupart du temps, incluse dans un point d'information sur la marche générale de l'entreprise. Par ailleurs, il y a de nombreuses réunions au cours desquelles cette question arrive dans les discussions sans qu'elle soit à l'ordre du jour. La réforme du statut est en fait abordée dans près de trois quarts des réunions au cours de cette période (trente-six des cinquante réunions). Un cinquième du temps de discussion en comité d'entreprise est consacré à ces projets de réforme[24]. Le tri des procès verbaux, selon le pourcentage de réunions où la réforme est mentionnée dans l'ordre du jour (« OdJ ») et le nombre de réunions où le sujet est abordé au cours des discussions (« Cité »), permet de repérer quatre périodes dans les négociations (cf. figure 4, en % du nombre de réunions).

[23] Financé par la direction, article L. 1233-34 du Code du travail.

[24] Je considère que le temps consacré à cette question peut être calculé en regardant le nombre de pages du procès verbal qui lui sont consacrées parmi le nombre de pages totales. Je pose l'hypothèse qu'une page de verbatim vaut en moyenne le même nombre de minutes.

Figure 4 - Nombre de références au statut dans les procès verbaux des réunions



Entre avril 2008 et février 2009, le PDG Louette débat avec les salariés des conditions de la réforme parallèlement à la négociation du contrat d'objectifs et de moyens avec l'État. Alors que la réforme n'est pas une priorité au début de la période, elle le devient rapidement suite aux injonctions de l'État : « *Le statut doit et va changer* » affirme le PDG (juin 2008, PV CE, p. 12). Pendant cette période, la réforme du statut est systématiquement abordée en comité d'entreprise, à l'initiative des salariés, alors que le sujet n'est pas toujours présent dans l'ordre du jour. À partir de mars 2009 (deuxième période), les discussions deviennent plus concrètes (sur la base des propositions faites par P. Louette) ce qui explique qu'un point sur le statut soit *quasi* systématiquement à l'ordre du jour du comité d'entreprise jusqu'au départ du PDG. L'arrivée d'E. Hoog en avril 2010 ouvre une troisième période au cours de laquelle la réforme du statut ne constitue plus un enjeu fondamental. La question figure rarement à l'ordre du jour. Les négociations sur le statut sont mises entre parenthèses jusqu'en mai 2011 où elles reprennent à partir de la proposition de loi Legendre (modification du Conseil d'administration), soutenue par le PDG (quatrième période). Ces questions disparaissent après février 2012, la question s'étant réglée avec la modification de l'article 13.

Les salariés, et notamment les journalistes, sont donc informés de la réforme du statut au sein du comité d'entreprise. Ces échanges, menés au sein d'instances salariales, leur permettent-ils d'exposer leur conception de l'indépendance qu'ils entendent préserver ?

3.1.2. Les échecs de la consultation du comité d'entreprise

L'importance des mentions à la réforme du statut en comité d'entreprise tendrait à conclure à une forte implication des salariés dans la réflexion en cours. A. Conchon (2013) propose de mesurer l'influence et le pouvoir des salariés dans les entreprises (au sein des instances supérieures dans son cas) par rapport aux « modalités d'interaction » avec la direction. Elle dresse cinq types de possibilités : décision unilatérale de la direction ; information ; consultation ; codécision ; autogestion. L'analyse des échanges entre les parties montre que les salariés sont, dans le cas de l'AFP, davantage informés que consultés en comité d'entreprise. Les directions invitent les salariés à formuler des propositions afin que les réformes se fassent avec leur accord : « *Si une solution ne vous plaît pas* […] *nous l'abandonnerons* » (PDG, avril 2008, PV CE, p. 6). Sous la présidence de P. Louette, la direction informe régulièrement les membres du comité d'entreprise sur l'avancée des réflexions. Cependant, la procédure est davantage une procédure d'information que de consultation : *« Vous ne nous avez pas associés à la réflexion qui a conduit à l'élaboration de votre rapport* » lui reproche un délégué syndical CFDT (mai 2009, PV CE, p. 17). Cette situation est paradoxalement dénoncée par les syndicats alors qu'une partie se refuse à être « force de proposition » : « *La CGT n'entrera pas dans une gentille discussion pour décider tous ensemble de ce que fera l'AFP. Il n'y a pas en France de tradition de cogestion au niveau syndical. Nous ne sommes pas là pour décider tous ensemble* », explique un élu du SNJ-CGT (octobre 2008, PV CE, p. 14). Le rapport entre les représentants du personnel et le PDG est analogue sous la présidence d'E. Hoog. Alors qu'il s'engage à informer régulièrement les salariés, les élus du comité d'entreprise l'accusent de ne pas consulter le personnel et dénoncent « *une démarche conduite dans le secret et dans le dos des institutions représentatives du personnel* » (motion de défiance votée en septembre 2011 à l'unanimité). Ici encore, cette position est ambiguë car en même temps, « *notre rôle n'est pas de vous soumettre des propositions* », explique le délégué syndical FO (septembre 2011, PV CE, p. 14). Les représentants des salariés remettent en cause la méthode employée par leur PDG plutôt que le contenu même du plan.

Les journalistes sont très majoritairement les interlocuteurs de la rédaction sur ces questions (*supra*). Ils s'expriment indifféremment selon leurs mandats (élus ou non au comité d'entreprise) : « *Les interventions sont très variables, selon les personnes* […] *Certains élus parlent moins que d'autres, et des personnes qui ne sont pas élues parlent beaucoup et disent des choses pertinentes* », commente un élu SUD (octobre 2011, PV CE, p. 5). Il y a donc une

confusion entre les rôles des délégués syndicaux et des élus du personnel et un alignement de la négociation syndicale et de l'information consultation en comité d'entreprise. Tous les représentants des journalistes souhaitent être informés des réformes du statut. Une dynamique similaire a été mise au jour par une étude sur la négociation d'accords de méthode (Didry, Jobert, 2011). Cette confusion est alimentée par la réforme des règles de la représentativité qui lie élections professionnelles et mandat syndical (Bevort, 2008).

Par ailleurs, le PDG reçoit la Société des journalistes qui est moins défavorable à ses propositions : « *La direction a tout intérêt à nous donner de la légitimité, de la représentativité, à partir du moment où elle a du mal avec les syndicats* », explique son président (entretien). Les représentants de l'ADI-AFP sont, pour leur part, reçus une seule fois par le PDG Hoog. Ils refusent le principe des auditions individuelles et sont favorables à des auditions collectives.

Le processus de concertation, prônée par les directions successives au sein du comité d'entreprise et plus largement avec l'ensemble des acteurs est finalement, se réduit finalement à un échange d'information. La consultation des personnels, sur le modèle de ce qui avait été fait en 1957, n'est pas ici à l'ordre du jour. Les journalistes, dont les avis ne sont pas pris en compte, s'opposent alors aux directions qui n'amendent pas leurs projets.

3.1.3. Un processus de concertation

Face à cet échec des négociations au sein de l'entreprise, les journalistes salariés se tournent directement vers le pouvoir politique, en court-circuitant le dialogue social classique qui se déroule dans l'entreprise. Ils s'extraient ainsi de leur condition salariale en contournant leur employeur et en créant un groupe de pression qui œuvre pour la défense de son autonomie, en dehors de ses droits de salariés. Pendant les auditions devant les parlementaires, les représentants de l'ensemble des syndicats, mais aussi de la Société des journalistes, sont invités à faire entendre leurs voix. Les auditions devant la commission de l'Assemblée nationale (décembre 2009 et janvier 2010) sont ainsi l'occasion pour onze représentants de six syndicats (CGT, FO, SNJ, CFDT, SUD, CFE-CGC) ainsi que pour un représentant de la SDJ d'exprimer leurs interrogations. Cela s'inscrit dans un processus de concertation préalable à la décision législative. Dans ce contexte, les syndicats acceptent de faire des propositions. Le président de la Société des journalistes, titulaire du siège du représentant des journalistes au Conseil d'administration, est, de son côté, auditionné conjointement aux représentants des clients presse. Le représentant des non journalistes n'est

pour sa part pas auditionné. La SDJ a vocation à représenter l'ensemble de la rédaction, et notamment « *une majorité écrasante et silencieuse* » qui ne se reconnaît pas dans l'expression syndicale et est prête, d'après son représentant, à voir le statut évoluer (9 décembre 2009, CR auditions AN, p. 3). L'unité salariale affichée par l'intersyndicale est rompue par la SDJ qui accuse une partie des syndicats d'être opposée par principe à toute tentative de réforme, quand bien même ils ont fait des propositions alternatives. De son côté, l'ADI-AFP proteste par l'intermédiaire d'une pétition[25], soutenue par l'intersyndicale, dénonçant le projet de normalisation du statut de l'Agence. Celle-ci a recueillie plus de 20 000 signatures.

Les instances représentant les journalistes entretiennent des contacts réguliers avec la Direction des médias qui doit répondre à la plainte de Bruxelles et rédiger la modification de l'article 13 du statut qui inscrit les missions d'intérêt général de l'AFP. Ici encore, la délégation intersyndicale est quasi exclusivement composée de journalistes à l'exception du secrétaire du comité d'entreprise (ouvrier du Livre CGT). La Société des journalistes est, elle aussi, reçue par la direction de développement des médias. Ainsi, les salariés (surtout les journalistes) de l'Agence négocient et délibèrent autour de la réforme du statut. Cette action se focalise sur ses aspects juridiques qu'ils discutent indépendamment des questions de développement.

3.2. Défendre son indépendance

La mobilisation des journalistes salariés se centre sur les questions juridiques liées à l'indépendance rédactionnelle. Le développement de l'Agence, présenté par les PDG comme le corollaire de la réforme du statut, est volontairement mis de côté par les journalistes.

3.2.1. Des enjeux sur le développement et l'emploi

Les plans de réforme du statut de l'AFP sont justifiés par ceux qui les soutiennent par un besoin en trésorerie (dont l'entreprise aurait besoin pour innover). Les tenants de la réforme considèrent que la structure juridique de l'Agence l'empêche de se développer dans la mesure où elle n'a ni capital, ni actionnaire. La législation européenne ne permet pas à l'État de doter l'Agence d'un capital important. L'enjeu de la réforme est alors d'« *assurer le financement stable, présent et programmé de l'Agence* » (Louette, avril 2008, PV CE, p. 5). Par exemple, dans le rapport commandité par l'État et remis par P. Louette au printemps

[25] En ligne [URL : http://www.sos-afp.org/fr/node/255], consulté le 13 juin 2013. La pétition est suspendue depuis le 20 avril 2012.

2009, un plan de développement est présenté, dont la réforme du statut n'est qu'une conséquence : « *La conséquence de cette analyse stratégique de développement et de la formulation d'un besoin de financement est la définition d'un cadre juridique qui doit évoluer* » (mars 2009, PV CE, p. 10).

Ces enjeux de développement sont liés à des questions d'emploi puisqu'ils impliquent un redéploiement des effectifs. En effet, l'Agence s'est engagée dans le contrat d'objectifs et de moyens à maîtriser la masse salariale (redistribution des postes et non remplacement des départs) dans le cadre du projet multimédia. Les projets de mutations de l'Agence justifieraient la réforme des statuts, présentée par les PDG comme un moyen pour les financer (parapublic ou privé avec une société par action avec Louette ; public avec l'inscription des missions d'intérêt général pour Hoog). Les journalistes pour leur part tentent de séparer les questions de financement et de développement.

3.2.2. Une focalisation sur les questions capitalistiques

Les salariés de l'Agence qui s'opposent aux projets de réforme de Louette et Hoog considèrent que les modalités de financement définies par le statut de 1957 n'empêchent pas l'Agence de se développer : « *Lorsque l'AFP a manqué ou failli manquer de s'adapter, cela n'a jamais été de la faute de son statut, mais des mauvais choix stratégiques pris par ses directions* », témoigne un représentant syndical (2 décembre 2009, CR auditions AN, p. 3). Ils remettent en cause le lien qu'établissent les PDG entre développement et autonomie financière qui justifie selon eux la réforme du statut. Au cours des discussions, les journalistes se focalisent sur les questions capitalistiques. Par exemple, lors de la présentation en comité d'entreprise du rapport Louette qui expose longuement les perspectives de développement, les questions des salariés portent *quasi* uniquement sur des enjeux juridiques de droit commercial auxquelles la responsable du service juridique répond. Des échanges techniques portent sur le statut de la société et la gouvernance. Seulement quelques questions portent sur le développement.

Les discussions sur le statut sont donc déconnectées des questions salariales et notamment de l'emploi, au contraire des stratégies classiques (qu'elles soient « intégrées » ou « d'accompagnement ») dans les entreprises en restructuration qui abordent l'emploi sous de multiples facettes (Béthoux, Jobert, 2012). Au cours des discussions sur la réforme des statuts, la focale sur les questions techniques pourrait laisser croire à un désintérêt des salariés pour le développement de l'entreprise (et donc de leur inscription salariée). Au contraire, le comité

d'entreprise est un lieu privilégié de discussion sur les « chantiers » liés aux mutations de l'Agence en agence multimédia. La séparation des deux sujets de discussion (développement et autonomie financière) est une stratégie qu'ils adoptent pour bien signifier qu'ils jugent ces deux thématiques indépendantes.

L'ensemble du collectif de travail est attaché à l'autonomie conférée par le statut : « *On défend tous le statut de la même façon* […] *Nous on revendique une indépendance technique* […] *On dit souvent indépendance rédactionnelle, mais c'est l'indépendance de l'AFP* », explique un ouvrier du Livre (entretien). Les salariés centrent leur attention sur les contours de leur société et sur sa définition juridique et capitalistique. Cette focalisation sur les questions techniques atteste des difficultés pour les salariés journalistes à se penser « comme les autres » et à accepter une remise en cause de leur autonomie. La défense de leur indépendance est le premier objectif. Ils inversent l'ordre de causalité par rapport à celui des PDG. Pour eux, les questions économiques découlent des enjeux d'indépendance, à l'image de cette mise en garde formulée par un délégué syndical : « *Sous l'emprise de messieurs Lagardère, Bolloré ou Google, l'Agence serait morte rédactionnellement* » (avril 2008, PV CE, p. 17). La tension apparente entre logiques économiques et logiques d'indépendance se résout dans la mesure où, pour les journalistes, c'est l'indépendance de l'Agence qui assure sa crédibilité et donc sa pérennité : « *L'AFP n'appartient à personne* […] *Cette indépendance est ce qui a fait sa crédibilité et lui a permis de devenir une agence internationale considérée notamment pour son objectivité* », rapporte un représentant des salariés (2 décembre 2009, CR auditions AN, p. 3). La remise en cause des logiques qui justifient les projets de réforme mène à une opposition des salariés aux modifications proposées.

3.3. Réformer avec le consentement des salariés

La plupart des salariés s'opposent aux projets de réformes présentés par les deux PDG. Ils se mobilisent, adoptant un panel large de stratégies, afin de contester les plans et de les décrédibiliser. Ils créent une alliance de circonstance. La forme de l'entreprise (ni capital, ni actionnaire) ne subira finalement aucune modification. La seule réforme du statut acceptée (modification de l'article 13) est celle qui fait consensus. La mobilisation permet ainsi que l'indépendance des salariés soit conservée.

3.3.1. Une pluralité d'actions

Une partie des salariés, particulièrement des journalistes, se mobilise au moment des deux tentatives de réforme du statut jugées dangereuses. Les acteurs emploient une pluralité de stratégies qui leur permet de peser sur les négociations. En comité d'entreprise, les élus utilisent le droit d'alerte et le recours à l'expertise afin d'être aidés dans la compréhension des enjeux (« une connaissance utile et opérationnelle ») et dans la formulation de contre-propositions (Cristofalo, 2009, p. 96). Le recours à un expert économique permet de desserrer les contraintes de temps imposées par la direction, l'État puis la Commission européenne. Parallèlement, les syndicats appellent à la grève. Plusieurs arrêts du travail sont votés au cours de la période. Cela permet aux salariés d'infléchir les décisions de la direction en la mettant au pied du mur : « *Ça donne aux syndicats un pouvoir exorbitant par rapport à ce qu'ils sont. Ils mettent en grève la troisième agence de presse* », explique un journaliste (entretien). L'arme de la grève permet également de peser sur les décisions des parlementaires. La proposition de loi Legendre (modification du Conseil d'administration : mai 2011) est par exemple suivie de deux grèves du personnel qui conduisent à son retrait de l'ordre du jour des discussions parlementaires et un lâchage politique de la direction.

Les journalistes utilisent également l'arme de la motion de défiance. Le Président-directeur général est élu en conseil d'administration. Les salariés, qui ne disposent que de deux des quinze voix, remettent en cause sa légitimité par l'intermédiaire de motions. Par exemple, les salariés soumettent en septembre 2011 une motion de défiance contre E. Hoog lui demandant de s'exprimer contre une proposition de loi transformant le statut (loi Legendre). Les motions de défiance traduisent la volonté de laisser la parole à l'ensemble des salariés réunis en assemble générale. Dans la tradition de 1957, les syndicats organisent par exemple un référendum d'entreprise afin de consulter le personnel sur le projet Louette en décembre 2009. Le referendum, par la « logique individualisante » du vote, oblige l'ensemble des votants à prendre part aux réflexions collectives qui se font en priorité dans les instances de représentation (Béroud, 2013, p. 22).

Enfin, les journalistes de l'Agence, à l'initiative de l'ADI-AFP, font circuler une pétition défendant le statut de 1957. Les acteurs salariés utilisent donc une panoplie de modalités de revendications, alliant des formes de conflit anciennes (grève), avec ou sans arrêt de travail (pétition), avec ou sans mobilisation du droit (droit d'alerte), cloisonnées (comité d'entreprise) ou larges (ensemble des salariés). Cela va dans le sens de la multiplication des « luttes quotidiennes au travail », mises au jour par S. Béroud *et al.* (2008). Ces différentes

mobilisations ne passent pas seulement par les institutions représentatives du personnel salarié.

3.3.2. Une alliance de circonstance

La mobilisation des journalistes salariés bénéficie d'une alliance entre l'ensemble des instances les représentant. Malgré les divergences entre les différents syndicats et les associations (SDJ et ADI-AFP), la défense de l'indépendance de l'AFP rassemble l'ensemble des structures. Cela a été le cas par exemple lors de la motion de défiance rédigée à l'encontre du PDG Hoog en septembre 2011. La motion a été plébiscitée par l'ensemble des syndicats et a « *servi de ciment au mouvement* », explique un délégué syndical (entretien). Elle a également été soutenue par les deux associations : « *Les syndicats l'ont rédigée mais on l'a soutenue. On a soutenu la démarche* », raconte le président de la SDJ (entretien). Les actions qui bénéficient du soutien de toutes des organisations de journalistes sont renforcées : « *En temps de crise, on essaie de faire des choses ensemble. Parce que c'est toujours mieux quand la rédaction s'exprime d'une seule voix. Si on peut avoir intersyndicale plus SDJ, la rédaction se dit, il se passe quelque chose* » (entretien). L. Mathieu rappelle que « le collectif est bien davantage un enjeu qu'un donné des mobilisations » (2012, p. 3). Le collectif des salariés de l'AFP est entretenu par la focalisation de l'attention sur des affaires ponctuelles qui renvoient à des enjeux généraux et consensuels. Comme dans le cas du plan Giuily au cours duquel l'ensemble des structures représentant les salariés s'allie pour dénoncer « l'affaire Rezala » (*supra*), la stratégie consiste à focaliser l'attention sur les points de convergence afin de garantir l'unité. Cette alliance crédibilise le mouvement de résistance contre les projets de réforme des statuts et les contre propositions qui sont faites. Cependant, elle ne résiste pas toujours aux mouvements de grève dont la Société de journalistes a parfois remis en cause la légalité. Ses représentants s'opposent aux modalités du vote (au siège, à mains levées). Les journalistes tentent toutefois d'afficher au maximum leur solidarité sur les questions du statut. Malgré son désaccord, la SDJ ne s'est par exemple pas exprimée sur les grèves de septembre 2011, votées en parallèle de la motion de défiance qu'elle soutient.

3.3.3. L'impossibilité à réformer sans le consentement des journalistes

Les deux plans de reforme de l'AFP, conduits entre 2008 et 2012, montrent qu'il est impossible de réformer cette entreprise sans le consentement de ses salariés et notamment de ses journalistes. Pourtant, traditionnellement, lorsqu'une négociation dépend *in fine* du

législateur, « l'accord n'est pas nécessaire et c'est la seule légitimité de l'autorité – l'État ou ses représentant – qui fonde la validité de la règle énoncée », explique J. Saglio (2004, p. 39). L'accord des parties prenantes n'est effectivement pas nécessaire, formellement, à la conduite des réformes. Pourtant, dans le cas de l'AFP, et malgré la faiblesse des pouvoirs formels des journalistes à décider de leur statut (information en comité d'entreprise et au Conseil d'administration et auditions devant les parlementaires), ils adoptent un certain nombre de stratégies pour rendre leur consentement indispensable à la réforme : « *On ne peut pas passer en force à l'AFP, ce n'est pas possible. Moi, mon expérience, c'est que tous les PDG qui ont essayé s'y sont cassés les dents* », témoigne un journaliste (entretien).

La « citoyenneté dans l'entreprise » s'exprime donc au-delà du cadre légal qui lui est réservé dans la mesure où les journalistes se mobilisent dans un ensemble de structures et déploient des moyens d'action plus larges que le panel conféré par le droit du travail. Cela renouvelle la capacité d'expression. Il faut donc penser la négociation comme un processus plus large que la négociation collective instituée dans l'entreprise c'est-à-dire « l'ensemble du processus de confrontations et de débats entre acteurs produisant un changement dans les règles collectives admises » (Saglio, 2004, p. 98). Plus qu'une force de résistance, les salariés sont ici force de proposition. Ils sont par exemple eux mêmes les rédacteurs de l'amendement à l'article 13 qui a été adopté début 2012 et qui constitue l'unique modification significative du statut depuis 1957[26].

Les journalistes de l'AFP, ainsi que l'ensemble des salariés, sont donc impliqués dans les discussions sur la réforme du statut de l'entreprise. Ils se concentrent sur les questions techniques et inversent la philosophie de la direction, en posant que l'indépendance de l'Agence est le garant de son économie. Grâce à une alliance de circonstance et malgré des désaccords, ils parviennent à mettre en échec les aspects de la réforme qu'ils jugent dangereux. La réforme du statut se limite finalement au seul point qui obtient le consensus. Cette mobilisation « contre » permet ainsi aux journalistes de conserver la triple indépendance garantie par le statut.

[26] Une autre modification du statut est entrée en vigueur en mai 2011. Elle concerne le corps électoral des représentants des salariés au Conseil d'administration qui a été élargi à tous les salariés (limité avant aux salariés de nationalité française). Décisions du Conseil constitutionnel en ligne, [URL : http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/acces-par-date/decisions-depuis-1959/2011/2011-128-qpc/decision-n-2011-128-qpc-du-06-mai-2011.96783.html].

Conclusion

Ce premier cas montre une première manière pour les journalistes de se mobiliser (l'opposition) au moment de plans de restructurations qui, selon eux, remettent en cause leur autonomie. Le système de relations professionnelles dans lequel ils sont amenés à défendre leur statut est complexe. Une multitude de déclinaisons d'acteurs adoptant les différentes positions (représentants des salariés, de la direction, de l'État) cohabitent. Il y a une utilisation stratégique de la diversité des instances. Les salariés parviennent à mettre en échec les aspects des réformes qu'ils jugent dangereux pour la pérennité de l'entreprise, alors qu'ils n'ont formellement pas de prise dessus (décision du législateur). Les instances de représentation travaillent ensemble. Elles multiplient les lieux de dialogue et les modalités de conflit, parvenant ainsi à créer une unité autour de leur cause en la ramenant à ses éléments techniques les plus consensuels. Tout en intégrant l'ensemble des catégories, cette mobilisation reste dominée par les journalistes.

Sans être opposés à toute réforme du statut, ils les conditionnent au maintien de leur indépendance. Or ils considèrent que les plans Louette (actionnariat public) puis Hoog (réforme du Conseil d'administration) la menacent. Ces mobilisations montrent leur attachement à l'exception que constitue leur entreprise. Tout en étant des salariés comme les autres, ils résistent à une « normalisation » de leur entreprise. Loin d'opposer les logiques économiques et journalistiques, ils tentent de montrer que l'autonomie rédactionnelle, consacrée par un statut sans capital et sans actionnaire, fonde la qualité des produits de l'Agence et ainsi sa pérennité. En consacrant les missions d'intérêt général que remplit l'AFP, un service public de l'information est implicitement reconnu. Les entreprises de presse ne sont généralement pas soumises à un statut dérogatoire. Cette exception montre que, pour les journalistes de l'AFP, ce service public ne peut être rendu qu'à condition de consacrer une indépendance de fait de l'établissement.

Si les journalistes de l'AFP parviennent à s'opposer aux restructurations et à conserver leur autonomie, ceux du Monde au contraire sont, dans le second cas, obligés d'accompagner les réformes qui mènent à la standardisation de leur entreprise en une entreprise presque « comme les autres ».

Chapitre 8. De l'actionnariat salarié au salariat : accompagner les licenciements et la recapitalisation du Groupe Le Monde

La participation à l'épreuve des restructurations

La deuxième monographie porte sur la mobilisation des journalistes du Groupe Le Monde face à des licenciements et à une recapitalisation, qu'ils accompagnent en les amendant, faute de pouvoir s'y opposer. Ce groupe de presse édite le quotidien *Le Monde*, mais aussi Le Monde Interactif, *Le Monde diplomatique*, *Télérama*, *Courrier International*, etc., et emploie plus de cinq cents journalistes. La structure de ce groupe était atypique : jusqu'en novembre 2010, son premier actionnaire était l'ensemble des journalistes du quotidien *Le Monde*, par l'intermédiaire de leur société de journalistes (la Société des rédacteurs du *Monde* : SRM). La participation des salariés dans l'entreprise peut prendre différentes formes : une « participation financière » (actionnariat salarié), une « participation de type managériale » (groupes de qualité, d'expression, etc.) et enfin une « participation négociée » (consultation des salariés sur la gestion de la firme) (Rebérioux A., 2003a, p. 27, Bevort 2013)[1]. La participation des salariés permet de penser l'entreprise comme un être collectif au-delà de la société anonyme des actionnaires (Hatchuel *et al.*, 2012). Au Monde, les salariés participent à la gestion de leur entreprise par l'intermédiaire des institutions représentatives du personnel (droit du travail). Certains d'entre eux participent également en tant qu'actionnaire (droit des sociétés). Ce « privilège » a été accordé au sein du Groupe aux journalistes du quotidien en 1951[2], puis à d'autres catégories de salariés (cadres et employés du quotidien, journalistes de certains autres titres). Cette forme de « démocratie des élites » dans laquelle les producteurs de l'information étaient les premiers actionnaires découle d'une vision de l'entreprise centrée sur ses journalistes. L'actionnariat salarié permettait selon eux de limiter le poids des actionnaires extérieurs en consacrant des droits similaires à certains d'entre eux.

Après d'importantes difficultés économiques qui conduisent au licenciement collectif d'une partie des journalistes (et des autres catégories) du quotidien en 2008, à la cession de certaines filiales et à la recherche de nouveaux capitaux, les salariés ont abandonné leurs prérogatives d'actionnaires. Ils ont cédé leurs parts à des actionnaires extérieurs (Pierre Bergé, Xavier Niel, Mathieu Pigasse) en 2010, qui les remplacent comme premier actionnaire du

[1] Ces formes de participation sont précisées dans l'introduction du Chapitre 5.

[2] Pour des détails sur l'objet et les revendications de cette société de journaliste, voir Chapitre 5 : 1.1.2.

Groupe. La mise en vente du Monde est la dernière phase d'un processus de restructuration qui rend compte des difficultés pour les salariés actionnaires (ici, les journalistes) à exercer leur mandat en situation de crise. Ces moments de restructuration interrogent les liens ambigus qu'entretiennent les journalistes avec leurs actionnaires. C'est l'occasion de mobilisations au cours desquelles la pertinence de l'actionnariat salarié chez les journalistes (revendiqué par les premières sociétés de rédacteurs[3]) et plus généralement la spécificité du salariat journalistique sont discutées.

De l'actionnariat salarié au salariat

La financiarisation engagée depuis le milieu des années 1970, suivie d'une législation favorable (notamment depuis la loi des finances de 2005), a encouragé la participation financière des salariés. En France, entre deux et demi et trois millions de salariés sont détenteurs de parts de leur entreprise en 2008 (Benhamou, 2010, p. 40). Paradoxalement, les salariés du Groupe Le Monde, notamment les journalistes du quotidien, sont engagés sur une voie inverse. Au cours des restructurations, les journalistes du quotidien utilisent l'ensemble de l'arsenal juridique qui est à leur disposition. Comme dans l'exemple de la coopérative multinationale *Fagor Electrodomésticos* (Espagne), le cadre des négociations collectives classiques (entre syndicats et direction) est modifié puisque les travailleurs sont eux-mêmes propriétaires et gestionnaires (pour partie) de leur entreprise (Amado-Borthayre, 2009 ; Bocquet *et al.*, 2010). Leurs « capacités politiques », entendues comme leurs possibilités de peser sur les choix engageant l'avenir de l'entreprise et de ses membres, résultent à la fois de leur position d'actionnaire et de salarié. Les sociétés de personnels actionnaires et les institutions représentatives du personnel (comité d'entreprise et syndicats) mobilisent leurs droits pour peser sur les restructurations. Au terme de ces mobilisations, les journalistes du *Monde* qui étaient les premiers actionnaires de leur entreprise redeviennent des salariés ordinaires. Le passage de l'actionnariat salarié au salariat entraîne une « normalisation » de cette entreprise de presse, qui est accompagnée par ses journalistes. En perdant leurs droits d'actionnaires, les journalistes renoncent à certaines prérogatives mais clarifient la nature du lien (subordination salariale) qui les lie à leur entreprise. Au-delà d'une « relation d'emploi » (Renoux, 2011), c'est la « relation salariale » qui se renouvelle. Les journalistes ne justifient plus alors leur participation à la gestion de leur entreprise par leur droit de propriété mais par l'apport essentiel que constitue leur travail. Ils adoptent une nouvelle vision de l'autonomie,

[3] Voir Chapitre 5 : section 1.

fondée sur leur condition même de salarié institutions représentatives du personnel) plutôt que sur leur participation au capital (sociétés de personnels actionnaires).

Méthodologie et corpus

Les restructurations en cours depuis 2008 au sein de ce groupe sont analysées (cf. tableau 29 et l'annexe 25 pour une chronologie détaillée). Un plan de licenciement collectif conduit entre avril 2008 et juin 2009 s'est soldé par le départ du quotidien *Le Monde* d'une partie de ses salariés. Il s'est accompagné de la cession de plusieurs titres déficitaires. Une seconde restructuration est menée avec la vente formelle du Groupe Le Monde en novembre 2010 à un trio d'actionnaires extérieurs.

Tableau 29 - Chronologie succincte du cas Le Monde

1944	Création du quotidien *Le Monde*
1951	Naissance de la Société des rédacteurs du *Monde*
2001	Constitution du groupe de presse Le Monde
2008-2009	Licenciement collectif et vente de filiales
2010	Recapitalisation et rachat du Groupe

L'analyse repose sur trois types de matériaux : entretiens, revue de presse et documentation interne. Dans un premier temps, dix entretiens semi-directifs ont été conduits entre novembre 2008 et mars 2009[4]. J'ai interrogé les acteurs qui ont pris part à l'élaboration, à la discussion et à la mise en place du plan de sauvegarde de l'emploi et des cessions. Les enquêtés ont des profils variés : salariés journalistes qui ont choisi de partir au moment du plan social ; représentants des salariés journalistes (délégués syndicaux, élus au comité d'entreprise et leurs conseillers, représentants de la Société des rédacteurs) ; représentants des salariés non journalistes (représentants de la Société des cadres et de la Société des employés) ; membres de la direction (ressources humaines et préparateurs des plans). Les enquêtés ont tous plus de quarante ans et une forte ancienneté dans l'entreprise. La répartition hommes femmes est équilibrée. Dans un second temps, au moment de la vente du Groupe, j'ai mené treize entretiens avec les acteurs engagés dans la recapitalisation : les représentants des salariés du quotidien (huit) et du Groupe (quatre à *Courrier International* et au Monde Interactif) qui ont des mandats dans une société de personnels ou un syndicat, de chaque

[4] Cette première recherche a été menée dans le cadre du mémoire de Master 2 en sociologie, voir Introduction générale : 5.3.1.

catégorie (journalistes, employés et cadres) ainsi qu'un représentant de la direction et des actionnaires. Les enquêtés sont des hommes (pour douze des treize entretiens), avec un âge moyen de cinquante ans au quotidien, trente ans pour les autres titres du Groupe[5]. Ces entretiens ont été conduits entre juin 2010 et avril 2011, à divers moments du processus.

Ces récits ont été croisés avec une revue de presse, dans laquelle les deux restructurations ont été largement commentées, ce qui permet de construire une chronologie précise des évènements (annexe 25). J'ai enfin eu accès à une importante documentation écrite, mise à ma disposition par les comités d'entreprise, leurs experts et certains enquêtés, qui retrace les étapes des restructurations (procès verbaux des réunions du comité d'entreprise, rapports des experts du comité d'entreprise, bilans annuels financiers et sociaux, communiqués des sociétés de personnels ou de l'intersyndicale, propositions des candidats, protocoles d'accords etc.). Les résultats sont comparés à d'autres cas de restructurations dans des groupes de presse : à Canal Plus (Didry, 2007) et à *Libération* (Dupuy, 2010).

Pour étudier les mobilisations des journalistes et la manière dont ils accompagnent la normalisation de leur entreprise et de leur statut, renonçant en cela à une partie de leur autonomie, il faut au préalable présenter le cadre institutionnel particulier du Groupe Le Monde (1). Les mobilisations au cours de ces deux restructurations sont ensuite analysées afin de montrer la manière dont se renouvellent les formes de l'autonomie professionnelle (2 et 3).

Section 1. Des restructurations dans un cadre singulier : être journaliste au Monde

Le Groupe Le Monde, issu du quotidien *Le Monde* qu'il édite, a une structure capitalistique atypique. L'étudier au moment de restructurations permet d'en faire ressortir les traits saillants. Fruit de son histoire (issu de la Résistance) et de ses traditions (lié à une forme d'« excellence professionnelle »), ce groupe a jusque très récemment eu comme premier actionnaire les journalistes de l'un de ses titres. Leur autonomie était ainsi consacrée par une certaine maîtrise de la propriété (actionnaire minoritaire mais dominant). Les journalistes sont alors associés à la gestion de leur entreprise en tant que propriétaires (sociétés de personnels salariés) et en tant que salariés (institutions représentatives du personnel et syndicats). Cette

[5] Cet écart s'explique facilement par l'écart de l'âge moyen dans les rédactions.

dualité crée des tensions visibles au moment de la conduite d'un plan de licenciement collectif puis se résolvent (en explosant) lorsque la propriété est retirée aux journalistes. On présente les grandes lignes de ces deux restructurations.

1.1. D'un quotidien à un groupe de presse

Le Groupe Le Monde voit le jour au début des années 2000, sur la base du quotidien éponyme. Les journalistes qui avaient demandé et accédé à la propriété d'une partie de leur titre dès 1951 conservent cette prérogative lors de son intégration dans une entité dont *Le Monde* est le centre. Ils nuancent ainsi leur condition de salarié en s'assurant une autonomie par l'intermédiaire de la maîtrise du capital.

1.1.1. Une entreprise dominée par ses journalistes

Le Monde est créé en 1944 et sa direction est confiée à Hubert Beuve-Méry[6]. Pour garantir leur indépendance vis-à-vis des pouvoirs économiques et politiques, gage de leur indépendance éditoriale, les journalistes considèrent que l'entreprise doit pour partie leur appartenir (contrôle du capital). Rapidement après sa création, et dans la mouvance des différents projets qui se succèdent pour doter les entreprises de presse d'un statut qui en ferait des entreprises non nécessairement profitables[7], les journalistes du *Monde* accèdent à une participation au capital de l'entreprise. À côté des comités d'entreprise, créés en 1945, les journalistes du titre, réunis dans la Société des rédacteurs du *Monde* (SRM), accèdent ainsi en 1951, à 28,6 % du capital du journal[8]. En 1968, les parts de la SRM sont portées à 40 % du capital tandis que 10 % de celui-ci sont accordés dès le milieu des années 1960 à deux autres sociétés de personnels actionnaires, celle des employés et celle des cadres du journal, sans que cela remette en cause la position dominante des journalistes. Entre 1951 et 2010, les journalistes du quotidien *Le Monde* demeurent le premier actionnaire de leur entreprise. L'histoire du *Monde* est marquée par une forme d'« anticapitalisme » selon J. Duval (2004). Il semble cependant que la participation financière des journalistes à leur entreprise consacre le capitalisme le plus classique en liant la responsabilité à la détention de droits de propriété. La participation des salariés (par le comité d'entreprise) se double de la participation des salariés actionnaires (au Conseil d'administration).

[6] Son portrait fait l'objet de l'Encadré 23.
[7] Sur ce point, voir Chapitre 3 : section 1.
[8] Pour des détails sur le contexte de création du *Monde* puis de la SRM, voir Chapitre 5 : 1.1.2.

Au début de la décennie 1980, les difficultés économiques se multiplient pour le titre. Le capital de l'entreprise, qui se partage entre les salariés et les actionnaires fondateurs (qui vont se réunir dans l'Association Beuve-Méry), est ouvert à des actionnaires extérieurs pour la première fois en 1985. Des donateurs privés se réunissent dans « la Société des lecteurs du *Monde* » qui se créée sous la direction d'Alain Minc et investit près de quinze millions de francs. Dès 1986, vingt-et-une entreprises privées (Saint Gobain, BNP, L'Oréal, etc.) réunis dans « Le Monde Entreprises » investissent onze millions de francs dans le capital. Pour assurer le développement du titre, une nouvelle imprimerie est construite à Ivry-sur-Seine en 1989. Hachette entre à hauteur de 34 % dans le capital de la nouvelle société « Le Monde Imprimerie ». L'idée de créer un groupe de presse sur lequel *Le Monde* s'adosserait émerge à la fin des années 1980 mais ne se réalisera qu'une décennie plus tard. La rédaction du *Monde* déménage rue Falguière en juin 1990, tandis que l'administration rejoint l'imprimerie à Ivry-sur-Seine. De nouvelles difficultés financières apparaissent dès le début des années 1990.

1.1.2. La constitution d'un groupe de presse autour du quotidien

Au début des années 1990, les recettes publicitaires et la diffusion chutent fortement, tandis que les frais financiers restent élevés. Avec cinquante-cinq millions de déficit pour l'exercice de 1993, *Le Monde* a besoin de nouveaux capitaux. En février 1994, Jean-Marie Colombani (cf. encadré 40), rédacteur en chef depuis 1990 et adjoint au directeur de la rédaction depuis 1991, présente un programme de relance du journal. Pour lui, *Le Monde* ne fait pas face à une crise conjoncturelle mais rédactionnelle. Il expose un plan d'action pour un nouveau *Monde*, articulé en trois points : « rénover, gérer, refonder ». C'est sur ce programme de relance qu'il emporte l'adhésion des journalistes. En février 1994, la SRM désigne J.-M. Colombani comme candidat des rédacteurs à la gérance. Les sociétés des cadres et des employés se prononcent également en sa faveur. Enfin, l'assemblée générale des porteurs de parts de la SARL Le Monde, réunie en mars 1994, le nomme gérant de la société et directeur des publications (Eveno, 2004). La SARL Le Monde est transformée en une Société anonyme (SA) avec un directoire (qui a les prérogatives d'un conseil d'administration et arrête les orientations stratégiques de l'entreprise) et un Conseil de surveillance (organisme de gestion) présidé par Alain Minc (cf. encadré 40). La SRM conserve sa minorité de blocage.

Encadré 40 - Les créateurs du groupe Le Monde : J.-M. Colombani et A. Minc

Jean-Marie Colombani a été journaliste au *Monde* pendant trente ans (1977-2007). Choisi par les

journalistes du quotidien pour diriger leur titre en 1994, il sera désavoué par eux à la fin de son second mandat en 2007. Diplômé de l'IEP de Paris, il est journaliste politique et dirige depuis 2009 le magazine d'information en ligne Slate.fr. Alain Minc dirige plusieurs entreprises françaises avant de prendre la tête du Conseil de surveillance du Monde en 1994. Il s'investit dans ce groupe dès 1985 où il crée la Société des lecteurs du *Monde*. Parallèlement à des activités de consultant, il conserve ce poste jusqu'en 2007. Ils sont tous deux membres de l'association Le Siècle.

Une nouvelle formule rédactionnelle est lancée en 1995 et les comptes se redressent. Avec un excédent de quarante millions de francs en 1997, le directeur du *Monde* s'attèle à la constitution d'un groupe de presse dont le quotidien serait le centre. Des acquisitions sont réalisées dans le domaine de la presse régionale et magazine, en se cantonnant à la recherche de valeurs financièrement rentables. *Le Monde* rachète les « Publications vie catholique » (PVC), constituées de titres de presse magazine (*La Vie, Télérama, Danser, Voiles et Voiliers, Croissance, Prier* etc.) et d'une librairie (La Procure). À ce pôle magazine s'ajoutent *Le Monde diplomatique, Courrier International* (acheté en juillet 2001 à Vivendi Universal) et les Éditions de l'Étoile (*Les Cahiers du Cinéma*). Ensuite c'est le groupe de presse régionale « Le Midi Libre » (*Centre Presse, L'Indépendant* et *Le Midi Libre*) qui est racheté en avril 1999. La logique financière est double : à la fois éditoriale (titres rentables) et industrielle (capital immobilier et imprimeries). La constitution d'un groupe autour du quotidien *Le Monde* permet de garantir son existence grâce aux profits dégagés par les autres titres du Groupe : « *La construction du Groupe n'avait qu'un seul but : inscrire* Le Monde *dans un périmètre économique suffisamment large pour que son indépendance soit préservée* », explique son créateur[9]. La perspective du Groupe est davantage la gestion des dettes du quotidien plutôt qu'une intégration des différents titres dans une entreprise commune. Cette politique crée une fracture assez nette entre les titres dont les bénéfices sont en partie utilisés pour financer le quotidien, et la rédaction du quotidien qui en profite. Par exemple, l'immeuble de *Télérama* a été vendu et sa trésorerie absorbée pour dégager des capitaux à injecter au *Monde*. Ce magazine a ensuite été mis en gage contre un prêt bancaire de vingt-cinq millions d'euros, en mars 2009. Cette situation est à l'origine d'un « *état de défiance ahurissant* » (entretien) des autres salariés du groupe envers ceux du quotidien (et particulièrement des journalistes) qui bénéficient d'après eux des retombées financières des autres titres à leur détriment.

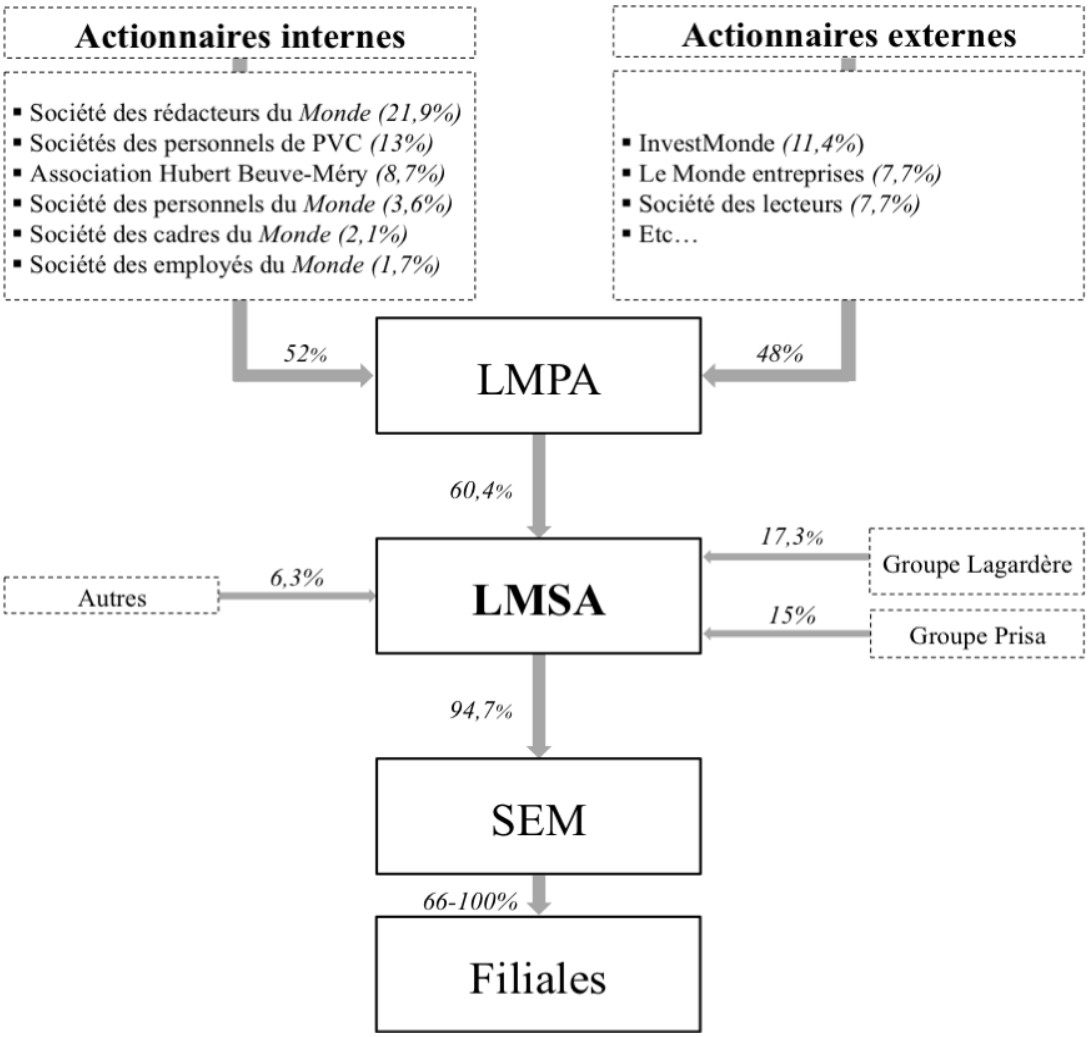
[9] J.-M. Colombani, *Le Monde* du 9 novembre 2010.

Après les achats et les cessions des années 2000, le Groupe Le Monde emploie en octobre 2010 1 254 salariés en contrat à durée indéterminée (566 journalistes, 331 cadres, 345 ouvriers et employés) et se divise en trois Pôles : un pôle presse quotidienne nationale (*Le Monde*, l'imprimerie, Le Monde publicité), un pôle magazine et livre (*Télérama*, *Courrier International*, *Le Monde diplomatique*, Malesherbes publications, Publicat, etc.) et un pôle interactif (Le Monde Interactif, I-Régie, Le Post).

1.1.3. Une structure juridique atypique

Juridiquement, le Groupe Le Monde est créé en 2001. Sa structure juridique, imaginée par Alain Minc, permet de placer le quotidien au centre du groupe et pour ses journalistes de conserver leur place d'actionnaire majoritaire, malgré les augmentations de capital et les achats de titres. Le groupe s'organise en une structure tripartite (cf. figure 5 et annexe 26 pour plus de détails).

Figure 5 - Structure de l'actionnariat du Groupe Le Monde avant 2010



Le Monde Partenaires Associés (LMPA) est la société mère du Groupe. Elle appartient pour moitié à des actionnaires *internes* (52 % pour les salariés du Groupe et les actionnaires historiques) et pour moitié à des actionnaires *externes* ou *partenaires* (48 %). Parmi ses actionnaires, la Société des rédacteurs du *Monde* est le premier (21,9 % des parts de LMPA). Cette structure « chapeau » détient jusqu'en 2010 60,4 % du capital du Monde SA (LMSA) qui détient à son tour 94,7 % de la Société éditrice du *Monde* (SEM). La SEM est la structure porteuse de l'ensemble des filiales du Groupe. Cette structure permet aux actionnaires de LMPA, et notamment aux journalistes du quotidien, d'être l'actionnaire majoritaire des titres (le quotidien et les filiales) *via* leur participation dans LMSA. Au moment des recapitalisations, les nouveaux actionnaires acquièrent des parts de LMSA (2ème étage) et non de LMPA ou de la SEM. Par exemple, les groupes Lagardère (17,3 % de LMSA) et Prisa (15 % de LMSA) investissent dans LMSA en 2004. Tant que LMPA est l'actionnaire majoritaire de LMSA (c'est le cas jusqu'en avril 2010 avec plus de 60 % des parts), ce sont donc les actionnaires de LMPA qui dominent LMSA à qui appartient la SEM et les filiales. Ainsi, malgré les recapitalisations successives, le capital des actionnaires internes et externes du 1er étage dans la société mère LMPA n'est pas dilué. Les actionnaires internes de LMPA (et notamment la Société des rédacteurs du *Monde*) restent majoritaires dans le capital de la SEM (par l'intermédiaire de LMSA donc) et conservent leur pouvoir politique malgré l'arrivée de nouveaux actionnaires. Les journalistes du quotidien maintiennent donc leur place de premier actionnaire du Groupe malgré la faiblesse de leur capital[10]. Cette architecture complexe assure une place privilégiée aux journalistes du quotidien dans le capital de l'entreprise et donc dans sa gestion, leur assurant ainsi une certaine autonomie d'exercice.

1.2. Des formes multiples de participation des salariés

Au sein de ce groupe, les travailleurs participent à la gestion de leur entreprise par les institutions représentatives du personnel et des syndicats qui représentent les travailleurs. Les salariés qui, par l'intermédiaire de leurs sociétés de personnels, sont actionnaires de l'entreprise, bénéficient également de prérogatives de propriétaires. Les salariés sont donc doublement représentés (comme salariés et comme actionnaires). Ces structures sont le support des mobilisations.

[10] 21,87 % de LMPA qui détient 60,40 % de LMSA qui détient 94,70 % de la SEM *soit* 13,25 % des parts de la SEM, ce qui est inférieur aux parts des Groupes Prisa (15,01 % de LMSA qui détient 94,70 % de la SEM soit 14,21 % des parts de la SEM) et Lagardère (17,24 % de LMSA qui détient 94,70 % de la SEM *soit* 16,35 % des parts de la SEM) notamment.

1.2.1. Les instances représentant les salariés travailleurs

Les salariés d'une entreprise sont invités à réfléchir sur sa gestion au sein du comité d'entreprise (procédures d'information consultation) et dans les syndicats (négociations collectives). Au sein du Groupe, chaque entité (la Société éditrice du *Monde* et ses filiales) dispose de leurs propres représentants. Au *Monde*, trois syndicats sont représentatifs : la CGT et la CFDT (pour toutes les catégories) ainsi que le SNJ (pour les journalistes uniquement). Ils travaillent en intersyndicale dont les adhérents à la branche InfoCom de la CGT sont exclus[11] : « *C'est assez consensuel. Personne ne peut prendre le pouvoir chez nous donc on est obligé de travailler ensemble* », explique un délégué syndical (entretien). Les élus au comité d'entreprise se répartissent entre trois collèges : les journalistes, les employés et les cadres (cf. tableau 30).

Tableau 30 - Elus au comité d'entreprise de la Société éditrice du Monde

		CGT[12]	*CFDT*	*SNJ*	*Total*
Comité d'entreprise SEM (2006-2008)	Journalistes	0	4	1	5
	Employés	3	0	0	3
	Cadres	2	0	0	2
	Total	*5*	*4*	*1*	10
Comité d'entreprise SEM (2008-2010)	Journalistes	1	4	1	6
	Employés	2	0	0	2
	Cadres	2	0	0	2
	Total	*5*	*4*	*1*	10

Le comité d'entreprise de la Société éditrice du *Monde* joue un rôle central dans le Groupe. En étant à la fois l'éditrice du quotidien et la structure porteuse des autres filiales, son comité d'entreprise est consulté sur les décisions qui concernent l'ensemble du Groupe. Les documents que reçoit ce comité d'entreprise font état des comptes du quotidien et des filiales : « *La Société éditrice du* Monde *est informé sur tout ce qui se passe dans le Groupe* », résume un membre de ce comité (entretien). Les filiales sont également informées et consultées. Ce sont des entités juridiquement indépendantes qui appliquent à leur échelle le droit à la négociation collective et à l'information consultation. Les syndicats dominants varient selon les titres : SNJ à *Télérama*, CFDT au Monde Interactif et CGT au Monde Imprimerie par

[11] Pour des indications sur les liens entre le SNJ-CGT et InfoCom CGT, voir Chapitre 4 : 2.2.

[12] Les élus CGT se répartissent entre les sections CGT des trois collèges ainsi qu'InfoCom-CGT.

exemple. Certaines filiales dont l'effectif est très réduit (le magazine *Danser* compte seulement trois salariés par exemple) n'ont pas de représentants du personnel (élus ou désignés). Un comité de groupe à majorité CGT coiffe l'ensemble. Ses droits sont réduits à l'information (pas de consultation).

1.2.2. Les instances représentant les salariés actionnaires

Le premier actionnaire du Groupe Le Monde est une partie de ses salariés. Ils ne sont pas actionnaires à titre individuel mais par l'intermédiaire de sociétés de personnels actionnaires qui les regroupent. Sur le modèle des Sociétés coopératives et participatives (SCOP), les salariés (ou sociétaires) participent à la gouvernance et à la défense des intérêts économiques de leur entreprise : « *C'est une forme de cogestion, pas au jour le jour mais sur les grandes lignes* », explique l'un des représentants (entretien). Ce mode d'organisation peut entraîner un certain nombre de dysfonctionnements dans l'entreprise en cas de conflit ou de difficultés économiques (Quijoux, 2013) auxquels les journalistes du *Monde* sont confrontés.

Les journalistes du quotidien *Le Monde* bénéficient en premier lieu des prérogatives d'actionnaires. La Société des rédacteurs du *Monde*, fondée en 1951 (*supra*), est le premier actionnaire de la maison mère du Groupe. Elle rassemble les journalistes en fonction et une partie des retraités (420 personnes avant le plan de sauvegarde de l'emploi) qui élisent un conseil de gérance de douze personnes. Ce conseil de gérance élit un président (qui est vice-président du Conseil de surveillance du Groupe Le Monde) et un vice-président (qui occupe le second siège de la SRM au Conseil de surveillance). Avant 2010, la SRM possède un droit de veto sur la nomination du directeur du Groupe. Cela lui donne un pouvoir politique fort (et non pas économique car les actions ne sont pas cessibles), qu'elle a notamment utilisé pour évincer J.-M. Colombani de la tête du Groupe en 2007, mais qu'elle paiera par la démission de son président. D'autres sociétés de personnels actionnaires se sont constituées, sans remettre en cause la domination des journalistes du quotidien sur l'actionnariat salarié. La Société des cadres du *Monde*, créée en 1964 détient avant le rachat 2,7 % des parts de LMPA. Cette société rassemble les cadres en fonction et une partie des retraités (111 personnes avant le plan de sauvegarde de l'emploi) qui élisent un conseil de gérance de onze personnes. Celui-ci élit un président qui siège au Conseil de surveillance. Malgré leur faible contribution à l'actionnariat du Groupe, la Société des cadres dispose d'un certain pouvoir par son droit de vote (une voix sur vingt au Conseil de surveillance avant le rachat en 2010). La Société des cadres est assez proche des instances dirigeantes : « *L'encadrement c'est l'expression de la*

direction donc c'est très compliqué de voter contre la direction, donc sur les orientations stratégiques, la Société des cadres s'est très rarement opposée à la direction », explique l'un d'entre eux (entretien). Il existe également une Société des employés du *Monde*, créée en 1965 qui détient avant la recapitalisation 1,7 % des parts de LMPA. Cette société rassemble la moitié des employés en fonction et une partie des retraités (45 personnes avant le plan de sauvegarde de l'emploi) qui élisent un conseil de gérance de six personnes, dont un président qui siège au Conseil de surveillance. La Société des employés est plus indépendante par rapport à la direction que la Société des cadres. Historiquement, la Société des employés est assez proche de la Société des rédacteurs.

Par ailleurs, l'ensemble des catégories du quotidien se retrouve dans une société des personnels du *Monde*, qui dispose d'un siège au Conseil de surveillance, traditionnellement alloué à un journaliste. Des sociétés de personnels se sont également constituées dans les filiales du Groupe. Celle des Publications Vie Catholique (PVC) et du Monde Interactif sont également actionnaires du Groupe (trois sièges au Conseil de surveillance). Au sein du Conseil (de LMPA, la maison mère), les salariés (et notamment les journalistes) disposent donc de huit des vingt sièges (cf. tableau 31).

Tableau 31 - Répartition des sièges au Conseil de surveillance de LMPA

<table>
<tr><td>Actionnaires externes</td><td>10</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td rowspan="4">Actionnaires internes</td><td rowspan="4">10</td><td rowspan="4">Société des personnels du Monde</td><td rowspan="4">5</td><td>Journalistes</td><td>2</td></tr>
<tr><td>Employés</td><td>1</td></tr>
<tr><td>Cadres</td><td>1</td></tr>
<tr><td>Personnels</td><td>1</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>Société des personnels des autres titres</td><td>3</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>Association Hubert Beuve-Méry[13]</td><td>2</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

Certaines sociétés de personnels, comme celle de *Courrier International*, ne sont pas actionnaires. Une partie des sociétés de journalistes des titres qui composent le Groupe Le Monde disposent d'un droit de veto sur la nomination de leur directeur. L'actionnariat salarié est spécifique à ce Groupe et influence la manière dont les salariés se mobilisent au cours des restructurations.

[13] Elle réunit les actionnaires historiques.

1.2.3. Les relations avec la direction

Après le départ de J.-M. Colombani, un nouveau directoire est composé en juin 2007 avec Pierre Jeantet (*Sud Ouest*), Bruno Patino (*Télérama* et Le Monde Interactif) et Eric Fottorino (*Le Monde*) (cf. encadré 41). Ce trinôme ne bénéficie pas de la confiance des salariés : « *On avait fait des paris sur sa durée de vie* », raconte l'un d'entre eux. Le directoire démissionne après six mois d'exercice[14]. Eric Fottorino accepte de reprendre sa démission et de se présenter à la présidence du Groupe. Il est nommé Président du Groupe Le Monde et du quotidien (les fonctions sont à nouveau regroupées) le 25 janvier 2008. Il nomme David Guiraud (cf. encadré 41) directeur général. C'est ce binôme de direction qui met en place les deux restructurations qui sont étudiées ici.

Encadré 41 - Le directoire du Monde

Eric Fottorino est président du groupe Le Monde (LMPA) et du quotidien (SEM) à partir de janvier 2008. Journaliste politique au *Monde*, il en est directeur de la rédaction un an avant son accès à son poste de directeur. Le Monde est le premier groupe de presse qu'il dirige. David Guiraud est pour sa part gestionnaire. Il est directeur financier du groupe Les Échos entre 1996 et 2007. Leur mandat prend fin suite à l'arrivée des nouveaux actionnaires fin 2010.

Les parcours de ces deux hommes influencent la manière dont ils conçoivent et gèrent l'entreprise. L'expérience de David Guiraud est celle d'un groupe en bonne santé financière (Les Échos) tandis que *Le Monde* est déficitaire depuis plusieurs années quand il en prend la direction générale. Les habitudes des deux groupes sont différentes : « *Il n'avait pas l'habitude aux Échos de beaucoup dialoguer, ici on dialogue* », raconte un délégué syndical (entretien). Eric Fottorino quant à lui ne fait pas l'unanimité : « *Fottorino était nouveau et avait enfilé son costume d'amiral et voulait montrer qu'il était amiral* » (entretien, délégué syndical).

Ainsi, les mobilisations s'inscrivent dans un univers institutionnel assez spécifique. Les dirigeants sont nouveaux et peu légitimes, tandis que les salariés (pour certains d'entre eux) disposent de plusieurs canaux d'expression *via* les instances salariales et les instances actionnaires. Ils entretiennent avec la direction des relations d'actionnaire et de subordonné.

[14] Suite notamment à des désaccords portant sur la gouvernance et la stratégie de développement avec la SRM (refus de voter le budget du Monde Interactif notamment).

1.3. Deux restructurations : les étapes vers la sortie de l'actionnariat salarié

Face à la multiplication des difficultés économiques, le Groupe voit le départ d'une partie des salariés du quotidien et est amputé de certains de ses titres. Ces mesures n'ayant pas permis un assainissement des comptes, un besoin de capitaux neufs conduit à l'arrivée de nouveaux actionnaires qui deviennent majoritaires dans le Groupe. Les mobilisations étudiées ici ont lieu au moment de ces restructurations qui constituent les dernières étapes vers la remise en cause de l'actionnariat salarié et de l'indépendance qui lui est liée.

1.3.1. Déficits et départs volontaires

La Société éditrice du *Monde* est déficitaire depuis 2001. Malgré le plan social conduit par J.-M. Colombani en 2005, le titre n'a pu retrouver l'équilibre de ses comptes. Les déficits cumulés entre 1999 et 2007 s'élèvent à 167 millions d'euros dont 8,3 millions pour l'exercice 2007. Les résultats des autres titres du Groupe ne permettent pas d'éponger de telles pertes. Le bilan consolidé au 31 décembre 2007 est déficitaire de 15,4 millions d'euros. Cette crise est analysé par les acteurs comme la combinaison d'une crise générale de la presse (baisse des recettes publicitaires, nouveaux concurrents, etc.) et des paris perdus des directions précédentes : « *Si on avait géré en 2000 comme on a géré en 2008* [vus les écarts de recettes publicitaires entre ces deux dates] *on aurait gagné quarante millions en 2000 or on en a gagné cinq !* » prétend un membre de la direction (entretien). Face à ces résultats, plusieurs plans sociaux ont été conduits au sein du quotidien. Ces plans de licenciements collectifs se sont toujours fondés sur le volontariat des départs. Un plan de départs « volontaires » est une forme particulière de plan de sauvegarde de l'emploi puisqu'il déroge aux obligations légales[15]. Les personnes licenciées sont volontaires et s'inscrivent à un « guichet départ ». Par ailleurs, ce sont majoritairement des employés et des cadres qui voient leurs effectifs diminuer au cours des plans précédents. Par exemple, le plan de 2005 voit le départ de trente journalistes sur cent vingt licenciés (29 % des licenciés alors qu'ils représentent plus de la moitié des effectifs). Cela crée des tensions entre les catégories de personnel au sein du quotidien : « *Les rédacteurs n'ont pas été gênés de voir les employés et les cadres partir dans les plans précédents. Ils n'ont pas été touchés. De toutes façons, l'administration ça coûte cher pour eux* » (entretien, employé). Trois ans après ce plan, de nouveaux licenciements collectifs sont envisagés.

[15] L'ordre des licenciements est défini selon un certain nombre de critères : articles L. 1233-5 à L. 1233-7, L. 1233-17, L. 1233-43 et R. 1233-1 du Code du travail.

1.3.2. Le plan de licenciements collectifs de 2008-2009

Face à ces pertes importantes, la direction annonce un plan de licenciement collectif en avril 2008 qui se décline selon trois modalités. Tout d'abord, il est envisagé de supprimer 129 postes au quotidien (89 à la rédaction dont 60 journalistes et 40 à l'administration) sur 564[16], afin d'économiser 9,4 millions d'euros en année pleine sur la masse salariale. Ces licenciements s'accompagnent d'une réorganisation de la rédaction, d'une rationalisation des fonctions support et de la mise en place d'une nouvelle formule éditoriale. Ensuite, le plan propose la cession de plusieurs « *entités déficitaires ou non stratégiques* » vers un recentrement autour d'activités complémentaires à celles du quotidien. Les sociétés vendues fin 2008 sont Fleurus Presse, les Éditions de l'Étoile (*Les Cahiers du Cinéma*), SPER (*Danser*) ainsi que la librairie La Procure. Cela s'inscrit dans une stratégie plus globale de désengagement progressif du Monde des magazines et du secteur livre des Publications vie catholique. Enfin, le dernier élément concerne l'immobilier. Le site est jugé trop grand pour la société (16 800 m² contre un besoin estimé à 12 000 m²). Les rédactions du Monde Interactif et de certains magazines emménagent Boulevard Blanqui à la rentrée 2009, afin d'économiser deux millions d'euros en année pleine. Après trois jours de grève (14 avril, 16 avril et 5 mai 2008), la procédure d'information consultation s'ouvre avec le comité d'entreprise. Le départ d'un nombre important de salariés, notamment de journalistes, constitue une première étape vers l'arrêt de leur domination sur le Groupe.

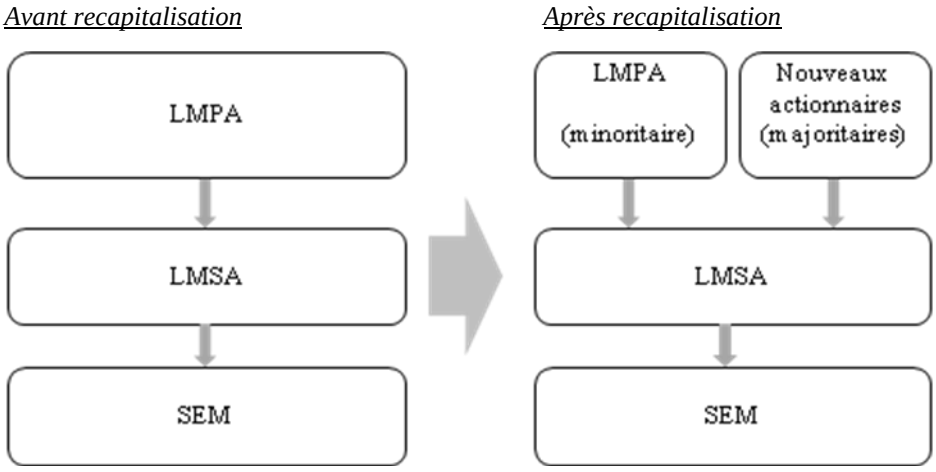
1.3.3. La mise en vente du Groupe en 2010

Malgré cette restructuration, le résultat opérationnel du Groupe est déficitaire de plus de dix millions d'euros fin 2009. En cause, les mauvais résultats des pôles presse quotidienne nationale et du pôle magazines et livres. Le Groupe est très endetté, puisqu'à un prêt de vingt-cinq millions gagé sur *Télérama*, s'ajoutent notamment le remboursement d'obligations remboursables en action (ORA)[17] d'un montant de trente cinq millions d'euros et la nécessité de moderniser l'imprimerie[18]. Le 28 mars 2010, la direction annonce aux représentants des salariés, réunis au sein du comité de Groupe, la nécessité d'une recapitalisation à hauteur de cinquante à soixante millions d'euros, besoins réévalués à cent millions d'euros au cours du printemps 2010. Alors que les salariés sont le premier actionnaire du Groupe (notamment par

[16] À ce moment là, l'effectif se répartit entre journalistes (59 %), cadres (25 %) et employés et ouvriers (16 %).
[17] Obligations ordinaires mais qui sont remboursées en titres de la société éditrice plutôt qu'en espèces.
[18] Les différents rapports d'expertises font mention de ces chiffres.

l'intermédiaire de la SRM), cette nouvelle recapitalisation leur fait perdre cette place. En effet, l'arrivée de nouveaux actionnaires dilue la part de LMPA (premier étage) dans LMSA (second étage : 60,4 % avant la recapitalisation). LMPA deviendrait alors un actionnaire minoritaire de LMSA (elle-même actionnaire majoritaire de la SEM) tandis que les nouveaux actionnaires en deviendraient actionnaires majoritaires (cf. figure 6). Le pouvoir serait donc exercé au niveau de LMSA (second étage) et plus de LMPA (le premier étage où les journalistes sont actionnaires devient un actionnaire minoritaire du nouveau centre de décision). Plus qu'une recapitalisation (comme dans le cas de l'entrée des Groupes Prisa et Lagardère : voir *supra*), c'est donc d'une prise de contrôle par des actionnaires extérieurs dont il s'agit. Ainsi, comme l'explique ce salarié : « *Puisqu'on est au chapitre sémantique, vous voyez que partout on vous parle de nouveaux actionnaires, mais ce ne sont pas des nouveaux actionnaires, ce sont des nouveaux propriétaires* » (entretien, délégué syndical du *Monde*).

Figure 6 - Synthèse des conséquences de la recapitalisation du Monde



La direction et les salariés partagent l'idée que la recapitalisation est inévitable suite aux « *carences de la gestion passée* » (de Jean-Marie Colombani) qui auraient plombé les comptes de l'entreprise. Le plan social de 2009 n'aurait pas permis de redresser la situation. L'argumentaire économique n'est pas « déconstruit » (Boyer, 2005) par les salariés : « *Le Groupe était endetté, surendetté, on ne pouvait pas s'en sortir seul* », explique ainsi un journaliste du Groupe (entretien). Pourtant, plusieurs réserves sont émises à propos du processus de recapitalisation. Tout d'abord, l'expert du comité d'entreprise confirme l'impasse financière (proche de la cessation de paiement) mais établit que la situation n'est pas « *si catastrophique* » et qu'il existe toujours des « *marges de manœuvre* ». La solution alternative du dépôt de bilan, proposée par l'ancien président de la SRM afin d'épurer les

dettes puis de négocier avec un repreneur, est pour sa part rapidement écartée. L'ensemble des parties prenantes semblent partager le diagnostic selon lequel le Groupe ne peut survivre sans une recapitalisation.

Le Groupe Le Monde présente donc une structure atypique qui place une partie de ses salariés (les journalistes du quotidien) comme premier actionnaire de leur entreprise. Cela permet à certains travailleurs d'accéder aux prérogatives dévolues aux salariés et aux actionnaires et ainsi de garantir leur indépendance par rapport aux pouvoirs de l'argent. L'apparition de difficultés économiques peut toutefois être source de tensions entre les deux formes de représentation collective. Les journalistes vont alors accompagner la normalisation de leur entreprise. L'analyse des mobilisations au moment de la première restructuration (licenciement et cessation de titres) permet tout d'abord de comprendre comment les salariés actionnaires, et notamment les journalistes du quotidien, font usage de leurs attributions et garantissent ainsi leur autonomie.

Section 2. Les paradoxes de l'actionnariat salarié en cas de restructuration

La négociation d'un plan de sauvegarde de l'emploi et la vente de filiales met à l'épreuve le collectif des salariés. Les mobilisations portent sur l'emploi (nombre de départs) et de manière plus large sur l'avenir de l'entreprise, de son produit et de son indépendance. Dans ces négociations, les salariés utilisent les outils que leur double fonction (travailleurs et actionnaires) met à leur disposition. L'étude de ce plan social permet de dégager les singularités de la gestion des restructurations dans cette entreprise et les paradoxes de l'actionnariat salarié chez les journalistes. Il fait apparaître des tensions possibles entre les différentes structures.

2.1. Une négociation sur l'emploi

Les représentants des journalistes (salariés et actionnaires) ainsi que des autres catégories professionnelles négocient en premier lieu le plan de départs au sein du quotidien. Décidé par la direction, le plan est soumis au Conseil de surveillance dans lequel les salariés sont représentés. Les multiples instances de représentation (actionnaires : sociétés de

personnels ; salariés : comité d'entreprise et syndicats) travaillent sur des aspects différents du plan et conjointement pour que la direction accepte que les départs se fassent volontairement.

2.1.1. La légitimation du plan par les salariés actionnaires

Les sociétés de personnels actionnaires du quotidien jouent un rôle important en amont de la négociation du contenu du plan de sauvegarde de l'emploi. Elles interviennent au moment même de l'élaboration et de la définition des termes du plan en Conseil de surveillance. Les justifications économiques et marchandes avancées par la direction ne sont pas remises en cause. Salariés et dirigeants partagent l'idée que l'entreprise doit s'adapter à son environnement qu'elle ne peut modifier (*supra*). La solution mécanique leur semble être la réduction des effectifs. Tout en acceptant le fait de restructurer, les salariés actionnaires font des contre propositions sur les modalités d'application du plan.

Le plan de sauvegarde de l'emploi est présenté par la direction au Conseil de surveillance du *Monde* au début du mois d'avril 2008, avant l'ouverture de la procédure d'information consultation du personnel. Le plan initial prévoit que les départs soient contraints. Or les salariés du *Monde* ont l'habitude des plans de départs volontaires (le résultat du « choix » du salarié). Cependant, un plan de départs contraints coûte moins cher à l'entreprise qu'un plan de départs volontaires (plus compliqué à organiser et plus coûteux avec des « effets d'aubaine » pour les plus âgés). La Société des employés du *Monde* vote contre le plan en Conseil de surveillance. Les deux autres sociétés de personnels actionnaires du titre (journalistes et cadres) sont tiraillées entre la rationalité économique de l'actionnaire et l'éthique du volontariat propre aux entreprises de presse : « *Culturellement c'était très difficile de faire autre chose qu'un plan de départs volontaires, rationnellement il fallait un plan de départs contraints* », résume un membre de la SRM (entretien). Les journalistes jouent alors sur l'ambiguïté entre « approuver » et « voter » un plan. Un dysfonctionnement dans l'ordre du jour du Conseil de surveillance empêche les rédacteurs de voter (les responsables n'ont pas été mandatés). Cela leur permet de ne pas voter pour un plan que les syndicats désapprouvent (grèves contre les départs contraints). Ils réussissent à contourner la difficulté de leur position (« double casquette » de salarié actionnaire). Ils valident la tenue d'un plan d'économies sans en valider les détails. Le fait que les salariés actionnaires et notamment la Société des rédacteurs du *Monde* valident le principe même d'un plan de départs (dont ils critiquent cependant les modalités) constitue un préambule à l'acceptation de la restructuration par les autres instances de représentation du personnel. En se plaçant dans

une perspective d'actionnaire, la SDJ du *Monde* appuie alors un ajustement par l'emploi face aux difficultés financières sans chercher d'autres solutions. Les suppressions d'emploi validées, les salariés n'ont plus qu'à négocier les modalités pratiques de la restructuration.

2.1.2. La mobilisation des ressources légales par le comité d'entreprise

Le comité d'entreprise a un rôle privilégié dans les procédures de licenciement collectif (cf. encadré 42).

Encadré 42 - Le rôle du comité d'entreprise en cas de plan de sauvegarde de l'emploi

Le plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) est obligatoire dans les entreprises de cinquante salariés et plus, lorsque le projet de licenciement concerne au moins dix salariés sur une période de trente jours. Lors d'un PSE, le comité d'entreprise est l'organe de représentation du personnel au cœur du débat, par la procédure d'information consultation réglée par le Code du travail (articles L 2323-1 à 4 et 2323-15). Le comité d'entreprise est saisi en cas de projet de restructuration et de compression des effectifs dans le cas d'absence d'un accord de méthode. Après une information écrite de la part de la direction, deux réunions d'information doivent être tenues. La direction doit présenter les raisons de ces licenciements. Le délai entre les deux réunions varie entre deux et quatre semaines. Le comité d'entreprise doit émettre un avis sur le projet que la direction n'est pas obligée de suivre (consultatif). En cas de non respect de la procédure, le comité d'entreprise peut attaquer la direction en justice.

Les salariés disposent d'un certains nombre de ressources qui peuvent les aider à influencer le cours des restructurations. Comme l'expliquent R. Aubert et J.-P. Beaujolin-Bellet, « le jeu de la consultation, pour les salariés et leurs représentants, vise à gagner du temps et à faire monter les enchères, éventuellement sous la pressions de conflits sociaux et juridiques » (2004, p. 106). Pour cela, le comité d'entreprise dispose de deux ressources. La première est la possibilité de nommer un expert économique[19]. Le comité d'entreprise a mandaté un cabinet d'expertise qui dispose de trois semaines pour accomplir sa mission. Au *Monde*, l'expert valide les chiffres présentés par la direction. Cela crée un terrain d'entente avec cette dernière : « *Si l'expert avait dit que tous les chiffres de la direction étaient bidons, ça aurait chauffé !* » (Entretien, membre de la direction du *Monde*). Même si les salariés sont d'accord sur la nécessité d'un plan de restructuration, cela n'élimine pas toutes formes d'opposition. Les propositions portent sur les modalités de son application. L'expert aide les élus à comprendre le projet de restructuration mais aussi à construire un argumentaire pertinent qui permette d'influencer son contenu : « *Sur le volet social, l'expert nous a donné*

[19] Financé par la direction, article L. 1233-34 du Code du travail.

des bons trucs pour contrer, discuter, réclamer à la direction des choses supplémentaires » (entretien, membre du comité d'entreprise du *Monde*). Enfin, au-delà de l'aide que peut apporter l'expert en termes de compréhension, il permet de « *gagner du temps* ». Les salariés souhaitent baisser les cadences imposées par la direction. Le recours à l'expert donne un délai supplémentaire pour discuter des conditions de mise en œuvre du projet. Grâce à l'intervention de l'expert, les élus tentent d'inverser la philosophie même du plan. Ils considèrent que la première question qu'il faut poser n'est pas une question financière (de combien on a besoin pour être rentable) mais rédactionnelle (de qui on a besoin pour faire un journal) : « *Les dirigeants sont partis d'un dimensionnement d'effectifs en fonction du budget de salaire qu'on peut payer, plutôt que pour faire un journal il nous faut tel et tel poste, donc un raisonnement un peu à l'envers* » (entretien, expert du comité d'entreprise du *Monde*).

La deuxième ressource dont dispose le comité d'entreprise est celle de l'action en justice. Ce droit est agité comme une menace à l'égard de la direction (mais pas utilisé) pour orienter le devenir du plan de sauvegarde de l'emploi. Les élus du comité d'entreprise tentent donc d'influencer les modalités concrètes du plan.

2.1.3. Une négociation parallèle avec les syndicats

Les syndicats sont l'autre acteur central dans les restructurations (négociations collectives). L'outil le plus remarquable et le plus efficace dont ils disposent est la grève. Trois jours de grève visent à faire accepter par la direction la transformation du plan de départs *contraints* en un plan de départs *volontaires*. La mobilisation des salariés prend alors des formes originales. Par exemple, les salariés défilent avec des masques blancs sur le visage, numérotés de 1 à 129 (pour le nombre de postes à supprimer). Les syndicats agissent aussi par le dialogue (discussion autour d'un plan de départs volontaires). Pour mettre en place un plan de départs volontaires, qui déroge à l'ordre légal des licenciements (*supra*), les discussions avec les syndicats se font en marge de la procédure légale d'information consultation du comité d'entreprise. Les mesures de nature à limiter le nombre de licenciements, obligatoires dans un plan de sauvegarde de l'emploi, font l'objet d'un accord parallèle avec les syndicats : « *On s'est quand même vite rendu compte que le plan ne serait pas négocié par le comité d'entreprise mais directement avec les salariés* », racontent les membres du comité d'entreprise. En dissociant le processus juridique des négociations, les partenaires sociaux ont pu trouver un accord. « *Traditionnellement dans les journaux il y a*

toujours eu des niveaux d'extra légal [négociations informelles en dehors du cadre juridique] *qui étaient importants* », raconte l'expert mandaté par le comité d'entreprise du *Monde*.

L'action légale de cette instance n'en est pas pour autant disqualifiée. Les représentants du personnel cumulent souvent deux mandats (élu et délégué syndical). Il s'agit d'une utilisation stratégique des entités juridiques « comité d'entreprise » et « syndicats », et non d'une gestion différenciée du plan par des acteurs différents. Ce recoupement entre les acteurs est le signe d'un enchevêtrement entre l'activité de négociation dévolue à l'acteur syndical et celle d'information consultation revenant aux instances élues (Didry, Jobert, 2011 et que nous avons également constaté dans le cas précédent de l'AFP). Les négociations sont donc dans un premier temps des « négociations défensives » (Jobert, 2013, p. 5) qui portent sur l'accompagnement des départs (focalisation sur le recours au volontariat). Les suppressions d'emploi ne sont pas remises en cause en tant que telles. Ce sont seulement leurs modalités qui sont contestées. Au cours du plan de sauvegarde de l'emploi, les reclassements au sein du Groupe ne sont pas envisagés, témoignant du cloisonnement entre les titres.

2.1.4. Une stratégie classique

Les stratégies et le travail conjoint des différentes instances ont permis que le projet soit amendé sur certains points. Si 105 salariés doivent quitter l'entreprise, 24 initialement prévus (projet de 129 départs) sont finalement épargnés. Ces départs ne sont pas « *contraints* » mais « *volontaires* ». Un « guichet départ volontaire » est ouvert en mai 2008 au *Monde* pour toutes les catégories de personnels. Les indemnités de départ sont supérieures à celles garanties par les conventions collectives (appliquées en cas de départs contraints) afin d'inciter les gens à partir (exemple de la catégorie journaliste du *Monde* : cf. encadré 43).

Encadré 43 - Indemnités de départ pour les rédacteurs du *Monde*

Dans la convention collective, les journalistes touchent un mois de salaire par année d'ancienneté jusqu'à quinze ans d'ancienneté. Au-delà de quinze ans d'ancienneté, la commission arbitrale décide de la somme à verser. La direction du *Monde* propose des indemnités plus importantes que celles prévues par la convention collective.

Ancienneté	0-20 ans	21-25 ans	26-30 ans	+30 ans
Mois de salaire par année d'ancienneté	1,2	1	0,75	0,2

Par exemple, pour un salarié avec quinze ans d'ancienneté (ancienneté moyenne au journal), la convention collective prévoit une indemnité de quinze mois de salaire. Si le salarié est candidat au départ volontaire, son indemnité sera de dix-huit mois de salaire.

Sources : entretiens, rapports d'experts.

Certains salariés profitent d'« effets d'aubaine » : certains qui ne seraient pas partis avec un plan de départs contraints (notamment les plus âgés qui sont protégés par la loi) peuvent s'inscrire au « guichet départ » et bénéficier d'une forte indemnité. La négociation a un effet réel sur la détermination des personnes licenciées. Le choix du volontariat gonfle le budget des indemnités ce qui s'oppose à une logique financière dont sont pourtant également garants les salariés *via* leurs sociétés de personnels actionnaires. Il faut nuancer ce terme de « volontaire ». Si certains profitent du plan pour partir dans des conditions avantageuses, les départs soulignent aussi le renoncement de certains et la perte d'une identité tant individuelle que collective liée au licenciement (Linhart, 2005). Les salariés influencent le plan « à la marge » (nombre et modalités de départs) mais sans remettre fondamentalement en cause les choix de la direction. Les modalités d'application du plan ont été infléchies, mais un nombre important de départs ont effectivement lieu (cf. tableau 32[20]). Ils participent à la diffusion de l'idée que les difficultés économiques ne peuvent être résolues que par des licenciements.

Tableau 32 - Bilan des départs suite au PSE du *Monde*

	2007		**2009**		**Variation**	
	Effectif	*%*	*Effectif*	*%*	*Effectif*	*%*
Journaliste	341	58,4	272	58,9	-69	-20,2
Cadre	150	25,7	122	26,4	-28	-18,7
Ouvrier / Employé	93	15,9	62	13,4	-31	-33,3
Total	584	100	456	100	-128	-21,9

Le plus grand nombre de départs (en effectif) a lieu chez les journalistes, mais, en proportion, c'est la catégorie employé et ouvrier qui est la plus touchée par les départs (une baisse d'effectifs de 33 % dans cette catégorie, contre environ 20 % de départs chez les journalistes et les cadres). Les instances qui représentent les salariés dans cette entreprise cherchent à la fois à « approfondir les politiques de l'emploi »[21] (nombre de départs et volontariat) mais aussi à « critiquer la direction »[22] (refus d'une logique de suppression d'emplois qui ne prenne pas en compte les besoins rédactionnels) (Didry, 1998). Au-delà de ces négociations classiques sur les modalités d'application du plan, les salariés se mobilisent

[20] Bilans sociaux, au 31 décembre de l'année.

[21] Le débat porte sur les mesures d'application du plan de sauvegarde de l'emploi, afin qu'il soit moins dur socialement et se focalise autour des mesures d'accompagnement (Didry, 1998, p. 519).

[22] C'est un modèle où l'action du comité d'entreprise vise à remettre en cause les arguments économiques avancés par la direction et à proposer des mesures alternatives (*op. cit*, p. 523).

sur des terrains non économiques qui dépassent leurs prérogatives légales et questionnent le devenir du produit mais aussi du Groupe. Ils mettent en avant leur autonomie professionnelle et pas seulement leurs conditions de travail.

2.2. Restructurations, produit, frontières

La restructuration a des conséquences sur l'emploi et de manière plus générale sur l'entreprise. À cette occasion, une réflexion sur son organisation et ses valeurs s'engage, en réaffirmant le statut spécifique du journaliste et son interdépendance avec les autres salariés. Le comité d'entreprise devient un lieu de débat qui dépasse les prérogatives légales d'information consultation portant sur l'activité économique de l'entreprise. La formule rédactionnelle et son périmètre sont interrogés.

2.2.1. Une nouvelle formule rédactionnelle

Au *Monde*, des transformations se sont opérées dans les façons de travailler. E. Saïtta (2005) souligne le passage d'une « rhétorique de l'expertise critique » (journalisme documentaire, vérification et éclaircissement d'une information) qui prédominait dans les années 1980[23] à une « rhétorique de la révélation » (du scoop) dans les années 2000, dans laquelle la quantité d'information produite importe davantage que sa qualité et sa justesse, comme en témoigne cette journaliste : « *Moi quand je suis rentrée, on ne publiait pas une brève sans avoir passé deux coups de fil pour la vérifier. Aujourd'hui on recopie les dépêches AFP* » (entretien, ancienne journaliste du *Monde*). Pourtant, l'originalité et la qualité du projet éditorial demeurent le défi à relever pour assurer l'avenir des journaux (Pigeat, Paracuellos, 2006) et les journalistes du quotidien insistent sur la qualité de leur produit. Dans son chapitre consacré à *Libération* et au *Le Monde*, J. Duval met au jour la progression d'une « idéologie commerciale » en parallèle de l'arrivée d'investisseurs privés et de la transformation de ces entreprises en « grande entreprise privée capitaliste ». La production journalistique est selon lui le relais direct de l'« économie libérale » (2004, pp. 192-209). Cela peut être nuancé. En effet, ici, la recherche de la qualité ne disparaît pas au profit (et au service) d'une logique commerciale. Pour assurer cette qualité, le nombre d'emplois est déterminant. Au moment des licenciements collectifs, la possibilité de produire un journal de qualité malgré la baisse des effectifs, et notamment chez les journalistes est examinée. Malgré les réductions d'effectifs,

[23] Par rapport à une étude de J.-G. Padioleau datant de 1985.

les journalistes veulent conserver le modèle d'« excellence professionnelle » qu'ils revendiquent. Ils se mobilisent donc sur des enjeux professionnels.

Le plan est accompagné de la mise en place d'une nouvelle formule éditoriale réalisable par les salariés qui restent. Sur cette base, ils alimentent le débat autour du projet rédactionnel en poussant la direction à l'expliciter (afin de justifier les licenciements) et participent à la définition de la nouvelle formule éditoriale. Tous les salariés s'investissent dans cette discussion. Bien que le rédactionnel soit proprement journalistique, les autres catégories se sentent concernées par la qualité rédactionnelle de leur titre : « *On est fier d'appartenir à cette maison* […] *Quand on dit qu'on est salarié au journal* Le Monde *on sent les yeux qui brillent, on a la sensation qu'on appartient à quelque chose d'exceptionnel* » (entretien, employée du *Monde*). On retrouve des résultats similaires à *Libération* (Dupuy, 2010). Avec la suppression de quatre-vingt un postes lors d'un plan de sauvegarde de l'emploi en 2006 et l'introduction d'un nouveau logiciel d'édition, l'offre se standardise. Le comité d'entreprise devient alors le lieu où sont débattues des questions portant sur la définition du produit. Les discussions influencent à la marge la restructuration : certains postes qui auraient du disparaître sont finalement conservés.

2.2.2. Redéfinir les frontières

Le second enjeu de cette restructuration est la redéfinition du périmètre du Groupe Le Monde, par la cession de filiales déficitaires. Les cessions correspondent à un recentrage de ce groupe de presse autour des activités du quotidien. La Société Editrice du *Monde* (SEM) étant la structure porteuse des filiales, leur cession la concerne en premier lieu. Ces ventes modifient les frontières du Groupe ce qui explique qu'elles soient débattues en Conseil de surveillance (au niveau du Groupe). Une filiale ne peut pas être vendue sans l'aval du Conseil de surveillance où les sociétés de personnels du *Monde* disposent de six voix sur vingt (dont deux pour les journalistes) (*supra*, cf. tableau 31). Dans la pratique, les sociétés de personnels du *Monde* n'entravent pas la validation des cessions. Les filiales en vente souhaitant être vendues, les personnels du quotidien respectent leurs décisions en validant les cessions. La politique affichée consiste à voter comme les salariés concernés. Cela pourrait rentrer en contradiction avec la défense de la valeur pour l'actionnaire dans le cas où les salariés des filiales auraient voté pour un maintien de leur entreprise dans le Groupe. Une fois les ventes validées par le Conseil de surveillance, les plans de sauvegarde de l'emploi présentés dans les filiales sont directement négociés par leurs salariés. Les frontières du Groupe tendent ainsi à

se refermer sur le quotidien, par la cession des filiales, en limitant ainsi l'utilisation d'une partie de leurs bénéfices au profit du quotidien, mais en permettant de renflouer le Groupe par le revenu des cessions.

2.2.3. Une stratégie intégrée : aller au-delà de l'emploi

Les discussions entre les salariés et la direction ne s'arrêtent pas aux modalités d'application du plan. L'avenir de l'entreprise (son périmètre) et de son produit (formule) sont discutés au cours de cette restructuration. La négociation s'inscrit dans une « stratégie intégrée » (Béthoux, Jobert, 2012, p. 124) qui combine plusieurs dimensions. Elle ne se limite pas à l'accompagnement des salariés mais engage une réflexion sur l'avenir de l'entreprise. Cela tient à ce que les relations de travail dans cette entreprise engagent plus qu'une relation d'emploi. Elles sont dominées par une éthique professionnelle. Les valeurs mobilisées au travail pèsent sur le cours des restructurations puisqu'elles sont à la base de l'argumentaire déployé par les salariés. Les discussions dépassent les négociations sur les volets économiques pour aborder l'avenir de l'entreprise et de son activité. Comme dans les cas de Canal Plus (Didry, 2007) et de *Libération* (Dupuy, 2010), les instances collectives au *Monde* passent du débat au dialogue. D'une négociation (recherche d'un accord pour résoudre un conflit), les salariés arrivent à un processus de délibération (discussion collective en vue d'une décision à prendre en commun). Cela semble être caractéristique des entreprises dans lesquelles l'implication des salariés dans la réalisation du produit est forte, ce qui pousse les directions d'entreprise à agir sur un mode plus coopératif. Cela se retrouve dans d'autres mondes de production que celui de la presse, dans lesquels les salariés sont fortement engagés dans la gestion de leur entreprise de manière à la fois légale (actionnariat salarié) et morale (éthique professionnelle au cœur de leur identité).

Les salariés, et notamment les journalistes, influencent (à la marge) les conséquences de la restructuration par leurs mobilisations. La conduite du plan, que ce soit sur le volet économique et social ou sur celui de l'avenir du produit et de l'entreprise, est influencée par les choix des salariés. Ils sont liés à leur éthique professionnelle, la structure de leur capital et leur mode de représentation particulier. En validant un ajustement centré sur une réduction du coût du travail, le paradoxe de l'actionnariat salarié apparait. Les journalistes du quotidien semblent préférer les licenciements à une recapitalisation malgré les pertes financières importantes. Les sociétés de personnels actionnaires et notamment la Société des rédacteurs du *Monde* valident les orientations de la direction. Dès lors, l'emploi apparaît pour certains

comme une variable d'ajustement. Il reste aux comités d'entreprise le soin de mettre en œuvre une politique de réduction d'effectifs validée par les salariés actionnaires et tempérée par des conditions de départ avantageuses. Alors que les salariés du quotidien sont son premier actionnaire, près de 20 % d'entre eux (cf. tableau 32) sont poussés au départ en 2008-2009.

Si on assiste à une réelle collaboration entre la multitude des instances qui représentent les journalistes, comme salariés et comme professionnels spécifiques, ce cas illustre également des tensions liées à l'actionnariat salarié des journalistes. Forts de leur place d'actionnaires, ils accompagnent le plan de licenciements collectifs et les cessions tout en les amendant. L'implication dans les discussions portant sur le futur de l'entreprise sont importantes, mais sont subordonnées aux questions économiques. La survie du journal passe avant les questions d'emploi. De nouvelles difficultés économiques mettent fin à ces tensions. Les journalistes accompagnent la normalisation de leur entreprise en renonçant aux prérogatives d'actionnaires.

Section 3. De l'actionnariat salarié au salariat

En l'absence de redressement et sous le poids des dettes accumulées, la pérennité même du Groupe est rapidement mise en question. Le Groupe a besoin de nouveaux capitaux et donc de nouveaux actionnaires. Il est mis en vente. Au cours de cette seconde restructuration, les instances collectives se mobilisent à nouveau. La Société des rédacteurs du *Monde*, en tant que premier actionnaire, tient une place privilégiée dans le choix des nouveaux actionnaires. Les instances chargées de représenter les salariés tentent également par différentes stratégies d'influencer ce que va devenir leur entreprise. À l'issue de la recapitalisation, les journalistes actionnaires perdent leur place de premier actionnaire et réinvestissent la participation liée aux canaux de représentation salariée. C'est alors l'occasion d'ancrer leur indépendance et leur autonomie professionnelle au sein du salariat et non pas de l'actionnariat.

3.1. La mise en vente du Groupe

Face à des nouveaux besoins de financement, la voie privilégiée est celle d'une mise en vente du Groupe à des actionnaires extérieurs qui en deviendraient majoritaires. Cette démarche, dans laquelle sont engagées les différentes instances de représentation des

travailleurs (sociétés de personnels actionnaires, comités d'entreprise et syndicats), découle de l'impasse dans laquelle les salariés actionnaires du Groupe se trouvent.

3.1.1. Renoncer à l'actionnariat salarié

Les journalistes du *Monde* ont été les premiers, dès 1951, à revendiquer une participation des journalistes au capital de leur entreprise. Lors de la recapitalisation de 2010, ils sont contraints de renoncer au modèle de gouvernance d'entreprise qu'ils avaient réussi à conserver, et dans lequel les journalistes assurent leur indépendance en étant les premiers actionnaires de leur titre (21,9 % de la maison mère, cf. figure 5). Cette évolution marque les limites de l'actionnariat salarié chez les journalistes, aux yeux des salariés eux-mêmes. Selon eux, ce système de cogestion est « *à bout de souffle* » et doit être renouvelé. Un délégué syndical décrit « *un système de cogestion où tout le monde était un peu empêtré* » (entretien). L'existence d'intérêts contradictoires entre les différentes postures (salariés actionnaires et salariés travailleurs) pose problème. Un ancien président de la SRM (1977-1981) explique par exemple :

> « On peut imaginer le problème qui se présente lorsqu'en tant que président de la Société des rédacteurs, je vais essayer d'appuyer une décision de la gérance et que, par derrière, le syndicat auquel j'appartiens – j'ai payé une cotisation – me dit cela ne va pas aller, nous n'allons pas l'accepter et à l'occasion nous allons provoquer une grève ! » (Entretien).

Cette confusion pousse certains syndicalistes à ne pas participer aux sociétés de personnels[24]. La mise en vente du journal engage un processus de normalisation du salariat. Cela implique pour les représentants des salariés une évolution dans leurs modalités d'action, en passant d'un jeu sur le droit des sociétés (actionnaire) à un usage plus intense du droit du travail (« seulement » salariés). En perdant leurs prérogatives d'actionnaires (droits de propriété), les salariés tentent de renforcer leurs « capacités politiques » de salariés qui ne souffrent plus de risques de contradictions. Il est plus facile de s'opposer lorsque les décisions sont prises par un tiers.

3.1.2. Susciter des candidatures

Les salariés considèrent que la mise en vente du groupe est une nécessité économique. Comme pour les licenciements de 2008, l'argumentaire de la direction n'est pas déconstruit et

[24] Cette position est notamment celle des salariés de l'imprimerie, qui malgré le poids qu'ils représentent dans le Groupe (233 salariés soit presque 20 % des effectifs) n'ont jamais souhaité se constituer en société de personnels actionnaires.

peu de propositions alternatives émergent. Au départ, les membres du directoire tentent de mettre la main sur la discussion en rencontrant les candidats à la reprise sans en informer les salariés. Ils cèdent rapidement la place de négociateur aux salariés : « *Au final, c'est aux personnels de cette maison qu'il reviendra de se prononcer sur le nom et le projet du futur investisseur* » rappelle le directeur[25]. En effet, en disposant de huit des vingt sièges au Conseil de surveillance (cf. tableau 31), la voix des salariés du Groupe est importante dans ce processus.

Les journalistes du *Monde* réunis dans la SRM se positionnent comme l'interlocuteur privilégié. Premier actionnaire du groupe, ils agitent la menace « *de faire capoter la recapitalisation* »[26] en invoquant un « *droit de veto* [de la SRM] *sur les opérations de recapitalisation* »[27] au Conseil de surveillance. Tout en sachant que ce droit de veto n'existe pas, les acteurs s'en servent pour acquérir du pouvoir dans la négociation : « *Ça a été une confusion qu'on a entretenue nous même car ça nous arrangeait. Dans les statuts de LMPA, il est dit qu'il y a un droit de veto de la SRM en cas de cession des parts mais là il n'y a pas de cession de parts, c'est une augmentation de capital* », explique le président de la SRM (entretien). Les journalistes du quotidien ne bénéficient toutefois pas de suffisamment de pouvoirs pour négocier seuls avec les éventuels repreneurs. À l'initiative de la SRM et d'après l'idée de la Société des lecteurs, l'ensemble des sociétés de personnels du Groupe s'agrègent dans un « Pôle d'indépendance » : « *Il fallait accepter que ceux qui étaient sur une position dominante, descendent de cette position et acceptent de mettre en commun, de mutualiser avec d'autres* » (entretien, président de la SRM). Il se constitue alors un collectif salarial plus large que celui des journalistes du quotidien. Les représentants des autres titres et des autres catégories tentent de faire entendre leurs voix conjointement à celle de la SRM. Cela permet de sortir de la domination d'une catégorie (les journalistes) d'un titre (*Le Monde*) sur tous les autres. Ce sont les instances de représentation des salariés actionnaires toutes ensemble (par l'intermédiaire du Pôle d'indépendance) qui prennent en main la vente du Groupe. Les représentants des sociétés de personnels suscitent des candidatures et négocient directement avec les candidats des garanties d'indépendance en cas de rachat. Les sociétés de personnels cherchent à négocier la conservation de certains droits, attachés à la propriété (droit de veto sur le directeur par exemple) malgré la dilution des droits de propriété.

[25] Eric Fotorino, « À nos lecteurs », éditorial du *Monde* du 4 juin 2010.
[26] Gilles Van Kote, président de la SRM dans *Les Echos* du 12 avril 2010.
[27] Gilles Van Kote, président de la SRM dans *Mediapart* du 17 avril 2010.

Le 21 juin 2010, date limite de dépôt des offres, deux trios d'investisseurs se portent candidat au rachat du *Monde*. Le premier trio, « POP », est composé de Claude Perdriel (*Le Nouvel Observateur*), du Groupe Prisa (groupe de presse espagnol actionnaire minoritaire du Groupe) et d'Orange (opérateur de télécommunication). Le second projet, « BNP », est porté par Pierre Bergé, Mathieu Pigasse (*Les Inrockuptibles*) et Xavier Niel (Free) (*infra*, cf. encadré 44). Dans cette première phase, les sociétés de personnels actionnaires restent focalisées sur la question du contrôle capitalistique du Groupe, sans envisager les dimensions autour de l'emploi et du produit. Les comités d'entreprise sont absents de ces discussions.

3.1.3. Choisir le repreneur

Pour entériner l'entrée de nouveaux actionnaires, le Conseil de surveillance doit se prononcer. Les salariés du Groupe, par l'intermédiaire de leurs sociétés de personnels actionnaires doivent donc se décider entre les deux offres. Par ailleurs, le rachat engageant l'avenir de l'entreprise, les comités d'entreprise de chaque titre sont également consultés. Cela oblige les candidats à expliciter de nombreuses facettes de leur offre.

Tout d'abord, les sociétés de personnels actionnaires doivent, comme l'ensemble des membres du Conseil de surveillance du Groupe, se prononcer le 29 juin sur l'entrée en négociation exclusive avec l'une des deux offres pour trois mois en échange d'une avance de trésorerie de dix millions d'euros[28]. En parallèle, s'ouvre le 18 juin la procédure d'information consultation des comités d'entreprises (comité d'entreprise) des différentes entités du Groupe (Le Monde, Le Monde Interactif, *Télérama*, *Courrier International*, etc.). Les comités d'entreprise auditionnent donc également les candidats à la reprise (au titre de la représentation des salariés), le même jour. Les comités d'entreprise posent des questions écrites aux repreneurs. Elles portent sur la finance et la stratégie (treize questions), le social (dix questions), la gouvernance et la structure (six questions), l'éditorial (six questions).

Ces consultations se soldent par un plébiscite massif de l'ensemble des personnels, appelés à choisir entre les offres le 25 juin, en faveur de l'offre BNP (cf. tableau 33).

[28] Pour éviter que le Groupe ne se retrouve en cessation de paiement le 10 juillet.

Tableau 33 - Part des membres des sociétés de personnels ayant voté pour l'offre BNP

Journalistes du *Monde*	90 %
Cadres du *Monde*	95 %
Employés du *Monde*	100 %
Le Monde Interactif	82 %
Les publications vie catholique	93 %
Courrier International	82 %

Les deux trios usent d'arguments différents pour tenter de convaincre les salariés du Groupe de voter pour eux. Dans l'offre POP, l'accent est mis sur la solidité de la proposition. Le trio affirme avoir construit « *un partenariat professionnel, stable et puissant* » et s'engage à diriger le Groupe « *en bon père de famille, de manière prudente et raisonnable* ». Dans leurs propositions, le trio BNP (cf. encadré 44) emploie une rhétorique plus « sentimentale », évoquant « *leurs sensibilités* », « *leurs cultures* ». Ce trio propose la création d'une nouvelle société, Le Monde Libre (LML), dont chaque investisseur disposerait du tiers du capital social et des droits de vote, et qui serait actionnaire majoritaire de LMSA.

Encadré 44 - Bergé, Niel, Pigasse : les nouveaux propriétaires du Monde

Pierre Bergé a fait fortune dans le luxe (aux côtés d'Yves Saint Laurent). Il se présente comme un mécène qui veut racheter le groupe Le Monde pour préserver la pluralité des médias en France. Il s'allie avec Xavier Niel qui a pour sa part bâti sa fortune avec le Minitel Rose puis Free. Enfin, Mathieu Pigasse est directeur de la banque Lazard. Ils bénéficient tous d'expériences préalables dans les médias, à *Têtu* ou *Les Inrockuptibles* par exemple. Ils sont proches du Parti socialiste.

L'offre POP commence par l'exposition du projet financier et de la stratégie industrielle et relègue dans l'annexe 1 les « *modalités spécifiques en faveur du Pôle d'indépendance* ». Au contraire, le trio BNP ouvre son projet sur ses « *engagements sur l'indépendance des rédactions* » et sur la « *minorité de blocage rendue au Pôle d'indépendance* » qui permettrait, par un processus de relution, que les salariés demeurent actionnaires *via* le Pôle d'indépendance. C'est cette proposition qui séduit le conseil de gérance de la SRM : « *Ils se sont inscrits clairement dans la perspective d'accorder aux actionnaires historiques des droits spécifiques sanctuarisés et une place reconnue dans la gouvernance future du Groupe* » (extrait du communiqué de la SRM appelant à voter pour l'offre BNP, publié le jour du vote).

Côté social, le projet POP prévoit une « *clause de cession*[29] *étendue à l'ensemble du personnel* », formule qui masque un plan de départs volontaires de cent dix à cent vingt départs. Au contraire, le trio BNP souhaite maintenir les effectifs et espère qu'un minimum de journalistes se saisiront de la clause de cession pour quitter le Groupe : « *un plan social serait à nos yeux simplement destructeur de valeur* »[30]. Face à une situation où l'emploi a été un temps la variable d'ajustement des salariés actionnaires, ce point convainc les syndicats et les comités d'entreprises de se porter sur l'offre BNP : « *Les élus du comité d'entreprise et de l'intersyndicale se sont ralliés à cette solution* [BNP] *présentant* […] *le moins de risques sur le plan social* » (extrait de l'avis du comité d'entreprise sur le projet de recapitalisation remis le 14 septembre 2010).

Ainsi le choix massif des salariés pour l'offre BNP s'explique par deux éléments qui ont su convaincre les deux formes de représentation appelées à s'exprimer : l'indépendance pour les sociétés de personnels et les conditions sociales pour les comités d'entreprise et les syndicats. Ce projet parvient à prendre en compte les besoins de salariés revendiquant leur indépendance.

3.2. Négocier des garanties avant de renoncer à l'actionnariat salarié

Il s'ouvre alors une négociation exclusive entre les membres du Conseil de surveillance (salariés et autres), les représentants des salariés et les trois repreneurs potentiels. C'est l'occasion d'un travail parallèle et complémentaire, comme lors du plan de sauvegarde de l'emploi, des différentes structures qui représentent les salariés, et notamment les journalistes. Ils accompagnent le projet tout en se mobilisant pour obtenir des garanties d'indépendance, qui viendraient remplacer pour partie celles auxquelles ils renoncent en n'étant plus premier actionnaire à l'issue de la négociation.

3.2.1. Garantir l'indépendance des journalistes : le Pôle d'indépendance et la charte d'éthique

L'enjeu de la négociation exclusive pour les sociétés de personnels est de garantir leur indépendance par la conservation de certains droits qui étaient liés à leur fonction d'actionnaire, et cela malgré la dilution de leurs droits de propriété. Ils cherchent ainsi à garantir leur autonomie professionnelle tout en redevenant des salariés comme les autres.

[29] La clause de cession est nécessairement ouverte lors d'un changement de propriétaire. Elle permet aux journalistes qui le souhaitent de quitter l'entreprise tout en bénéficiant d'indemnités de licenciement.
[30] Extrait des réponses écrites des candidats à la reprise aux questions du comité d'entreprise (24 juin 2010).

Le Conseil de surveillance du Groupe (LMPA) doit se prononcer entre les deux offres pour entériner l'entrée en négociation exclusive (majorité simple au sein du conseil : dix voix sur vingt). Les sociétés de personnels du Groupe ne disposant que de huit sièges sur vingt (cf. tableau 31), elles peuvent théoriquement être mises en minorité. Cela signifierait une entrée en négociation exclusive avec l'offre POP. Les douze autres membres du Conseil de surveillance sont plutôt favorables au trio POP. Cependant, si la SRM ne dispose pas à elle seule d'un droit de veto *légal*, les sociétés de personnels ont un droit de veto *moral*, conforté par la consultation des salariés : « *Le vote était tellement massif de la part des sociétés de personnels* [plus de 80 %] *que politiquement ça n'était pas possible de voter contre* » (entretien, président de la SRM). L'offre est acceptée par dix membres (huit voix des sociétés de personnels, la voix du président du Conseil et la voix de Claude Perdriel lui-même qui a retiré son offre). Ne souhaitant pas s'opposer au choix des personnels (« *vote de solidarité* »), tout en ne voulant pas plébisciter l'offre BNP (« *vote de vigilance* »), les dix autres membres s'abstiennent. Le vote au sein de LMPA traduit l'influence des salariés dans leur ensemble. Ce vote ouvre la période de négociation exclusive avec les investisseurs BNP.

Les sociétés de personnel négocient alors les conditions de la perte de leurs droits, avant de valider ou non la prise de contrôle des actionnaires à l'issue des trois mois. Les représentants des salariés agitent la menace de ne pas entériner la prise de contrôle des actionnaires, afin de contraindre les investisseurs à négocier des garanties en contrepartie de cette perte de contrôle. Les négociations portent sur deux points : la minorité de blocage du Pôle (conserver des droits actionnariaux) et la rédaction d'une charte assortie de comités de contrôle. Le Pôle d'indépendance est constitué des associés salariés (sociétés de personnels) et des associés historiques (Sociétés des lecteurs et personnalités indépendantes qui remplacent l'Association Hubert Beuve-Méry). Au terme de la recapitalisation, ce Pôle qui était anciennement actionnaire majoritaire du Groupe aurait perdu tout pouvoir de contrôle, au profit des nouveaux actionnaires. Pierre Bergé propose qu'une minorité de blocage lui soit confiée[31] (33,34 %) (*infra*). Le Pôle dispose de plusieurs droits : droit de préemption (priorité en cas de vente de parts), droit d'anti-dilution (sa part doit rester la même dans LMSA), droit de veto sur le transfert de la Société éditrice du *Monde* ou d'une filiale. La création du Pôle

[31] Il propose la création d'une société en commandite simple (SCS) dont le commanditaire est la société de Pierre Bergé, et le commandité la SARL du Pôle d'indépendance, qui recevant dix millions d'euros, permet au Pôle d'accéder à une minorité de blocage (33,34 %) dans le groupe en additionnant les parts dont disposaient les sociétés de personnels et celles qui sont lui sont attribués par cette société. Cette structure permet de dissocier les droits politiques du Pôle de ses droits économiques (les éventuels dividendes seraient versés à la SCS de Pierre Bergé).

d'indépendance permet aux salariés de se faire reconnaître de nouveaux droits d'actionnaire par la négociation. Ces droits ne leur étaient pas garantis. Les nouveaux actionnaires acceptent pour préserver un « *climat social apaisé* » avec les travailleurs et notamment les journalistes (entretien). Cependant, les salariés perdent beaucoup de pouvoir avec la recapitalisation. Alors que les salariés actionnaires disposaient de huit des vingt sièges au Conseil de surveillance de la structure décisionnaire (LMPA) avant la recapitalisation, ils bénéficient après le rachat, collectivement, de cinq sièges sur dix-huit dans le Conseil de surveillance[32] du nouveau centre de décisions (LMSA).

Le second verrou statutaire, discuté avec les journalistes au cours de la période de négociation exclusive, est la rédaction d'une charte, inscrite dans les statuts et donc opposable. Deux structures sont créées pour recevoir et traiter les plaintes, sous la forme de deux comités d'éthique et de déontologie[33].

Ainsi, les sociétés de personnels imposent certains verrous statutaires dans l'espoir de garantir leur indépendance, en faisant planer la menace de ne pas entériner le processus de recapitalisation. Ils conservent ainsi une part des prérogatives qui étaient associées à leurs droits de propriété, tout en perdant ces mêmes droits.

3.2.2. Négocier les conditions du rachat : l'information consultation du comité d'entreprise

Parallèlement se déroulent les procédures d'information consultation des onze comités d'entreprise des titres du Groupe. La direction doit consulter les élus afin que ceux-ci rendent un avis « éclairé » sur la recapitalisation du Groupe « *avec ses impacts juridiques et financiers* »[34]. La production de ces avis est nécessaire pour entériner la prise de contrôle en Conseil de surveillance[35]. Cela ouvre une marge de manœuvre pour les élus qui ont la possibilité de ne pas rendre d'avis, et ainsi de bloquer la procédure : « *C'était la hantise de nos directions, qu'un comité d'entreprise ne rende pas d'avis, auquel cas il aurait fallu engager une procédure judiciaire pour l'obliger à le rendre. On aurait pu bloquer la procédure* », explique un élu du comité d'entreprise du quotidien (entretien). Les élus aux comités d'entreprise utilisent cette marge de manœuvre pour desserrer les contraintes

[32] D'après le protocole d'accord signé entre LML et le Pôle d'indépendance, le 2 novembre 2010.
[33] Un comité pour *Le Monde* et ses suppléments, déclinaisons, sites numériques ; un pour les magazines.
[34] Selon le DRH de la SEM, extrait du PV de comité d'entreprise de la SEM du 18 juin 2010.
[35] En vertu des articles L. 2323-6 et 2323-19 du Code du travail.

imposées par la direction. La date de la remise des avis est reportée du 9 juillet au 14 septembre 2010[36].

Les procès verbaux des cinq réunions du comité d'entreprise de la société éditrice du *Monde* (deux avant la négociation exclusive et trois après) qui travaille en intersyndicale (SNJ, CGT, CFDT) permettent, à partir du cas de ce comité d'entreprise, d'interroger la place des différents acteurs (salariés, direction et actionnaires) dans la négociation. Trois réunions (18 juin, 29 juin, 14 septembre) regroupent les salariés et leur direction. Elles sont courtes (moins d'une heure) et informatives (procédure, échéance, rendu de l'avis). Il est intéressant de noter qu'Eric Fottorino, président du directoire du Groupe (et donc du comité d'entreprise) en est absent pour deux d'entre-elles. La direction est très en retrait dans ce processus, comme l'avoue Eric Fottorino : « *Vous devez savoir que David Guiraud et moi même ne sommes pas toujours au cœur des discussions* » confie-t-il aux salariés[37]. Les vrais interlocuteurs sont les actionnaires (ou leurs représentants), comme le prouvent les deux autres réunions qui se tiennent au cours de la procédure d'information consultation (24 juin et 2 juillet[38]) où ils explicitent leur projet (de même avec les dix autres comités d'entreprise).

3.2.3. Jouer sur la double représentation des salariés

Comme pour l'audition des éventuels repreneurs (*supra*), la double représentation des salariés (sociétés de personnels et instance de représentation des personnels salariés) au cours de cette période permet d'interroger doublement les futurs investisseurs. Dans ce processus, le comité d'entreprise utilise pleinement ses prérogatives, en envisageant les volets sociaux et économiques de l'opération (plan de départs, maintien des accords collectifs, remplacement des départs en clause de cession, salaires et primes, embauche des précaires, sous-traitance). Cela rejoint les initiatives des différents comités d'entreprise qui, tous, ont mandaté des experts économiques. Les questions posées par les membres du comité d'entreprise du *Monde* aux repreneurs ne portent pas seulement sur des questions sociales mais envisagent aussi les aspects capitalistiques. Tout en retrouvant la main sur les questions sociales et financières, les élus du comité d'entreprise s'intéressent également à l'avenir de l'entreprise et de son produit (indépendance, ligne rédactionnelle). Le comité d'entreprise du *Monde* rend le 14 septembre un avis « *en faveur de la solution formulée par MM. Bergé, Niel et Pigasse* […] *assorti de*

[36] Date maximale, afin de disposer des deux semaines nécessaires pour convoquer le Conseil de surveillance le 28 septembre, veille de la fin de la période de négociation exclusive.
[37] Extrait du PV du comité d'entreprise de la SEM du 18 juin 2010.
[38] Avec Xavier Niel et Louis Dreyfus, conseiller de Mathieu Pigasse.

réserves » (sur des questions sociales et stratégiques). Les dix autres comités d'entreprise ont suivi une procédure similaire, comme au Monde Interactif :

> « J'ai fait le procès verbal de comité d'entreprise le plus long de l'histoire de l'entreprise ! On a ouvert un comité d'entreprise qui s'est refermé quatre mois plus tard, après sept ou huit suspensions de séance, deux auditions, des présentations de documents, une rencontre avec Louis Dreyfus[39], tout un tas de trucs ! On a finalement rendu un avis qui n'était ni positif, ni négatif, puisqu'on a découvert […] qu'on devait juste rendre un avis (qui ne devait pas être blanc ou noir). » (Entretien, élu du comité d'entreprise du Monde Interactif.)

Ainsi, dans cette procédure de négociation exclusive, les salariés, par l'intermédiaire des sociétés de personnels actionnaires et les comités d'entreprise, se placent au centre des discussions avec les repreneurs, en marginalisant la direction. Ici encore, les différentes instances travaillent de manière complémentaire. Le comité d'entreprise et les sociétés de salariés actionnaires s'informent de l'avancée des dossiers qu'elles ont respectivement en charge mais tentent de conserver leurs distinctions. « *Chacun chez soi* », raconte un délégué syndical (entretien). Le mode d'intervention des salariés se transforme progressivement, avec d'une part l'affaiblissement des prérogatives liées aux droits de propriété et, d'autre part, le renforcement des instances représentant les salariés.

3.3. Être salarié dans le nouveau Groupe Le Monde

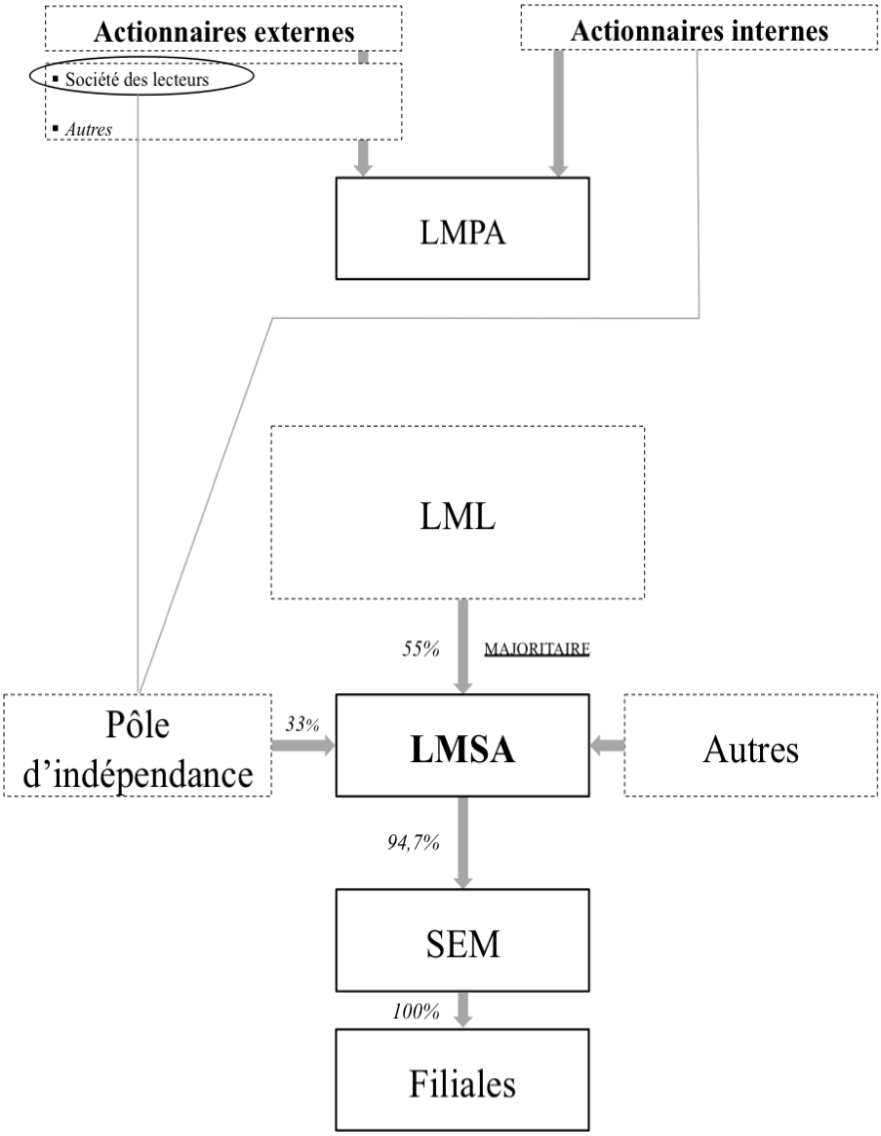
La vente du Groupe est effective en novembre 2010. Malgré une procédure confiant à l'ensemble des salariés une minorité de blocage, ils perdent de leur indépendance. Dans ce nouveau cadre, les tensions entre leurs prérogatives d'actionnaires et de travailleurs s'estompent. Plusieurs épreuves marquent cet apprentissage.

3.3.1. « Écrire une nouvelle page »

Le Conseil de surveillance entérine l'arrivée du trio BNP dans l'actionnariat du Groupe au terme de la réunion du 29 septembre 2010. Le processus est finalisé le 2 novembre 2010. Au terme de cette recapitalisation, les actionnaires internes, à savoir les salariés du Groupe, et les rédacteurs du *Monde* en particulier, perdent leur place de premier actionnaire. La structure juridique qui était censée se simplifier se complexifie (cf. figure 7 et annexe 27 pour plus de détails).

[39] Représentant des actionnaires et futur directeur du Groupe.

Figure 7 - Structure du Groupe après la recapitalisation



La Société éditrice du *Monde*, structure porteuse des filiales, est désormais détenue à 55 % par Le Monde Libre (LML de Bergé, Niel et Pigasse, auquel Prisa est venu se greffer) et à 33,34 % par le Pôle d'indépendance (qui en détient 17 % au titre de sa participation dans LMPA, auquel s'ajoute 16,34 % issus de la SCS de Pierre Bergé). Les parts restantes se distribuent entre plusieurs petits actionnaires. Suite à la recapitalisation, LMPA n'est plus l'actionnaire majoritaire de LMSA (à qui appartient le quotidien et les magazines). C'est Le Monde Libre (LML), la société des trois nouveaux actionnaires qui devient donc l'actionnaire majoritaire du Groupe dont le pouvoir politique descend de LMPA à LMSA. La structure du Conseil de surveillance de LMSA reflète la main mise de LML sur les pouvoirs de décision : sur les dix-huit sièges, dix sont attribués à LML, cinq au Pôle d'indépendance, un aux actionnaires minoritaires et un au Groupe Prisa. Ainsi, « *"recapitalisation" est un doux*

euphémisme pour parler de ″prise de contrôle″», explique un délégué syndical du *Monde* (entretien). Cette perte de contrôle des sociétés de personnels constitue un changement radical dans l'histoire du journal et de son Groupe. Pour résumer : « *On change de paysage, de patron, d'époque* » (entretien, délégué syndical du *Monde*). Les salariés s'inquiètent de cette prise de pouvoir capitalistique par les nouveaux arrivants. Un ancien président de la SRM, revenant sur son départ du *Monde* après le rachat, explique ainsi : « *Je suis parti quand on a perdu notre indépendance* » (observation, 2013). Cette inquiétude fait apparaître une vision patrimoniale de l'entreprise à laquelle certains salariés renoncent difficilement. En effet, les sociétés de personnels actionnaires ne remettent pas en cause fondamentalement la « valeur actionnariale ». Au contraire, ils s'y inscrivent : « Ils introduisent l'entreprise dans le principe même des sociétés en permettant aux salariés d'accéder à la propriété du capital » (Hatchuel *et al.*, 2012, p. 70).

Les nouvelles structures, ainsi que les négociations postérieures à la recapitalisation, permettent de mettre à jour les nouvelles formes de participation et la place des salariés dans leur entreprise. Les deux forces salariales que sont le Pôle d'indépendance (du côté actionnarial) et les instances de représentation du personnel (du côté salarial) accompagnent cette perte de pouvoir tout en cherchant à la minimiser.

3.3.2. Les limites du Pôle d'indépendance

Les sociétés de personnel ont négocié qu'une partie de leurs droits de propriété leur soit restituée dans une structure qui les agrège. Le protocole d'accord du Pôle d'indépendance (PAPI) est signé par les sociétés de personnels et les nouveaux actionnaires réunis dans le Monde Libre (LML) le 2 novembre 2010. Le Pôle se répartit entre deux collèges : les associés salariés et les associés historiques (cf. tableau 34). Il dispose de cinq sièges sur les dix-huit du Conseil de surveillance de LMSA. Des droits particuliers sont confiés au Pôle d'indépendance. Pour exercer ces droits, la majorité (simple ou des deux tiers selon l'objet) ainsi que l'assentiment d'au moins un membre de chaque collège sont requis. Cependant, il se pose la question de la capacité du Pôle à utiliser ces droits. Par exemple, dans le cas du droit de préemption, instaurer une priorité aux salariés à la reprise des actions suppose qu'ils disposent du capital nécessaire au rachat.

Si la Société des rédacteurs du *Monde* voit ses pouvoirs diminuer, certains titres au contraire ont acquis des avantages *via* le Pôle d'indépendance dont ils ne bénéficiaient pas avant. Par exemple, toutes les rédactions ont désormais un droit de veto sur la nomination de

leur directeur. Ce droit existait déjà au *Monde* et à *Télérama*, mais l'alignement des avantages sur l'ensemble du Groupe a permis à *Courrier International* par exemple d'en bénéficier : *« On a gagné un vote sur le directeur de la rédaction »*, explique par exemple le président de la Société des personnels (entretien).

Les journalistes du *Monde* voient leurs prérogatives d'actionnaire diminuer mais continuent à dominer les autres catégories et les autres titres du Groupe. La répartition des sièges au sein du Pôle d'indépendance (cf. tableau 34) montre une nette prépondérance des personnels du *Monde* (6 sur 11) et notamment de ses journalistes.

Tableau 34 - Répartition des sièges au sein du Pôle d'indépendance

Associés salariés	*11*
Le Monde	6
Société des rédacteurs du *Monde*	3
Société des personnels du *Monde*	1
Société des employés du *Monde*	1
Société des cadres du *Monde*	1
Autre titres	3
Société des personnels des publications vie catholique	1
Société des personnels de *Courrier International*	1
Société des personnels du Monde Interactif	1
Associés historiques	*4*
Sociétés des lecteurs	2
Personnalités indépendantes	2

Les personnels du *Monde* représentent pourtant à peine plus du tiers des salariés du Groupe (477 sur 1 248[40]). Parmi ces personnels, les journalistes du *Monde* (278 soit un peu plus de 20 % des salariés du Groupe) capitalisent à eux seuls 3 des 11 voix (27 %) distribuées entre les associés salariés. Ainsi, tout en ayant perdu de son pouvoir, la SRM réussit à conserver sa domination sur les autres catégories et autres titres.

Le directeur du quotidien (Eric Fottorino) est limogé en décembre 2010. La SRM a un droit de veto sur la nomination du nouveau directeur. Elle ne l'utilisera pas, malgré le non respect de la procédure par les actionnaires[41]. Ainsi, si le droit de nommer le directeur du journal est conservé, son exercice est compliqué, traduisant une diminution du pouvoir de la

[40] Ces chiffres correspondent à la situation au 31 décembre 2009.

[41] Une commission tripartite est créée, composée d'un actionnaire (Pierre Bergé), du directeur du Groupe (Louis Dreyfus) et du président de la SRM (Gilles Van Kote). Bergé et Dreyfus ne présentent au vote de la SRM qu'un seul candidat : Erik Izraelewicz contrairement à l'accord passé avec la SRM.

SRM. Cet exemple montre que l'établissement de ce droit est nécessaire mais pas suffisant pour que les salariés participent effectivement à la nomination de leur dirigeant. Au terme de cette épreuve, les membres de la SRM prennent conscience de la diminution de leur pouvoir et sont conduits à envisager un champ d'intervention nouveau qui se rapproche de celui des sociétés de journalistes récentes.

> « Depuis ces dernières années, la SRM a consacré toutes ses forces aux questions économiques et de gestion et a négligé par la force des choses, son rôle de société de journalistes, ce rôle sur le terrain éditorial, de la déontologie. C'est un terrain qu'on va réinvestir mécaniquement […] C'est une nouvelle histoire, un nouveau schéma, un nouveau fonctionnement de la SRM. » (Entretien, président de la SRM.)

3.3.3. Redécouvrir le pouvoir salarial : nouveaux acteurs, nouveaux conflits

La perte des droits de propriété permet une normalisation des relations de travail et une utilisation plus facile du droit du travail (qui ne risque plus d'entrer en contradiction avec le droit de propriété). Cela permet de sortir d'une vision de l'entreprise dans laquelle la responsabilité est uniquement attachée aux droits de propriété, pour l'envisager comme un espace de coopération au sein duquel les salariés ont également la compétence de l'évaluer[42]. L'arrivée d'actionnaires capitalistes règle les problèmes que posait jusqu'alors l'exercice de prérogatives d'actionnaire par les salariés, liés à l'existence de deux instances représentatives des salariés dont les intérêts pouvaient être divergents. En effet, la recapitalisation signe la fin de l'actionnariat salarié tel qu'il était conçu par le passé (majoritaire). Ce nouveau mode de gouvernance reconfigure les relations professionnelles. Elles se normalisent alors qu'elles étaient auparavant confuses du fait de l'actionnariat salarié. Face à cette reconfiguration, les instances représentant les journalistes salariés retrouvent une place prépondérante dans l'expression collective des travailleurs. En se retrouvant face à des actionnaires « capitalistes » et à une direction choisie par ces derniers, les syndicats et les comités d'entreprise ont un nouveau rôle à jouer. Un nouveau rapport de force doit s'établir entre salariés, directions et actionnaires : « *À nous de dire, de camper, de proposer, d'installer un rapport de force. On va installer un rapport de force, ce qui n'était pas complètement dans la culture* » (entretien, délégué syndical du *Monde*).

La négociation de la clause de cession, entre la direction du Groupe et l'ensemble des délégués syndicaux est un exemple qui permet de comprendre comment se reconfigurent les relations entre ces acteurs. L'important changement dans l'actionnariat du Groupe Le Monde

[42] C'est l'une des propositions de R. Baudoin, 2012.

déclenche automatiquement l'ouverture de la clause de cession[43] pour les journalistes. Le financement de cette clause est prévu à hauteur de dix millions d'euros (d'après les rapports des experts des comités d'entreprise). L'accord signé le 13 décembre 2010 par les délégués syndicaux de l'ensemble des entités du Groupe (*Télérama*, Culturama, *Courrier International*, Malesherbes Publications, Le Monde Interactif, LePost.fr, *Le Monde*, *Le Monde Diplomatique*) concernant les conditions d'application de la clause de cession n'est pas très favorable aux salariés. En contrepartie, une négociation s'ouvre sur l'emploi dès janvier 2011 (remplacement des départs et titularisation des précaires). Les délégués syndicaux ont commencé à établir un « *rapport de force* » en échangeant leur signature contre des engagements en termes d'emploi. « *D'une négociation sur les conditions de départ, c'est devenu une négociation sur l'emploi* ». En effet, l'accord prend acte « *que la clause de cession ne saurait être assimilée à un plan de sauvegarde de l'emploi* »[44]. Ils se voient donc imposer des conditions défavorables mais réussissent à obtenir en retour quelques avancées. Cette négociation a porté ses fruits puisque soixante journalistes ont été embauchés et quarante titularisés[45] depuis la recapitalisation, contre cinquante départs en clause de cession, soit un effectif net de plus dix journalistes supplémentaires.

Le rachat du groupe Le Monde par trois actionnaires extérieurs qui deviennent l'actionnaire majoritaire du Groupe remet en cause la structure atypique qui attribuait aux journalistes du quotidien une domination sur l'actionnariat. Les journalistes, fortement attachés depuis 1951 à ces prérogatives qui, selon eux, garantissaient leur indépendance, voient leur droit de propriété remis en cause. Ils font l'expérience des tensions liées à cette posture lorsque des difficultés économiques surgissent. Bien que cette transformation ne soit pas le résultat d'un choix délibéré, les journalistes l'accompagnent et ne tentent d'y résister qu'à la marge (avec le Pôle d'indépendance). Ils participent finalement à la « normalisation » de leur entreprise et redeviennent des salariés « comme les autres » dont les possibilités d'opposition se trouvent dans le droit du travail et leur assure le maintien d'une autonomie renouvelée, questionnant ainsi la pertinence d'instances spécifiques à la profession.

[43] Pour l'aspect juridique de cette clause, voir Chapitre 1 : 2.2.2.

[44] Extrait de l'accord collectif au sein des sociétés composant le Groupe Le Monde relatif à la clause de cession des journalistes.

[45] Les journalistes titularisés occupaient des postes en tant que précaires et ne peuvent donc être comptabilisés comme une nouvelle « force de travail ».

Conclusion

Au cours des restructurations conduites au sein du Groupe Le Monde, les journalistes accompagnent la transition vers la normalisation de leur entreprise, tout en l'amendant. Les ambiguïtés constitutives du salariat pour une activité indépendante sont pendant longtemps prises en charge dans cette entreprise par la participation des journalistes à l'actionnariat. Mais les difficultés économiques mettent au jour les paradoxes de l'actionnariat salarié des journalistes. En effet, cette solution présente des limites en situation de crise, qui tiennent à la difficulté de sortir d'un registre d'argumentation portant principalement sur le contrôle du capital, en conduisant finalement les salariés à adopter une vision patrimoniale de l'entreprise. Avec la multiplication des difficultés économiques en 2008, seul un ajustement par l'emploi est envisagé. En validant les initiatives de la direction, les sociétés de personnels actionnaires partagent l'idée que les difficultés ne peuvent se résoudre que par des licenciements et des cessions. Les instances représentatives du personnel tentent de rendre moins douloureuses ces mesures (« volontariat » des départs notamment). C'est également l'occasion de confronter des visions plurielles du produit et de l'entreprise. Suite à de nouvelles difficultés financières, c'est la solution d'une recapitalisation qui est choisie un an plus tard. Elle implique l'arrivée de nouveaux actionnaires majoritaires. Les sociétés de personnels, et particulièrement les journalistes du quotidien, clarifient alors la nature du rapport salarial qu'ils entretiennent. Cela conduit à une normalisation de l'entreprise.

Contrairement à la situation de l'AFP, les salariés accompagnent relativement ce changement qui les fait devenir des salariés comme les autres. Les droits de propriété sont délaissés par les salariés mais la participation ne s'arrête pas pour autant. Elle s'exerce au-delà des droits d'actionnaire. Les droits de propriété ne sont pas la seule façon de participer à la gestion de l'entreprise dans la mesure où le droit du travail apporte également des éléments permettant aux salariés de s'exprimer et d'assurer leur autonomie professionnelle. Par ailleurs, ces mobilisations sont l'occasion pour les journalistes du quotidien de faire l'expérience de la condition salariale qu'ils partagent avec les journalistes des autres titres mais aussi avec les autres catégories de personnels. Au cours des mobilisations, il se constitue un collectif plus large, bien que toujours dominé par les journalistes du *Monde*.

Pour compléter l'analyse du journaliste salarié en entreprise, les mobilisations au sein d'une rédaction plus petite, plus jeune et sur un support innovant a été choisi. Les journalistes accompagnent dans ce dernier cas, au Monde Interactif, les initiatives des employeurs.

Chapitre 9. L'innovation pour une autonomie technique : encourager le changement d'outil éditorial au Monde Interactif

Innovation et identité professionnelle

Le troisième cas porte sur la mobilisation de journalistes lors de l'introduction d'une nouvelle technologie éditoriale dans leur entreprise, au Monde Interactif (MIA, qui produit la version numérique du *Monde* : LeMonde.fr). Les « journalistes Web » accompagnent les mutations technologiques impulsées par la direction, en les adaptant pour assurer leur autonomie, et en partenariat avec l'ensemble du collectif de travail. Loin d'être la retranscription pure et simple du journalisme « papier » sur un nouveau support, la presse en ligne est régulièrement envisagée comme une forme différente de journalisme, qui renouvelle les frontières et les codes de la profession. Celle-ci se constitue comme « un authentique média d'information » à partir de la moitié des années 1990 aux États-Unis (Charon J.-M., Le Floch, 2011, p. 4). En 2011, 3,2 % des titulaires de la carte de presse travaillent pour un support numérique tandis que 8,3 % sont « multi-supports » (en général, papier et Internet)[1]. La presse en ligne fait l'objet d'un intérêt croissant des sociologues. Dans un dossier consacré à ces thématiques, paru dans la revue *Réseaux*, les coordinateurs expliquent : « Dans les débats actuels qui entourent la crise de la presse, aussi bien en Europe qu'aux États-Unis, Internet est sur toutes les lèvres » (Dagiral, Parasie, 2010, p. 9). Les recherches sur la presse en ligne se sont développées autour de six thèmes : l'innovation technique, la production de l'information en ligne, la participation du public, la recomposition des identités professionnelles, l'économie de la presse numérique et enfin les usages de l'information en ligne. L'étude de l'introduction d'un nouvel outil éditorial au Monde Interactif permet d'interroger conjointement les questions d'innovation et d'identités professionnelles dans la presse en ligne. En ouvrant aux nouveaux questionnements et aux figures les plus récentes du journalisme, ce dernier chapitre propose d'envisager le renouvellement des frontières du groupe professionnel de journalistes et des formes d'autonomie qui s'y conquièrent. Dans ce cas, les travailleurs participent directement au changement, sans l'intermédiation des structures collectives de représentation (institutions représentatives du personnel, sociétés ou

[1] Observatoire des métiers de la presse, 2012, *Les journalistes encartés en 2011*, [en ligne] [URL : http://www.metiers-presse.org/pdf/1340615122.pdf], consulté le 21 août 2013.

associations professionnelles) et remettent partiellement en cause les distinctions entre les métiers.

L'innovation : une forme de restructuration

Les premiers sites d'information sont nés en France en 1995 à *Libération* et au *Monde*. Bien que les journalistes travaillant sur le Web aient pu bénéficier d'une carte de presse dès le début des années 2000[2], la presse en ligne ne s'est institutionnalisée qu'en 2009, par l'inscription dans la loi des « services de presse en ligne », qui de fait reconnaît le statut d'éditeur de presse en ligne[3]. C'est dans cette forme de presse que les progrès techniques ont été les plus rapides. Les évolutions ont eu lieu à la fois sur la production et la diffusion de l'information sur Internet (Smyrnaisos, 2008). À l'AFP et au Groupe Le Monde, les journalistes sont confrontés aux difficultés économiques que rencontre leur entreprise. Dans la presse Internet en revanche, le changement s'inscrit dans une dynamique positive de développement. Le Monde Interactif est une entreprise bénéficiaire[4] et produit sur un support jugé porteur. Ces trois cas peuvent toutefois faire l'objet d'une analyse similaire. En effet, l'innovation peut être étudiée comme une forme de restructuration puisqu'elle a des conséquences, quantitatives ou au moins qualitatives, sur l'emploi. Les modifications technologiques ont des effets sur l'organisation de la production et du travail. De même que les restructurations, les innovations ne sont pas « un moment, un accident ou une activité spéciale […] mais un mouvement permanent qui mobilise l'ensemble des acteurs » (Alter, 2010, p. 2).

Les premiers travaux sur le processus d'informatisation de la presse remontent à la fin des années 1990. Ils interrogent l'émergence de nouvelles figures professionnelles en parallèle des évolutions techniques (Ruellan, Thierry, 1998). L'« internetisation du journalisme » (Dagiral, Parasie, 2010a, p. 17) a réactivé ces questionnements sur l'évolution de l'identité professionnelle de journaliste et des relations entre journalistes et non journalistes. La place et la mobilisation des journalistes salariés dans ce processus collectif qu'est l'innovation technologique sont interrogées pour étudier le renouvellement des identités professionnelles et des formes d'autonomie journalistique.

[2] Voir Chapitre 2 : 4.2.1.

[3] Décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009 pris pour application de l'article 1er de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse suite à l'article 27 de la Loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet.

[4] Son bénéfice (résultat net comptable) est de 540 000 euros en 2009 (d'après le rapport économique communiqué au comité d'entreprise au 31 décembre 2009).

Méthodologie et corpus

La monographie du Monde Interactif (MIA) a été menée en 2011 et porte sur l'introduction d'une nouvelle technologie de production de l'information, le système éditorial de production et de trafic (SEPT) en 2005 puis sa refonte en 2008 (cf. tableau 35 et voir annexe 28 pour une chronologie plus complète).

Tableau 35 - Chronologie succincte du MIA

1995	Création du Monde.fr
1998	Le Monde Interactif devient une filiale du *Monde*
2005	Première version du SEPT
2008	Deuxième version du SEPT

Le site web attaché au quotidien *Le Monde* a été lancé le 19 décembre 1995, près de cinquante ans après la naissance du quotidien. Le Monde Interactif est une filiale du Groupe Le Monde[5]. Ses liens avec le Groupe en fait un cas à part dans la presse en ligne. Sur le Monde.fr, il y a des articles répliqués du quotidien mais aussi des articles originaux produits par une rédaction dédiée. Pour étudier le processus d'innovation au sein de ce titre, sept entretiens semi-directifs ont été conduits entre janvier et mars 2011 avec des travailleurs impliqués dans le processus d'innovation dans tous les services : informatique, développement produit et rédaction ainsi que la direction (rédactionnelle et administrative). La difficulté de ces entretiens réside dans le caractère technique de l'innovation mise en place : « *Il a fallu choisir une nouvelle techno, une nouvelle façon de développer le site. C'est à ce moment là qu'on a choisi la techno XUL, qu'on a changé tout le système de cache des fichiers* » tente par exemple d'expliquer un développeur (entretien). Au cours des entretiens, j'ai rencontré les représentants du personnel (élus au comité d'entreprise, délégué syndical, représentants de la société des journalistes). Les enquêtés sont âgés de trente-sept ans en moyenne (âge supérieur à la moyenne de l'entreprise dû au fait de la présence de membres de la direction dans l'échantillon). L'échantillon surreprésente les femmes, puisqu'elles sont 50 % des enquêtés mais seulement 36 % des salariés du MIA. En revanche, il respecte la proportion entre journalistes (60 %) et cadres (40 %). Ces entretiens se sont déroulés dans les locaux ou à proximité du Monde Interactif (hébergé dans les locaux du *Monde* à Paris). Il a été demandé aux enquêtés de raconter la manière dont l'outil éditorial a été mis en place puis

[5] La structure du Groupe Le Monde est expliquée au Chapitre 8, voir Figures 5 et 7.

s'est développé depuis 2005. L'ancienneté moyenne des enquêtés étant de sept ans et demi, ils ont assisté et participé à ce processus sur le long terme. Pour compléter ces entretiens, j'ai pu observer des journalistes utilisant le logiciel en question. Par ailleurs, j'ai eu accès aux rapports économiques et sociaux présentés dans le cadre du comité d'entreprise.

Cette monographie est éclairée par deux autres corpus. Pour étudier les spécificités de la presse en ligne, j'ai mené en 2010 deux enquêtes préliminaires dans des *pure players*. Ce sont des journaux en ligne qui ne sont pas liés à un journal papier, « encadrés par des journalistes et qui laissent une part, plus ou moins importante à [une] participation amateur » (Noblet, Pignard-Cheynel, 2008). J'ai tout d'abord mené une étude à Rue 89, site d'information et de débat participatif sur Internet, lancé le 6 mai 2007 par quatre anciens journalistes de *Libération*. J'ai conduit entre janvier et avril 2010 cinq entretiens avec des journalistes salariés et des journalistes directeurs puis j'ai réalisé des séances d'observations au sein de la rédaction. J'occupais un bureau au centre de l'espace de travail. L'organisation du travail, ainsi que le processus de production de l'information, depuis la conférence de rédaction à la publication (ou non) de l'article sur le site, ont été étudiés. Une analyse du contenu du site complète cette enquête, s'apparentant à une démarche d'« ethnographie en ligne » (Canu, Datchary, 2010, p. 199). Ensuite, j'ai étudié le *pure player* Mediapart, un média « *numérique, indépendant et participatif* »[6] lancé le 16 mars 2008 notamment par un ancien journaliste du *Monde*. J'ai mené quatre entretiens (journalistes et gestionnaire) avec des salariés de ce titre en avril et mai 2010. Les résultats de ces deux terrains éclairent ceux du Monde Interactif.

Par ailleurs, des enquêtes portant sur une innovation technologique similaire ont été menées par Jean-Louis Renoux (2011), notamment à Hachette Filipacchi Media (HFA). Un programme de recherche commun a permis que nous puissions confronter nos cas[7]. Ses résultats viennent également enrichir le cas singulier du Monde Interactif.

On interroge les mobilisations des journalistes salariés dans le processus d'innovation, qui illustrent la recomposition des identités professionnelles et de métier tout en la suscitant. Après avoir étudié la place que prennent les salariés dans l'innovation (1), on verra la logique de projet inhérente au changement (2) avant de voir comment cela recompose les identités de

[6] [En ligne] [URL : http://www.mediapart.fr/qui-sommes-nous], consulté le 22 août 2013.

[7] Projet de recherche « Travcher : la production de connaissance. Portrait du chercheur en travailleur salarié», sur le terrain « Les dynamiques de la production d'information », financé par l'ANR, coordonné par Pierre Boisard et Claude Didry, ENS Cachan.

métier (entre formes de journalisme) et professionnelles (entre journalisme et technique) et ainsi les formes d'autonomie (3).

Section 1. Les travailleurs dans l'innovation : accompagner le changement

Au sein du Monde Interactif, l'innovation technique est fondamentale dans le développement de l'entreprise. Le logiciel éditorial, le SEPT, est conçu en interne et constitue ainsi une production originale. Les travailleurs[8], et notamment les journalistes, occupent une place importante dans ce processus. Loin d'être imposée par la direction, l'innovation est le résultat de la traduction et de l'adaptation par les salariés des orientations de la direction. Les journalistes imaginent un outil qui respecte leurs exigences éditoriales. Celui-ci est ensuite fabriqué par le pôle technique de l'entreprise. Le changement s'opère dans des moments de basculement (2005 et 2008), mais aussi en continu, de manière plus incrémentale. Étudier la place des travailleurs dans l'innovation est un préalable avant d'envisager concrètement comment les différentes catégories professionnelles de salariés se mobilisent et concourent à infléchir les orientations de la direction pour garantir une autonomie d'exercice aux salariés chargés de produire l'information.

1.1. La place de la direction dans l'innovation

La direction du Monde Interactif, composée d'un journaliste et d'un informaticien, définit la politique éditoriale du titre. Ces orientations donnent naissance à des nouveaux besoins en termes d'outils informatiques. Sans imposer ces orientations aux salariés, elles constituent toutefois la base de leur réflexion.

1.1.1. La constitution d'un outil éditorial original

Un service multimédia est créé au *Monde* dès 1994. Le site compagnon du *Monde*, lemonde.fr, est par la suite fondé en avril 1995. Au départ, son effectif se réduit à quatre journalistes dont la mission est de reproduire sur Internet une partie du contenu du journal papier (Charon J.-M., Le Floch, 2011, p. 12). Les effectifs augmentent très rapidement pour atteindre environ soixante journalistes à la fin de la décennie 1990 (*op. cit.*, p. 15). En 1998, le

[8] On parle ici de travailleurs car les personnes rémunérées par le MIA ont des statuts variés : salariés ou prestataires indépendants (mais à temps complet).

Monde Interactif (MIA) devient une filiale de la Société Editrice du *Monde*. Le quotidien conserve 66 % des parts de la société et vend les 34 % restant au Groupe Lagardère. Les deux entités sont liées. Sur le plan rédactionnel, le MIA dispose de sa propre équipe de journalistes qui produit une information originale. Cette production est complétée par la reprise de certains articles du journal papier. Le MIA rémunère *Le Monde* pour ces transferts d'articles. Par ailleurs, les bénéfices du Monde Interactif (comme ceux des autres filiales du *Monde*[9]) participent pour partie au financement du quotidien (qui possède les deux tiers du MIA puis la totalité depuis 2011) qui est déficitaire de manière récurrente. Sur le plan juridique, le directeur général du MIA est nommé par le Conseil d'administration de la filiale et est donc distinct de celui du *Monde* papier.

Pour produire leurs articles, les rédacteurs du MIA ne disposent d'aucun outil éditorial jusqu'en 2001. Ils achètent alors à un prestataire externe le logiciel d'édition « Vignette ». Le système éditorial de production et de trafic (SEPT : cf. figure 8) lui succède en 2005, suivi d'une deuxième version en 2008. Les dirigeants du MIA se sont opposés à la reproduction d'une « capture d'écran » prise lors de l'observation de journalistes utilisant le logiciel SEPT 2 en 2011. Le logiciel est créé en interne et propose plusieurs nouveautés. Tout d'abord, il permet une prévisualisation instantanée de la manière dont apparaîtrait l'article en ligne, où l'espace est découpé selon un « chemin de fer électronique » (contenus éditoriaux et commerciaux). Ensuite, il intègre les circuits de relecture dans un *circuit copy* (*infra*).

Figure 8 - Le système éditorial de production et de trafic

<table>
<tr><td colspan="2">Barre d'éléments</td></tr>
<tr><td>Prévisualisation instantanée
Les Etats-Unis ont accentué leurs raids aériens au Yémen ces dernières semaines, à l'aide de drones et d'avions de combat, contre des militants présumés d'Al-Qaïda, rapporte le <u>New York Times.</u> [lien hypertexte]
Encart Publicitaire
En mai, les Américains avaient tenté d'abattre Anouar Al Aoulaki, chef d'AQPA.</td><td>Texte
Les Etats-Unis ont accentué leurs raids aériens au Yémen ces dernières semaines, à l'aide de drones et d'avions de combat, contre des militants présumés d'Al-Qaïda, rapporte le New York Times. En mai, les Américains avaient tenté d'abattre Anouar Al Aoulaki, chef d'AQPA.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Circuit copy : V.C.R. : Article</td></tr>
</table>

[9] Comme on l'a vu dans le Chapitre 8.

1.1.2. Une invention managériale

La théorisation économique de l'innovation fait de l'entrepreneur, ce « héros singulier » (Zalio, 2009, p. 574), son principal moteur (Schumpeter, 1990, p. 93). Il « réforme ou révolutionne la routine de production en exploitant une invention, ou plus généralement, une possibilité technique inédite » (*op. cit.*, p. 144). Les innovations sont alors envisagées comme le résultat de la mise en œuvre par l'entrepreneur de nouvelles combinaisons entre les différentes ressources de l'entreprise qui aboutissent à des réalisations concrètes. Dans cette perspective, l'innovation s'impose aux travailleurs. Cela ne permet pas d'envisager la place des salariés, à côté de celle des directeurs, dans l'innovation. Dans le cas du Monde Interactif, il a été difficile pour les enquêtés de reconstituer *a posteriori* le processus qui a conduit au changement et d'identifier la place qu'y tiennent les dirigeants (cf. encadré 45) et les travailleurs : « *Ce n'est pas très clair pourquoi on passe d'un logiciel à un autre. On est arrivé à un moment où c'était bien de changer* », explique un journaliste (entretien).

Encadré 45 - La direction au MIA

Bruno Patino arrive au Monde Interactif en 2003, qu'il dirige avec une informaticienne. Devenu membre du directoire du Groupe Le Monde à partir de 2007, il démissionne de ses fonctions en 2008 suite au rejet du budget qu'il présente au Conseil de surveillance du Groupe. Philippe Jannet, ancien journaliste, est alors nommé directeur général. Tout comme B. Patino lors de son mandat, il est assisté par un informaticien (J.-C. Potocki, depuis 2009). Les directions successives sont autonomes par rapport au directeur du journal papier. Avec l'arrivée de nouveaux actionnaires (P. Bergé, X. Niel et M. Pigasse) au Groupe Le Monde en novembre 2010, l'autonomie est menacée, puisqu'ils souhaitent le rapprochement des deux rédactions, comme en atteste la création d'une « news room », cellule mixte de journalistes chargés de la couverture de la campagne présidentielle.

En croisant les différents entretiens, plusieurs raisons expliquant la mise en place d'un nouveau logiciel d'édition émergent. Les argumentations reposent sur des éléments à la fois éditoriaux et techniques, les deux étant liés : « *Sur un site Internet, si on veut être innovant, c'est à la fois de la technologie qui doit avancer et puis aussi l'éditorial, le traitement de l'information. C'est vraiment un mix des deux* », explique un membre du développement produit (entretien). Depuis la constitution du site, la rédaction Web prend en charge un nombre croissant de fonctions. Suite aux restructurations postérieures à l'éclatement de la bulle Internet au début des années 2000, les affaires repartent en 2003-2004. En 2005, sous l'impulsion de la direction du MIA, le positionnement du site évolue. Les attributions de la rédaction Web s'élargissent au-delà de l'illustration des articles issus du journal papier. Les

journalistes du MIA produisent leur propre contenu, en continu. Dans le cas du SEPT, l'innovation ne repose pas sur l'appropriation d'une invention de produit mais sur la conceptualisation technique d'une idée lancée par la direction. Le passage en 2005 à une rédaction web qui produit des contenus indépendamment du journal papier oblige les travailleurs à modifier leur activité de travail. Cela fait apparaître le besoin d'un nouvel outil technologique qui les aide dans leur tâche. La direction est porteuse d'une « invention » au sens de N. Alter, qui doit être réappropriée par les acteurs pour devenir une « innovation » (2010, p. 89).

Ainsi, la direction n'impose pas directement un nouvel outil à ses travailleurs. Un système horizontal non déterministe de « traduction » (Akrich *et al*., 2006) des orientations de la direction est mis en place par les travailleurs et aboutit concrètement à la création du SEPT en 2005 et à sa refonte en 2008. Ce processus de traduction se fait en plusieurs étapes (non linéaires). Les dirigeants de l'entreprise occupent un rôle central dans la première étape puisque ce sont les orientations stratégiques de la direction qui créent les nouveaux besoins. Ils « incitent à l'innovation » : « *Globalement, on sait déjà sur quel projet on va devoir travailler. Et ça c'est des choix aussi de la direction* » (entretien, conceptrice du SEPT). Les journalistes occupent une place centrale dans le processus d'appropriation de l'invention organisationnelle portée par la direction. Cela leur permet d'influencer concrètement les modalités du changement.

1.2. Traduire au lieu d'appliquer des directives

La direction n'impose pas ses directives aux travailleurs. Ceux-ci s'en saisissent et se les approprient afin de les adapter à leurs procédures et à leurs routines. Dans ce processus, les journalistes conçoivent un outil qui respecte les spécificités de leur travail. Ils accompagnent le changement en y prenant part. Cela donne naissance à un outil original conçu et fabriqué en interne.

1.2.1. Les travailleurs du Monde Interactif : journalisme Web et informatique

Le processus d'innovation implique un « groupe d'innovateurs » dont les caractéristiques dépendent du type d'entreprise dans laquelle ils interviennent, de la nature et de l'objet de leurs compétences et de la manière dont circulent les connaissances (Alter, 1993, p. 185). Pour comprendre la place des travailleurs du MIA dans la restructuration de leur entreprise, il faut commencer par les présenter. Les quatre-vingt sept personnes qui travaillent

pour le Monde Interactif sont réparties entre plusieurs pôles : rédaction, informatique, développement produit[10], marketing, direction (cf. tableau 36[11]).

Tableau 36 – Répartition de l'effectif du Monde Interactif

Direction	2
Administration, finance, RH	3
Développement produit	5
Rédaction	31 (+ 17 CDD)
Informatique	8 (+ 17 extérieurs)
Marketing, communication	4

La rédaction représente un peu plus de 60 % des effectifs, ce qui est assez courant pour une entreprise productrice d'information. Les règles et la conception de l'autonomie sont censées être les mêmes que sur les autres supports. Le développement du journalisme Web interroge toutefois la reconfiguration des pratiques de ces professionnels spécifiques et de la constitution éventuelle d'une nouvelle forme de traitement de l'information. L'espace numérique offre de nouvelles possibilités (notamment la combinaison textes, images et sons). C'est ce que l'on constate dans l'étude préliminaire menée à Rue 89 et à Mediapart. Par exemple, les articles sont évolutifs et ne sont pas contraints par une limitation de la place : « *On a une espèce de liberté qui fait qu'on a un ton différent des médias traditionnels. Les gens s'amusent ici* », rapporte un journaliste de Rue 89 (entretien). Cependant, les façons de travailler sont similaires. Un journaliste de Mediapart explique ainsi : « *Je fais un journalisme le plus classique possible, c'est à dire j'appelle, je vérifie mes sources, je cherche des sujets* […] *Et donc moi je ne me vois pas comme un journaliste Web, qu'est ce que ça veut dire ? Moi je suis journaliste* » (entretien). Au-delà de l'activité professionnelle, la présentation de l'information est également proche de celle que l'on trouve dans la presse écrite. Si le traitement de l'information est par exemple présenté comme « *décalé* » par les journalistes de Rue 89 qui insistent sur un angle propre : *« dénicher des infos qui sont peu traitées par les autres et avoir une approche originale sur l'actu que tout le monde traite »*, l'activité rédactionnelle reste prise dans les logiques classiques. Pour caractériser les rubriques de son journal en ligne, un journaliste de Mediapart s'essaie ainsi à une comparaison avec les

[10] Le pôle « développement produit » était intégré au pôle « informatique » lors de la mise en place du SEPT 1. Il est devenu autonome par la suite. Pour un souci de lisibilité, on entendra par « pôle informatique » la fonction technique qu'il a aujourd'hui dont on exclut la dimension projet.

[11] Rapport sur la situation de l'entreprise pour l'exercice clos le 31/12/2009.

rubriques connues de la presse écrite : « *Le club*[12] *serait l'espace "vous" des journaux, l'espace "mode de vie"* […] *Après, par exemple les sociologues* […] *quand ils proposent une tribune en leur nom, c'est un peu les pages "débat" ou "rebond" des journaux* » (entretien). Les travaux concluant à une uniformisation de la présentation de l'information ont été largement critiqués. Par exemple, la tendance à produire des articles courts a été remise en cause par l'arrivée des *pure players* : « d'un site à l'autre, d'un journaliste à l'autre, les pratiques varient sensiblement et peuvent évoluer de manières assez contradictoires » (Charon J.-M., 2010, p. 265). L'organisation du travail est la même que sur les autres supports. Par exemple, la conférence de rédaction tient une place fondamentale pour démarrer la journée à Rue 89 : « *On a instauré cette conférence de rédaction à 9h30 comme ça tout le monde arrive à 9h30 et on sait les papiers qu'on aura avant midi. On s'est rendu compte qu'on ne met pas assez en ligne par rapport aux autres* » (entretien, journaliste à Rue 89). Ainsi, les journalistes Web ne constituent pas un sous-groupe professionnel singulier mais se réclament du journalisme classique.

Le second groupe important de travailleurs au MIA est celui des informaticiens. Si l'importance des effectifs de la rédaction n'est pas surprenante dans une entreprise de presse, l'effectif du service informatique peut au contraire étonner (vingt-cinq personnes). La plupart (dix-sept) ont des statuts indépendants mais travaillent à plein temps pour le MIA, signe de la volonté d'une offre informatique sur mesure gérée par une équipe d'experts.

1.2.2. L'innovation comme processus de traduction non linéaire

Les travailleurs, et notamment les journalistes, s'approprient les orientations de la direction pour proposer un nouvel outil. Le premier logiciel éditorial mis en place au Monde Interactif est le logiciel Vignette. Ce logiciel est bloquant pour la rédaction. Alors que les possibilités offertes par Internet se multiplient, Vignette n'évolue pas. Il est géré en externe et demeure très coûteux. Le décalage est croissant entre les techniques offertes par le logiciel et les techniques dont la rédaction veut disposer. Cela crée un besoin d'un nouvel outil. Pour répondre à l'évolution des pratiques, l'idée de développer un logiciel en interne qui soit propre au site et facile d'utilisation se diffuse. L'expression de ce nouveau besoin abouti au lancement du SEPT 1 en 2005.

> « C'était à la fois un changement technique parce que l'ancienne technologie faisait aussi que la base et le serveur étaient coûteux, [mais] c'est allé de pair avec un projet éditorial […] : plus

[12] Le « club » est un blog d'information dans lequel peuvent écrire des journalistes comme des non journalistes. Il se distingue du « journal ».

de multimédia, être en capacité d'être beaucoup plus productif […] et vraiment accélérer tous les processus. » (Entretien, membre de la direction.)

L'invention organisationnelle de la direction est traduite pour devenir une innovation acceptée par tous. Ce processus n'est pas une diffusion simple mais s'inscrit dans un « schéma tourbillonnaire » (Gaglio, 2011, p. 86) complexe. Suite à la première étape (invention de la direction), la deuxième étape consiste en une traduction par les travailleurs-utilisateurs[13] (rédaction, marketing, etc.) des besoins nécessaires pour produire dans le sens donné par la direction. Dans un troisième temps, les travailleurs du pôle développement compilent l'ensemble des besoins des services. Pour développer le logiciel, les développeurs doivent comprendre ce dont la rédaction a besoin : « *J'ai fait toute l'expression des besoins de la rédaction avant de me lancer dans la conception, à faire métier par métier : quel est votre métier ? De quoi vous avez besoin ? Comment aujourd'hui ça se traduit et comment idéalement ça se traduirait ?* » (Entretien, conceptrice du SEPT). Le rôle des développeurs est d'améliorer le logiciel afin qu'il réponde aux attentes de la rédaction, issus des orientations générales de la direction. Ils conceptualisent donc, à partir du répertoire des besoins, ce que pourrait être un nouvel outil technique :

« [Le pôle développement] est à l'écoute à la fois des problèmes techniques, des problèmes éditoriaux et des problèmes utilisateurs et donc pousse régulièrement des nouvelles problématiques, les nouveaux besoins et les met en projet. C'est eux qui sont plutôt à l'origine des changements. » (Entretien, membre de la direction.)

Enfin, dans une dernière étape, le pôle informatique traduit techniquement les idées des développeurs : « *Le pôle informatique fournit la spécification qui est consommée par la technique* », explique un informaticien. Les salariés participent donc à la mise en place d'une innovation à partir de l'impulsion de la direction : « *Très clairement, sur la conception du SEPT 1 et du SEPT 2, j'ai été entièrement libre* […] *Je l'ai conçu comme j'avais envie, pour que ça marche* », explique la créatrice du logiciel (entretien).

On peut illustrer ce processus par l'exemple de la création du « lock » dans le SEPT 2 (cf. figure 9). La direction souhaite que l'information soit traitée de manière instantanée puis qu'elle soit enrichie. Pour cela, une partie des rédacteurs est amenée à retravailler les articles de ceux qui ont traité l'information « à chaud », c'est-à-dire « dans des délais très courts, parfois quasi instantanés » (Charon J.-M., Le Floch, 2011, p. 36). Pour éviter les confusions et les blocages, il faut alors instaurer un système de verrouillage qui permette de modifier le

[13] Ici, les « utilisateurs » ne se confondent pas avec les acheteurs du logiciel puisqu'il n'est pas vendu à l'extérieur. Ce sont les travailleurs (les usagers) qui traduisent les orientations de la direction en besoins concrets.

contenu à un seul rédacteur à la fois. Les informaticiens ont élaboré ce système baptisé « lock ».

Figure 9 - Un exemple de traduction : le « lock » dans le SEPT 2

↕	Direction	L'actualité doit être traitée « à chaud »
	Rédaction	Pour enrichir les articles, besoin de pouvoir travailler sur l'article d'un autre rédacteur
	Développeur	Idée d'un système de verrouillage
	Informatique	Conception du système « lock » dans le SEPT

Ces étapes ne sont pas linéaires, il existe des rétroactions et des discussions. Par exemple, les informaticiens peuvent être techniquement limités et demander une modification du projet. En retour, cela peut modifier à la marge les usages de la rédaction, comme l'explique l'un des concepteurs du SEPT : « *Je n'ai pas le souvenir qu'on ait dit "ça, c'est impossible, on ne le fera jamais". On a plutôt essayé de trouver des solutions mais peut être pas pile celles qu'ils avaient décrites initialement* » (entretien). Cette innovation est donc le fruit d'un consensus et non pas une innovation « dogmatique », décrite par N. Alter comme « introduite et maintenue de force dans les pratiques sociales » (2010, p. 89). Elle est développée par les travailleurs pour répondre à une impulsion stratégique de la direction et est donc contingente (mais pas hasardeuse : Gaglio, 2011, p. 44).

1.2.3. Le processus d'extension : une deuxième version du SEPT

La technologie du SEPT 1 atteint rapidement ses limites et suscite des blocages. Par exemple, la généralisation de l'utilisation de la vidéo dans la presse en ligne a fait évoluer le cadre technique dans lequel le contenu est produit. Une étude menée par E. Dagiral et S. Parasie au printemps 2007 montre que l'intégration d'une vidéo dans le SEPT 1 posait des difficultés, obligeant le rédacteur à placer les contenus de natures différentes (vidéo et texte portant sur le même sujet) sur des pages web distinctes (2010b, p. 125). Une deuxième version du logiciel (SEPT 2) a été développée en 2008. L'évolution technologique répond à des évolutions éditoriales. La mise en place d'une deuxième version du SEPT lève les blocages. Le SEPT 2 rend possible une nouvelle gestion de la page d'accueil et une plus grande connectivité (ce qui améliore la productivité). Si le SEPT 1 est une nouvelle invention, le SEPT 2 correspond plutôt à un processus d'« extension » c'est-à-dire que « le dispositif est conservé dans sa forme et ses usages de départ mais qu'on lui adjoint un ou plusieurs éléments qui permettent d'enrichir la liste des fonctions » (Akrich *et al.*, 2006, p. 259),

comme la gestion de la « Une ». Il existe une « dépendance au sentier » qui fait que la deuxième version du SEPT élaborée en 2008 s'inscrit dans la continuité de ce qui existait précédemment. On retrouve des résultats similaires dans l'analyse que fait D. Guellec d'une innovation fondamentale pour la presse, à savoir l'imprimerie. L'auteur montre que le système de Gutenberg n'émerge pas indépendamment de ce qui existait précédemment. L'innovation consiste en fait à « combiner différent dispositifs [préexistants] et les adapter à l'usage particulier » de l'imprimerie (2004, p. 184).

Ainsi, les évolutions technologiques sont une réponse à l'évolution des pratiques éditoriales, et non pas seulement la réponse à une directive de l'employeur. La participation des salariés à l'innovation permet de sortir d'une vision « créationniste » dans laquelle celle-ci est attachée à un « père fondateur » (Callon, 1994). Loin de s'imposer aux travailleurs, elle est en partie conçue par eux. À côté de ce processus formel, l'« innovation ordinaire » passe par des ajustements informels.

1.3. Une adaptation au quotidien

L'innovation ne se réduit pas à l'innovation formelle liée au processus de traduction. Elle est aussi incrémentale. Le processus ne se réduit pas à un moment de génie, au « romantisme des aventures commerciales » menées par un « éclair d'intuition générale » (Schumpeter, 1990, p. 145) mais s'inscrit dans la durée, dans des routines, des contextes historiques et sociaux et des réglementations. N. Alter parle ainsi de l'« innovation ordinaire » qui constitue un « tumulte » qui n'est « ni rationnel, ni pacifique ». Les entreprises sont alors caractérisées par le « changement permanent » (2010, p. 2). Il pointe ainsi « la banalité de l'acte d'innovation » (*op. cit.*, p. 38). L'innovation au Monde Interactif ne se réduit pas aux deux moments de rupture que sont le remplacement de Vignette par le SEPT 1, puis de la première version du SEPT par la seconde. Il s'opère également un processus de changement incrémental, dans lequel les journalistes sont impliqués. Dans son enquête sur les nouveaux médias aux États-Unis, D. Stark (2009) montre que la particularité de ces entreprises est qu'elles sont en perpétuelle évolution. Mes observations confirment ses conclusions. L'importance d'un outil sur mesure qui puisse s'adapter aux besoins éditoriaux et aux évolutions techniques est maintes fois soulignée. Les enquêtés insistent sur la force des évolutions continues des logiciels : les « *petites évolutions* ». Dans les entretiens, les acceptions « *liberté* », « *autonomie* », « *souplesse* », « *sur mesure* » sont maintes fois répétées. Les travailleurs veulent définir leur outil de travail et donc qu'il soit produit en

interne pour pouvoir l'ajuster au quotidien : « *C'est un super luxe de pouvoir demander une modification faite main sur l'outil qu'on utilise. Si j'écris à Microsoft pour demander une modification dans Word, je ne suis pas sûr que cela fonctionne !* » (Entretien, membre de la rédaction.)

Les travailleurs font alors évoluer le logiciel, dans le sens de leurs besoins, en continu. En court-circuitant les étapes formelles de la traduction, les besoins de la rédaction sont satisfaits plus rapidement (innovation informelle). Le pôle informatique se scinde en trois parties : le pôle projet (en lien avec le développement pour les « grosses évolutions »), le pôle production (qui s'occupe des « petites évolutions » (au quotidien) et le pôle exploitation (maintenance). Cela permet un traitement rapide des demandes de petits changements, suivant ce processus : « *Le rédacteur* lambda *envoie un mail à l'adresse générale de l'informatique disant j'ai remarqué qu'il y a un bug à tel endroit, telle chose fonctionne un peu bizarrement, ça serait plus pratique si on faisait ça, et l'informatique dit ″ok je l'ajoute dans la liste des tâches″* » (entretien, membre de la rédaction). Dans ces cas, on assiste à un processus « d'adaptation » c'est-à-dire à l'introduction de « modifications dans le dispositif qui permettent de l'ajuster aux caractéristiques de l'utilisateur ou de son environnement, sans toucher à sa fonction première » (Akrich *et al.*, 2006, p. 258). Par exemple, les correcteurs qui sont plus âgés et passent plus de temps à lire sur l'écran, ont demandé la possibilité d'augmenter la taille des caractères dans l'outil : « *On leur demande d'améliorer des choses* […] *Nous on travaille avec une grosseur plus importante. On peut grossir le corps dans le système éditorial* » (entretien, correctrice).

L'outil créé *in fine* par l'informatique aurait pu être différent puisqu'il est tributaire des interprétations à différents niveaux et de contraintes techniques. L'innovation que constitue le SEPT est une réponse (parmi une multiplicité de possibilités de réponses) à des orientations stratégiques impulsées par la direction, qui impliquent des traductions successives des travailleurs.

Les travailleurs, et notamment les salariés, se mobilisent pour accompagner l'innovation, dans un processus complexe, séquentiel et de long terme. Le SEPT est une innovation à la fois de procédé (nouveau logiciel) et organisationnelle (nouvelle façon de produire de l'information) qui est conçue directement par les salariés à partir des orientations de la direction. Dans cette mobilisation, les journalistes gagnent en autonomie avec un logiciel

qui ne les contraint pas et qui est directement adapté à leurs besoins. Il s'agit d'interroger la place spécifique qu'ils tiennent dans les groupes de travail où est produite l'innovation.

Section 2. Une mobilisation collective de tous les salariés

L'innovation technologique a des effets sur l'organisation des emplois et du travail. Elle est donc l'occasion de mobilisations des travailleurs qui tentent de contrôler le contenu et les effets des mutations. La consultation formelle des salariés, par l'intermédiaire de leurs institutions représentatives n'est paradoxalement pas envisagée. Les salariés sont invités à s'exprimer dans des groupes *ad hoc*, directement chargés par la direction de créer un outil satisfaisant ses orientations. Dans ces groupes, les journalistes sont invités à exprimer directement leurs attentes et ainsi à peser sur le cours de la restructuration. En participant activement, aux côtés des autres catégories professionnelles, c'est aussi l'occasion pour eux d'envisager leur activité au sein d'une collectivité plutôt que dans ses spécificités.

2.1. Un effacement paradoxal des institutions représentatives du personnel

Les travailleurs se réunissent dans des instances collectives qui défendent leurs intérêts. Au MIA, plusieurs de ces structures (institutions représentatives du personnel et sociétés de personnels) sont actives. Elles ne sont pas consultées sur l'introduction de cette nouvelle technologie malgré ses effets sur les conditions de travail et sur l'emploi.

2.1.1. La multiplicité des représentations du personnel au MIA

Plusieurs instances représentant le personnel cohabitent au Monde Interactif. Tout d'abord, l'effectif salarial dépassant la barre des cinquante salariés depuis 2006[14], l'entreprise dispose d'un comité d'entreprise et d'un comité d'hygiène, sécurité et conditions de travail (CHSCT) élus pour deux ans. En 2011 (au moment de l'enquête), le comité d'entreprise est composé de huit élus dans un collège unique : six élus sur une liste non syndicale (deux titulaires et quatre suppléants) et deux élus sur une liste syndicale (deux titulaires CFDT). Ces deux listes ne se présentent pas en concurrence : « *Chez nous, les clivages ne sont pas très forts* […] *En pratique, il n'y a pas beaucoup de distinctions qui sont faites* [entre syndiqués et non syndiqués] », explique le secrétaire général du comité d'entreprise, lui-même non syndiqué. Parmi les huit membres, quatre sont journalistes, un correcteur, un informaticien, un

[14] Les personnels informatiques ne sont pas comptés dans l'effectif car ils sont indépendants.

commercial et un développeur. Parallèlement au comité d'entreprise, une section syndicale d'entreprise CFDT s'est reconstituée en 2010, afin qu'un délégué syndical soit nommé pour engager des négociations avec l'employeur : « *L'idée c'était d'avoir un interlocuteur plus identifié* […] *dans une période particulièrement troublée dans laquelle il se passe beaucoup de choses* [notamment le rachat du Groupe Le Monde] » (entretien, délégué syndical du MIA). Cette section syndicale ne suit pas une vocation syndicale mais plutôt des nécessités pragmatiques : « *Ce n'était pas tant pour la CFDT elle-même, d'ailleurs, je dis rarement que je suis délégué syndical CFDT, je dis que je suis délégué syndical tout court !* », explique son responsable (entretien).

Par ailleurs, il existe deux sociétés de salariés au Monde Interactif. La Société des rédacteurs du Monde Interactif (SRMIA) a été créée en 2004 suite à la cession d'une part du Groupe Le Monde par le directeur à la rédaction du MIA. Les journalistes Web accèdent ainsi à la propriété comme ceux du quotidien[15] : « *La Société des rédacteurs du* Monde *était actionnaire majoritaire, et nous, à l'époque, on avait une seule action, mais c'était censé pouvoir ouvrir la voie à quelque chose de plus large* » (entretien, journaliste MIA). Une société de personnels (c'est-à-dire toutes les catégories) est créée par la suite afin de donner la parole à l'ensemble des travailleurs, au moment de l'éventualité d'un déménagement de la rédaction du Monde Interactif dans les locaux du *Monde* papier. Les deux sociétés de salariés travaillent conjointement : « *On marche vraiment main dans la main avec la Société des personnels. On a vraiment le sentiment qu'on est sur le même combat, et quand ça s'y prête, autant faire des actions conjointes* », explique la présidente de la société des journalistes. Au final, les quatre instances (comité d'entreprise, syndicat et sociétés de salariés) travaillent collectivement, comme au quotidien et ne s'inscrivent pas dans des logiques de concurrence comme on a pu en voir à l'Agence France-Presse[16]. Les représentants des différentes instances collaborent. Les salariés du Monde Interactif se rassemblent donc dans un ensemble de structures bien instituées.

2.1.2. Un effacement paradoxal des instances représentatives du personnel

L'introduction de nouvelles technologiques doit faire l'objet d'une information et d'une consultation des élus du personnel. La mise en place du SEPT 1 et du SEPT 2 aurait dû passer par une procédure d'information et de consultation devant le CHSCT du Monde Interactif

[15] La société des rédacteurs du Monde était le premier actionnaire du quotidien puis du Groupe entre 1951 et 2010 : voir Chapitres 5 et 8.
[16] Voir Chapitre 7 pour l'AFP et 8 pour Le Monde.

puisque le logiciel modifie les conditions de production. Ces innovations auraient également pu bénéficier d'une procédure d'information consultation en comité d'entreprise puisqu'elles modifient l'organisation du travail. Pourtant, si le projet (orientations stratégiques) est présenté en comité d'entreprise, sa mise en œuvre (le logiciel) n'y est pas débattue et ne fait pas l'objet d'une information en CHSCT. Par exemple, le passage à deux desks en 2008 a été discuté en comité d'entreprise puisqu'il modifie notamment les horaires, mais les dimensions techniques liées à cette transformation n'ont pas été abordées. Selon J.-Louis Renoux (2011) qui étudie le recours aux procédures d'information consultation nouvelles technologies, elles sont peu utilisées dans les médias avant les années 2000. Elles se développent depuis qu'il est apparu que ces technologies visent à la réduction des emplois (*op. cit.*, p. 269). Par exemple, l'introduction d'un logiciel équivalent au SEPT dans les rédactions du groupe Hachette Filipacchi Media (HFA) en 2007 a fait l'objet d'une consultation nouvelle technologie qui permet aux salariés de suspendre la procédure et de donner leur avis (*op. cit.*, p. 274). Dans ces consultations, l'enjeu est d'évaluer les conséquences de la nouvelle technologie sur l'emploi. Cependant les questions techniques y sont rarement abordées. L'auteur inscrit ce constat dans un ensemble de travaux qui montrent que « le système de relations professionnelles ne traite pas directement des technologies mais seulement de leurs conséquences » (*op. cit.*, p. 285). Le cas du MIA corrobore ces conclusions : les discussions ne portent pas sur les alternatives techniques possibles mais seulement sur les conséquences sur l'organisation de l'entreprise. Les personnels sont en fait directement sollicités sur les questions techniques, sans passer par leurs structures classiques de représentation collective.

2.2. Groupes *ad hoc* et culture projet

L'absence d'une consultation formelle des salariés ne signifie pas qu'ils ne participent pas au processus de réflexion sur l'outil éditorial. Les salariés n'ont pas demandé à ce que ces questions soient négociées de manière formelle. Plusieurs instances représentatives du personnel fonctionnent pourtant au MIA et sont actives au moment de cette enquête, autour de revendications liées aux pigistes. Dans le cas de l'innovation technique, la direction consulte directement les salariés par l'intermédiaire de groupes de travail *ad hoc*. Les institutions représentatives du personnel s'effacent au profit de ces groupes. L'ensemble des personnels collabore dans ces nouvelles structures.

2.2.1. De nouveaux acteurs collectifs dans l'innovation

Les travailleurs du MIA se réunissent dans des « groupes » de réflexion qui mêlent des salariés de l'ensemble des services. Les réflexions collectives au MIA se déploient dans un ensemble de comités et notamment les « *pasukans* »[17] (cf. tableau 37). On retrouve une organisation similaire lors de l'introduction d'une nouvelle technologie à Canal Plus. L'accord « talents + » conclu en 2008 stipule que la réflexion autour des changements technologiques se fait en dehors des institutions représentatives du personnel, dans des « observatoires » et « ateliers » mis en place à l'initiative de celles-ci (Renoux, 2011, p. 295). Il y a au MIA une réelle expertise qui se développe dans chacun des services, qui proposent des améliorations. Les projets s'inscrivent donc dans des réflexions collaboratives au sein de différents groupes.

Tableau 37 - Mode d'organisation actuel des groupes de réflexion au Monde Interactif

Comité de pilotage	Instance officielle où une personne de chaque service est représentée. C'est le lieu de débat et de décision autour des gros projets.
Comité opérationnel	L'état d'avancement de chaque projet est présenté à l'ensemble des groupes.
Réunion collective	Un groupe présente à la direction l'avancement de son projet.
Pasukan	Le groupe de travail est constitué d'un représentant de l'informatique, d'un du développement et des services concernés par le projet.

Ainsi, les travailleurs, y compris les journalistes, se regroupent en dehors des instances collectives de représentation, dans une « logique de projet ». Dans cette logique, des groupes « transverses, temporaires et peu nombreux, qui mettent tout le monde à égalité » sont constitués (Segrestin, 2004, p. 234). C'est la logique adoptée au MIA : « *Il y a une culture projet qui fait que plusieurs fois par semaine, les gens travaillent autour de l'évolution des choses et ça, ce n'est pas un processus technique, fonctionnel ou journalistique, c'est un processus collectif* » (entretien, membre de la direction). Les relations souples entre travailleurs et direction au sein du MIA facilitent ce mode de gestion managériale. L'autonomie des travailleurs sur le Web a été mise au jour dans de nombreux travaux : « Quel que soit le mode d'organisation, la taille de la rédaction est modeste et l'encadrement limité à peu de niveaux » conclut J.-M. Charon de sa recension de travaux sur la presse en ligne

[17] Qui signifie « troupes » en malais selon un enquêté.

(2010, p. 269). Les relations entre la direction et les travailleurs dans ces entreprises peuvent ainsi être caractérisées par un concept forgé par D. Stark (2009) : l'« organisation hétérarchique » qui est une forme d'organisation flexible. Dans son enquête sur les nouveaux médias aux États-Unis, il montre que la faiblesse des liens hiérarchiques est une position structurale qui favorise l'innovation, toujours dans une logique de projet « *A project was not a permanent construct but a temporary ensemble whose players had been working on other projects before and would move to other projects after its conclusion* » (*op. cit.,* p. 95). Les travailleurs s'impliquent dans les transformations de leur entreprise et de leur outil de travail. Loin de la conception schumpetérienne dans laquelle « l'entrepreneur imagine toutes les décisions possibles et compatibles qu'il peut prendre » (Zalio, 2009, p. 599), les journalistes sont au cœur du processus de réflexion collective. Les processus de traduction à la fois formels et informels mis en place au MIA rappellent les « entreprises apprenantes ». Dans ces entreprises, les salariés « rencontrent fréquemment des situations d'apprentissage et de résolution de problèmes imprévus ». Elles sont fondées sur « le principe d'équipes autonomes qui s'auto-organisent pour réaliser les objectifs établis par la hiérarchie » (Lorenz, Valeyre, 2005, p. 2).

La consultation des salariés par l'intermédiaire de groupes de travail s'inscrit dans une logique de projet que l'on retrouve dans d'autres entreprises (Zimmerman, 2011). Pour favoriser « l'amélioration en continue », des délégations et des groupes d'amélioration continue ou de résolution des problèmes sont créés dans un processus de « management participatif » (*op. cit*, p. 144). Ils ne portent pas sur les décisions stratégiques mais sur leur mise en œuvre : « [Le management participatif] est circonscrit à l'amélioration continue et la mise en œuvre des décisions prises par la direction, il n'empiète en aucun cas sur le pouvoir décisionnel de cette dernière ». Cela permet de contrecarrer les éventuelles oppositions : « *En travaillant en étroite collaboration, les gens comprennent vite ce qui n'est pas possible !* », explique un membre de la direction du MIA (entretien). Cela crée le « consentement » nécessaire à la bonne marche de l'entreprise (Burawoy, 1985). Pour A. Bevort (2013), cette « approche managériale » renvoie aux conclusions de l'École des relations humaines qui prend en compte les dimensions psychologiques et la demande de reconnaissance des travailleurs. Bien que les dimensions méthodologiques de ces études aient été questionnées, l'idée de promouvoir l'écoute des salariés par la constitution de groupes de travail s'est largement répandue. Les journalistes se mobilisent donc, aux côtés des autres catégories de salariés, pour accompagner les décisions managériales.

2.2.2. Les limites du droit du travail dans les petites entreprises

Cette forme d'organisation est critiquée. La liberté inhérente au management participatif est en effet doublement limitée. D'une part, elle ne porte que sur les objets définis par la direction ; d'autre part, la participation aux instances est rendue quasi obligatoire. G. Rot (2000) rend compte du double mouvement, à la fois libérateur et contraignant, que porte de mode d'organisation. Cela crée de nouveaux espaces institutionnalisés qui « offrent des moments d'expression » et en même temps « rend moins légitime la critique [des travailleurs] à l'encontre d'une rationalisation à laquelle ils ont pu participer » (*op. cit.*, p. 19). Pour à la fois enrichir, mais aussi déplacer le débat, on propose d'interroger ce que le management participatif fait aux relations professionnelles et à la participation des salariés dans l'entreprise. Les groupes qui sont mis en place au MIA remettent en cause les formes instituées de discussion entre employeurs et salariés. Ainsi, ces groupes délibératifs directs viennent suppléer à la négociation collective conduite par les instances représentatives du personnel mandatées. Cela illustre, selon B. Zimmerman (2011, pp. 149-150), le passage de « la citoyenneté dans l'entreprise » liée aux droits du travail à la « citoyenneté de l'entreprise » qui l'envisage comme un large espace de coordination et « dissout ce qui pouvait rester des solidarités de classe ou de métier ».

Au Monde Interactif, les journalistes participent donc à la délibération autour de la restructuration à côté des autres salariés. Tout en cherchant des marges d'autonomie propres (outil sur mesure), ils acceptent de s'intégrer dans un collectif de travail qu'ils ne dominent pas. Ce processus est rendu possible par la taille réduite de l'entreprise (Regnault, 2011) dans laquelle la conflictualité est faible[18] et où les interconnaissances favorisent la collaboration. La section syndicale du MIA s'efface devant ces groupes de travail. Le cadre de travail communautaire marginalise les instances de représentation et les procédures de négociation classiques. Ces groupes de réflexion se substituent aux instances de concertation classiques du personnel. Cette organisation autour de projets et « hétérarchiques » empêchent la formulation des contestations. On retrouve des résultats similaires dans les enquêtes menées dans d'autres titres de presse en ligne. Par exemple, à Rue 89, les journalistes n'ont pas été payés pendant leurs premiers mois d'exercice, tandis que s'instaure par la suite un consensus sur le gel des

[18] Statistiquement, plus le nombre de salariés est faible, moins la dimension conflictuelle est importante dans l'entreprise. L'exploitation de l'enquête REPONSE (2002-2004) montre que la conflictualité augmente moins vite dans les petites et moyennes entreprises que dans les grandes (Beroud *et al.*, 2008, p. 40). Par ailleurs, l'enquête montre que les antagonismes augmentent avec la présence d'un syndicat dans l'entreprise (*op. cit.*, p. 43).

salaires. Les acteurs critiquent ce mode de fonctionnement et soulignent son caractère pervers : « *On est assez libres. Mais on est plus libre de dire oui que de dire non !* », explique par exemple un jeune journaliste de Mediapart. La mise à disposition des acteurs d'une certaine autonomie n'implique pas nécessairement qu'ils s'en saisissent : « *j'ai plein d'autonomie à prendre* » constate le même journaliste (entretien).

Ainsi, les conditions organisationnelles spécifiques à cette entreprise permettent d'intégrer les travailleurs au cœur du processus de décision et ainsi de favoriser leur consentement. Dans les groupes de réflexion, les journalistes ne disposent pas d'une place à part. Le découpage n'est pas fait selon les catégories professionnelles. Alors que le groupe professionnel des journalistes s'est constitué en mettant à distance les questions techniques de la production de l'information, ils se les approprient ici. On assiste alors à un brouillage des frontières entre journalisme et technique qui recompose les espaces de travail et d'autonomie.

Section 3. Des frontières professionnelles en évolution

Dans la restructuration technologique de leur entreprise, les journalistes du MIA travaillent conjointement aux autres catégories. Cela met à l'épreuve le collectif de travail en interrogeant les frontières professionnelles entre les différents groupes. C'est l'ensemble des travailleurs, et pas seulement les journalistes, qui se constituent conjointement des marges d'autonomie en décidant de la forme que doit prendre leur outil de travail. La mise en place de cette innovation spécifique modifie le travail quotidien et remet en cause les lignes de fracture entre les différents types de journalisme et entre les différentes catégories.

3.1. Les frontières professionnelles en jeu

Les groupes de travail réunissent des travailleurs de toutes les catégories professionnelles. L'innovation est rendue possible par leur collaboration et atteste d'imbrications entre les différentes logiques (journalistique et technique).

3.1.1. Un monde du travail commun

Les groupes de travail fonctionnent car leurs membres font partie du même collectif de travail entendu comme « un collectif mobilisé sur un objectif bien défini, échangeant des informations et des connaissances en vue de la réalisation d'un projet commun » (Boisard,

2011). L'une des conditions de l'innovation est l'existence d'un collectif qui partage une identité commune. G. Minguet et F. Osty (2010) soulignent ainsi qu'un collectif soudé est capable de répondre aux situations problématiques liées à l'incertitude radicale. Le collectif de travail du MIA se fonde sur une identité collective, qui permet le partage et la circulation de la connaissance nécessaire à la réalisation d'une innovation. Les membres du groupe présentent les mêmes caractéristiques sociales. Mis à part les trois correcteurs (anciens ouvriers du Livre), le salarié type du MIA est : « *trentenaire,* […] *parisien ou de région parisienne, Bac+5 (avec quelques exceptions*) » décrit un élu du comité d'entreprise (entretien). Ils partagent une même « culture d'entreprise » : « *Globalement, on est une boîte qui est assez jeune, on a grandi un peu ensemble professionnellement, donc on a des repères qui sont assez communs* » (entretien, journaliste). Les salariés du MIA sont attachés au projet de leur entreprise. On retrouve l'importance de ce projet partagé dans les deux autres rédactions Web étudiées. Par exemple, à Rue 89, apparaît dès le départ un investissement à la fois moral et symbolique fort de la part de toute l'équipe dans le projet : « *On est tous dans le même bateau, on est tous impliqué et il y a un côté c'est l'aventure, c'est l'intérêt général qui prime sur l'intérêt particulier* » (entretien, journaliste de Rue 89).

La structuration des organisations de salariés souligne une proximité entre l'ensemble des catégories de personnels qui dépasse les identités liées au métier. Par exemple, lors de la création de la section syndicale CFDT, l'importance n'a pas été donnée au choix de l'étiquette syndicale mais au fait que le syndicat puisse représenter l'ensemble des catégories de salariés : « *Le choix de la CFDT s'est fait un peu par défaut* […. La] *raison principale est que c'est le seul* [syndicat] *qui permettait de mettre dans un même syndicat tous les salariés (journalistes, informaticiens, marketing etc.)* » (Entretien, délégué syndical). Cette évolution interroge l'avenir du syndicalisme journaliste qui pourrait être à terme remplacé par un syndicalisme réunissant toutes les catégories de la presse. L'alliance entre les catégories se retrouve dans la création, en parallèle d'une société des rédacteurs, d'une société des personnels du MIA, qui a également vocation à représenter l'ensemble des catégories : « *Nous, on a quand même davantage l'impression de faire partie de la même entité, et du coup, on ne va pas forcément se distinguer en tant que rédacteur* », explique une journaliste (entretien). Ces nouvelles formes de professionnalisation « non plus tant contrôlées par les groupes professionnels eux-mêmes, mais reposant davantage sur une identification à l'entreprise » ont été mises à jour dans d'autres secteurs. Elles s'expliquent notamment par « une exigence de transversalité de l'activité » (Demazière *et al.*, 2012, p. 276). Les

travailleurs du MIA constituent un collectif de travail uni au-delà des différences de métier et peuvent innover ensemble.

3.1.2. Le déplacement des frontières professionnelles

Cette union n'empêche pas l'existence d'identités professionnelles différentes selon les catégories, qui sont mises à l'épreuve par l'innovation. Les processus d'informatisation posent la question des changements de la répartition d'emploi entre les différentes professions (Gollac, 2003, p. 185). La question des frontières professionnelles liées à l'informatisation des rédactions n'est pas nouvelle. Par exemple, dès le début des années 1990, un ancien président de la Fédération des sociétés de journalistes explique : « Le progrès s'accompagnant d'une banalisation des outils, les rôles sont en cours de redéfinition, ce qui pourrait mener, à terme, à une confusion des rôles entre journalistes et techniciens » (Schwarz, 1991, p. 224). À partir d'observations au sein de la rédaction d'*Ouest France*, A.-F. de Saint Laurent (2000) a par exemple étudié l'évolution des métiers liée aux réorganisations menées à l'occasion de l'informatisation. Elle montre que « l'introduction de nouveaux outils informatiques tend à dissoudre les frontières » (*op. cit.*, p. 56). Les résistances des salariés à ces tentatives de brouillage des frontières suscitent une question lancinante : « Qui fait quoi ? ». L'innovation est en fait l'occasion de redéfinir la spécificité de chacun des métiers. À *Ouest France*, les journalistes mettent à distance les éléments liés à la technique de l'information : « Non seulement, ils refusent d'acquérir des savoir-faire liés à l'usage de l'informatique, mais ils revendiquent leur incompétence dans ce domaine » (*op. cit.*, p. 59). Ainsi, l'informatisation puis la numérisation de l'information n'ont pas conduit de manière automatique à une remise en cause des professionnalités dans la mesure où les professionnels résistent aux conséquences éventuelles du changement. La transformation des professions n'est pas « passive » mais « active » (Gollac, *op. cit.*, p. 194).

Ce débat sur le déplacement des frontières professionnelles entre technique et journalisme repose sur une hypothèse normative implicite, qui considère que la technique ne doit pas faire partie du travail du journaliste. Le développement de la presse numérique est venu renouveler le débat en soulignant la possibilité d'un consentement des journalistes à la prise en charge de ces fonctions techniques. Il s'agit alors d'interroger les frontières entre les professions dans les deux sens : comment les journalistes « se saisissent » de la technique et comment les informaticiens viennent au journalisme (Dagiral, Parasie, 2011) ?

3.1.3. Quand l'informatique envahit la rédaction

Dans une entreprise Web, le service informatique est au cœur de l'entreprise. Traditionnellement, la direction d'une publication d'information revient aux journalistes (ou à un gestionnaire). Au MIA, une partie de la direction est assurée par des informaticiens. Le directeur général adjoint en poste au moment de l'enquête est l'ancien directeur du service informatique. Il explique : « *Le service informatique du MIA n'est pas une entité à part. C'est quelque chose qui est fondamentalement dans le cœur de l'entreprise* » (entretien). Les équipes techniques sont importantes dans cette entreprise : vingt-cinq personnes travaillent au service informatique du MIA soit près de 30 % des effectifs en temps plein. *« On se définit souvent aussi pas seulement comme une boîte qui fait du journalisme, mais aussi comme une boîte technologique, puisqu'on produit la plupart de nos applicatifs »* (*ibid.*). De même, à Mediapart, la direction a développé une importante équipe technique avec des prestataires à la fois internes (trois personnes en 2010) et externes.

Les personnels techniques doivent comprendre les attentes des journalistes pour les traduire en réalisations techniques : « *Le service informatique est capable de juger quelles sont nos priorités éditoriales* », explique un membre de la rédaction du MIA (entretien). On retrouve cette proximité entre les pôles rédaction et technique à Rue 89. Traditionnellement, le pôle édition a un rôle de relecture formelle (orthographe, mise en page, titre) et non du contenu de l'article. Or à Rue 89, le pôle technique a un rôle plus important qui déborde sur celui de la rédaction en chef. Les éditeurs interviennent sur le contenu même de l'article.

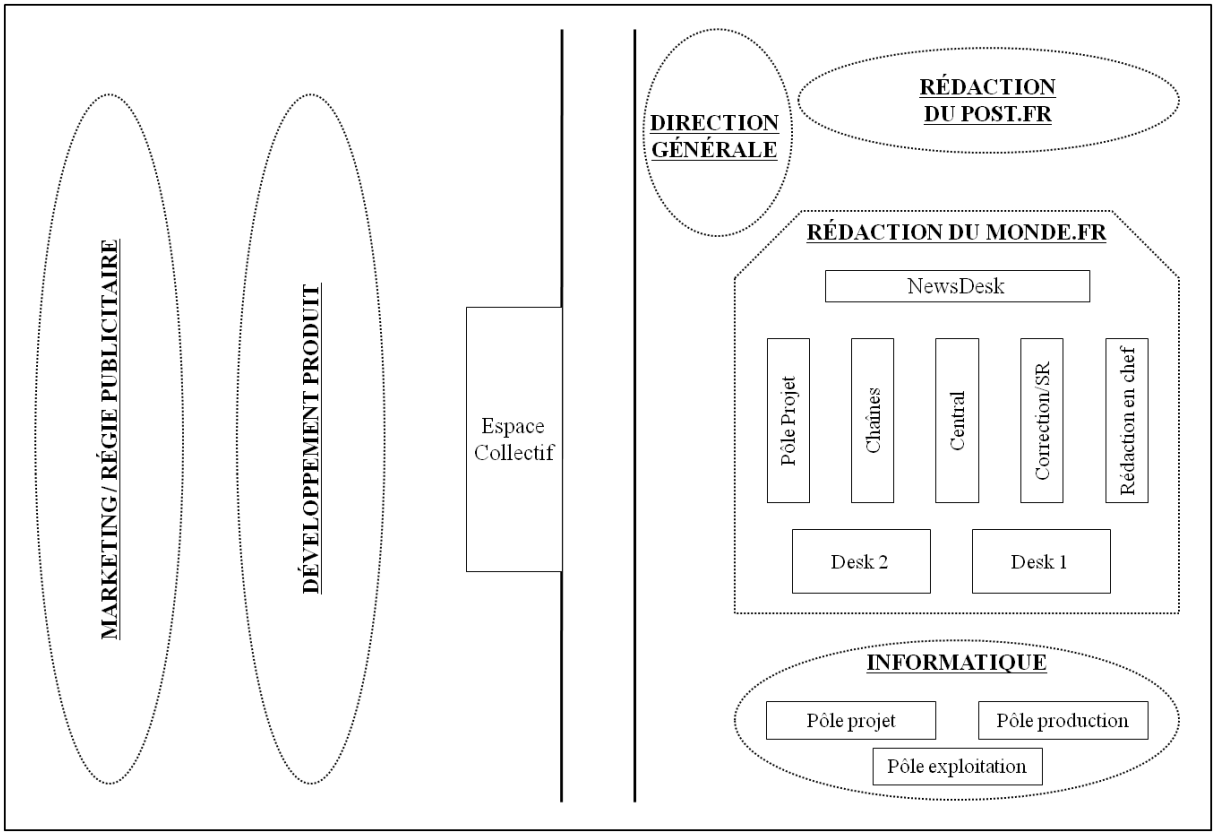
3.1.4. Quand la rédaction se saisit de la technique

En retour, les rédacteurs doivent avoir des notions d'informatique pour mesurer la faisabilité de leurs demandes. Aucune formation n'est obligatoire pour exercer le journalisme (accès libre à la profession). Sur Internet, certaines compétences sont cependant attendues : « *Les critères d'embauche sont que ce soit un bon journaliste (aller chercher l'information, la vérifier, l'écrire), qu'il soit connecté (dans les réseaux) et qu'il adopte les nouvelles pratiques journalistiques (diffusion de l'info sur Twitter). On a beaucoup de mal à en trouver* », explique une rédactrice en chef (entretien). L'affinité avec l'univers du Web est donc importante. Par ailleurs, les connaissances en informatique sont un outil stratégique dans la négociation avec le service informatique : « *On ne peut pas faire ce métier, à mon niveau, si on ne comprend pas comment est faite la machine derrière* […] *Savoir ce qui est faisable, ou pas, comment on va le faire »*, explique une rédactrice en chef.

L'élargissement des compétences des journalistes est lié à une « injonction à la polyvalence » du au fait que les journalistes Web doivent combiner différents formats (texte, photo et vidéo) (Dagiral, Parasie, 2010b, p. 119). Les journalistes investissent donc la technique pour développer leur activité rédactionnelle et la rendre autonome des contraintes matérielles.

Cela remet en cause le clivage classique entre les journalistes et les non journalistes. Les salariés du MIA font souvent référence au modèle du *Monde,* dont ils sont issus, pour insister sur ce qu'ils ont de spécifique à savoir la double compétence technique et éditoriale : « *Il y a peut être moins ce sentiment de césure entre journalistes et non journalistes* [qu'au journal papier] » (entretien, membre de la rédaction). L'autonomie des journalistes n'est plus centrale. Cette porosité des frontières entre technique et journalisme permet une meilleure compréhension mutuelle qui favorise la réussite de l'innovation. En effet, un processus de traduction réussi suppose que l'ensemble des acteurs adopte le même langage (Callon, 1986) : « *On peut parler le même langage* […] *Quand vous allez au journal* Le Monde*, le journaliste de base, il ne sait pas comment marche une imprimerie Offset. Ici, ce n'est pas du tout le cas, les gens comprennent ce que c'est le PHP, le JavaScript* » (entretien, journaliste du MIA). L'organisation de l'espace à la fois stimule et traduit les interrelations entre journalisme et technique puisque les services sont au même endroit (contrairement à la rédaction et à l'imprimerie du quotidien qui ne sont pas sur le même site). Même si être présent sur le même site n'est pas une condition nécessaire à la constitution d'un « collectif de travail », la proximité géographique facilite son essor (Boussard-Verechia *et al.*, 2008). L'équipe du MIA a organisé son espace de manière à ce que les problèmes et les idées circulent facilement entre les différents services (cf. figure 10). Les salariés tiennent à cette organisation qui permet les ajustements informels : « *C'est une des choses à laquelle on est très attaché, c'est que la rédaction et l'informatique sont à côté, donc s'il y a un problème, il suffit de faire dix mètres et d'aller leur dire ce qui nous ne convient pas et ils peuvent changer* » (entretien, membre de la direction).

Figure 10 - Organisation de l'espace de travail du Monde Interactif



Cette hybridation est poussée à l'extrême dans les cas décrits par E. Dagiral et S. Parasie (2011). Ils étudient le journalisme de données (*data journalism*) dans des rédactions américaines (*New York Times* et *Chicago Tribune*), britanniques (*The Guardian*) et françaises (Owni). Ces journalistes ont une compétence à la fois journalistique et technique : « Ils insistent sur leurs appartenances simultanées à deux mondes professionnels : au monde du journalisme, mais aussi à celui des hackers », expliquent les auteurs (*op. cit.*, p. 145). Ils montrent comment se rapprochent ces deux mondes professionnels par l'intermédiaire de médiateurs (écoles, fondations privés, conférences de programmeurs) ce qui mène à l'intégration dès 2009 de programmateurs dans la rédaction du *Chicago Tribune*. Malgré cette relative hybridation, les deux mondes professionnels restent distincts et ne sont pas arrivés au modèle extrême des « journalistes hackers ». Cette hybridation entre les missions éditoriales et techniques se renforce dans l'innovation au Monde Interactif.

3.2. Une hybridation favorisée par la restructuration

L'innovation technologique transforme le travail des journalistes, et ainsi, l'identité et les contours de son groupe professionnel. Les différentes fonctions journalistiques sont

intégrées, les différents métiers mêlés et la place de la technique accentuée. La conception de l'autonomie professionnelle se renouvelle alors.

3.2.1. L'intégration de l'ensemble des métiers journalistiques

Le SEPT est un logiciel qui permet d'intégrer la production du contenu dans un logiciel unique. Avec sa mise en place, est défini un *circuit copy* c'est-à-dire une série d'étapes que chaque article doit suivre, qui commence à la rédaction du papier par un rédacteur et finit par sa publication sur le site. La rédaction a été divisée en deux pôles en 2008 : le premier *desk* traite l'actualité chaude et le second *desk* enrichit cette actualité. Les *desks* étant pris dans des contraintes temporelles différentes, le *circuit copy* (étapes de relecture) est plus court pour les articles issus du premier *desk* (cf. encadré 46).

Encadré 46 - Le circuit copy au Monde Interactif

Desk 1 : rédacteur → correcteur **R** → publication

Desk 2 : rédacteur → chef d'édition **V** → secrétaire de rédaction **C** → correcteur **R** → publication.[19]

L'outil matérialise la pluralité des fonctions au sein de la rédaction. Suite à la rédaction d'un article par le journaliste rédacteur, le chef d'édition est le premier filtre avant la publication : « *Il joue le rôle de validation et de relecture sur l'angle, sur la ligne* […] *vérifie que l'article est bien conforme à la commande qui a été passée »*. Ensuite, le secrétaire de rédaction fait une première série de corrections sur le texte au niveau du fond : « *Il a une première vision du texte* […] *va plutôt se focaliser sur le contenu, sur les incohérences de fond* […] *va avoir son mot à dire sur une titraille* [tous les éléments du titre] *qui ne lui plaît pas, sur un chapeau qui ne lui plaît pas* ». Enfin, le correcteur relit l'article sur la forme : « *Ce n'est pas seulement sur les coquilles, l'orthographe et la grammaire, il y a la syntaxe* […] *les erreurs de dates, la cohérence des faits* […] *les répétitions, les doublons* » (extraits d'entretiens avec des journalistes du MIA). Dans le cas d'un *circuit copy* raccourci, lorsque l'information doit être publiée rapidement, les étapes de validation du chef d'édition et du secrétaire de rédaction sautent. L'article est seulement relu par un correcteur. Ce *circuit copy* est spécifique au Monde.fr. Dans les autres rédactions Web, les « *filets de sécurité* » sont beaucoup plus minces. Ce site est le seul qui dispose de correcteurs, issus du journal papier.

[19] Les initiales V,R,C renvoient aux boutons de validation présents dans le SEPT (9-2).

Le logiciel permet d'intégrer l'ensemble des fonctions journalistiques et ainsi de les décloisonner.

3.2.2. Un journalisme multi compétences

La production de l'information est insérée dans un « cadre de fonctionnement », entendu comme « l'ensemble des techniques et des savoir-faire qui sont mobilisés ou mobilisables dans l'activité technique » (Rieffel, 2005a, p. 124). Le « cadre » du SEPT influence les formats de production. Il propose de nouveaux formats pour présenter l'information :

> « On est passé d'un outil qui permettait uniquement de publier des articles, à un outil qui donnait accès à la production multimédia à l'ensemble de la rédaction. C'est à dire qu'auparavant, pour faire ce que nous on appelle un portfolio[20] […] il fallait passer par un flasher, donc quelqu'un qui utilise un logiciel particulier qui s'appelle flash, pour qu'il monte une à une les photos, donc inutile de dire que c'était un format extrêmement rare que l'on faisait, peut être une fois par semaine sur le site. Tout à coup on a eu un outil qui pour les portfolios, ou pour d'autres éléments, les sons, la vidéo, permettait en deux temps trois mouvements d'avoir un langage beaucoup plus riche. » (Entretien, rédactrice en chef.)

On voit dans cet exemple un brouillage des frontières entre les différentes formes de journalisme. A.-F. de Saint Laurent parle ainsi d'un « *chevauchement interprofessionnel* » (2000, p. 57). Dans la convention collective des journalistes[21], une distinction est notamment faite entre les journalistes rédacteurs et les journalistes photographes. Or le SEPT permet par exemple au journaliste rédacteur d'illustrer son article, avec un accès simple à une base d'images (le « moulin à images ») : « *Moi j'aime bien savoir quelle photo je vais choisir pour mon papier, parce que ça a du sens éditorial, ce n'est pas un boulot de seconde zone où il y aurait une caste de gens qui feraient ça, qui seraient en dessous des journalistes. Non, je pense que c'est à nous aussi de savoir faire ce genre de choses* » (entretien, journaliste rédacteur). On retrouve ici l'injonction à la polyvalence qui favorise un brouillage des frontières entre les différentes formes de journalisme et un usage croissant par eux de la technique. Si l'outil permet aux rédacteurs de manier une pluralité de formats, il est également contraignant. En effet, il y a une « inscription socio technique des formats » c'est à dire que l'architecture du site oriente les formats de production (Dagiral, Parasie, 2010b, p. 125). Le

[20] Diaporama d'images.

[21] Convention collective nationale des journalistes du 1er novembre 1976, refondue le 27 octobre 1987. Etendue par arrêté du 2 février 1988 (JO du 13 février 1988).

travail du journaliste s'inscrit dans des routines préétablies par l'outil qui limitent leurs possibilités, comme dans cet exemple :

> « Si on veut faire un tableau dans un article, ce n'est pas vraiment prévu pour. Soit il faut savoir bidouiller un peu pour pouvoir insérer son tableau, soit on laisse tomber et on fait autre chose […] Et puis on prend des habitudes dans l'outil. Indirectement, je pense que l'outil ça influe pas mal sur le format des articles ou la taille des paragraphes […] Les articles c'est deux paragraphes, un inter, deux paragraphes, avec une photo en haut. Mécaniquement, on a tendance à reproduire ce modèle. » (Entretien, journaliste.)

Ainsi, le SEPT permet que les journalistes soient plus autonomes en contournant certaines contraintes techniques, tout en les contraignant sur d'autres aspects. Le logiciel brouille les frontières entre les différents types de journalisme, mais aussi entre toutes les catégories, en intégrant le travail de tous.

3.2.3. La coordination des travailleurs

L'outil permet de coordonner tous les travailleurs. Le *circuit copy*, intégré au SEPT, impose aux journalistes des procédures à suivre avant la mise en ligne de l'information. Il permet ainsi la coordination des différents acteurs impliqués dans le processus de production. Comme le montre S. Cabrolié (2010, p. 84) dans son étude sur le *Content Management System* (système d'édition du Parisien.fr, équivalent du SEPT), « la technique se situe au cœur de la coordination des activités professionnelles ». L'outil permet d'intégrer l'ensemble des logiques professionnelles que nous avons énoncées (rédacteur, chef d'édition, secrétaire de rédaction, correcteur). Le logiciel rend possible une production collective de l'information puisque les articles peuvent être repris en permanence par les autres journalistes.

> « On a un processus de rédaction qui est un processus collectif. C'est à dire quelqu'un voit Sarkozy qui dit un truc à la télévision, c'est une personne sur le pôle le plus chaud de la rédaction. Il prend en note Sarkozy, il envoie un premier truc qui est juste ça. Là c'est quelqu'un d'autre qui va reprendre, en disant par exemple des réactions de Martine Aubry. L'après midi, quelqu'un va arriver et voir que la vidéo de Sarkozy est tombée. Donc il va reprendre le papier et mettre la vidéo à l'intérieur […] LeMonde.fr est une signature collective de production interne. » (Entretien, journaliste.)

L'outil permet également de coordonner la rédaction et les autres services puisque tout se fait dans l'outil. Par exemple, l'insertion des publicités par le service marketing se fait dans le SEPT. L'outil a également permis une accélération de la production : « On est dans une production industrielle. Beaucoup pensent que le web c'est artisanal, qu'on fait du code HTML. Nous on a des rédactions qui fonctionnent […] *Si on avait un outil plus lent, on ne*

ferait pas de l'actualité en continu […] *Plus on a un outil performant, mieux on travaille* » (entretien, rédactrice en chef).

L'outil favorise l'émergence d'un collectif de travail au-delà de l'équipe rédactionnelle en coordonnant l'ensemble des travailleurs de l'entreprise. Cela pose également la question du transfert éventuel des tâches des emplois techniques vers les journalistes, comme cela a été le cas à HFA (Renoux, 2011, p. 272). En effet, l'innovation a des conséquences concrètes sur les créations d'emploi. Entre 2005 et 2009, le nombre de personnels informatiques a quadruplé tandis que celui des journalistes a seulement triplé. Cette domination des informaticiens sur les créations de postes peut être nuancée par la qualification des postes. En effet, pour s'assurer d'une expertise pointue, la direction a recours à des informaticiens indépendants (mais qui travaillent à plein temps pour le MIA) tandis que les journalistes sont salariés.

Ainsi, les journalistes se mobilisent dans le cas de la restructuration du MIA aux côtés des autres catégories professionnelles pour créer un outil commun qui lie l'ensemble. L'outil rapproche les différents types de journalisme, ainsi que les différents services, en les intégrant dans le même circuit. Le logiciel élargit le champ des possibles pour les journalistes, ce qui remet en cause les distinctions classiques entre les catégories professionnelles et les métiers. L'autonomie de travail se renouvelle pour être envisagée à partir des dimensions techniques (ce que l'on peut faire) et non professionnelles (par rapport aux influences extérieures et aux autres catégories).

Conclusion

La mobilisation des journalistes au Monde interactif s'inscrit dans une collectivité plus large qui accompagne le processus de restructuration pour accéder à une autonomie technique (outil sur mesure). Elle démontre la place centrale que tiennent les journalistes dans les changements engagés dans l'entreprise suite à une innovation technique. L'innovation n'est pas un processus linéaire mais un processus social de traduction complexe qui met en relation une pluralité d'acteurs. La constitution de groupes dédiés à la réflexion sur l'innovation permet de contourner les instances classiques de représentation des salariés et ainsi, d'éviter les affrontements dont ils peuvent être le lieu. Les travailleurs sont directement consultés et collectivement, ce qui remet en cause l'intérêt d'instances propres aux journalistes. En

brouillant les frontières, c'est aussi l'idée d'un syndicalisme catégoriel (ouvrier du Livre ; journaliste) qui pourrait être remis en cause.

La mise en place et le développement du SEPT renforcent en retour le collectif de travailleurs en reconfigurant les modes de coordination au travail, le produit qui en résulte et le contenu même des fonctions et des métiers (et donc de l'autonomie d'exercice du journaliste). Les travailleurs du MIA s'unissent autour d'une identité de « travailleur du Web » qui nuance les clivages classiques entre journalistes et non journalistes. Ce cas permet d'envisager les effets de la numérisation et de la presse Internet sur les groupes professionnels. Les journalistes deviennent de plus en plus techniques et de plus en plus polyvalents. Ce dernier cas expose les journalistes dans une dynamique positive de restructuration. Les journalistes s'engagent en faveur du développement de leur entreprise dans un contexte économique bénéficiaire. À l'AFP et au Groupe Le Monde, les journalistes tentaient plutôt de maintenir des distinctions propres à leur activité. Tout en étant dominant dans les effectifs, les journalistes tendent ici à effacer les frontières entres les groupes, en collaborant dans la conduite de l'innovation mais aussi dans le travail quotidien avec l'ensemble des catégories.

Conclusion (III). Dynamiques salariales et professionnelles des journalistes en entreprise

Les monographies d'entreprises en restructurations permettent d'envisager les tensions entre la condition salariale dans une entreprise en mutation et l'autonomie professionnelle constitutive de l'exercice de la profession de journaliste. Dans ces trois cas, les salariés se rassemblent dans des structures collectives et se mobilisent pour tenter d'influer sur le cours des restructurations afin de se ménager des marges d'autonomie et de mettre en échec ou de nuancer la normalisation de leur entreprise. Le premier cas porte sur des tentatives de réformes des statuts de l'Agence France-Presse. Plusieurs conceptions de l'autonomie s'affrontent (financière ou rédactionnelle) lors des discussions sur ces projets. L'impossibilité de conduire des réformes sans l'aval des journalistes souligne la place importante qu'ils parviennent à se constituer dans leur entreprise. Ils s'opposent à sa normalisation afin de garantir le statut protecteur dont ils bénéficient. Dans le second cas, au sein du Groupe Le Monde, les journalistes bénéficient également d'une place privilégiée et dominent le collectif. En tant que premier actionnaire, ils participent doublement (par le droit de propriété et le droit du travail) à la gestion de leur entreprise. Cependant, ils sont amenés à accompagner les changements, faute d'alternatives crédibles. Dans ces deux premiers cas, l'enjeu des restructurations est la « normalisation » de l'entreprise (pour mettre fin à des statuts dérogatoires à l'AFP et à l'actionnariat salarié au Monde) dans un contexte de difficultés économiques. Les tensions entre la position de journaliste salarié « comme les autres » et les revendications en faveur de dispositions dérogatoires s'expriment. Au Monde, les journalistes accompagnent cette transition alors qu'à l'AFP, ils s'y opposent. Le troisième cas s'inscrit pour sa part dans une dynamique de restructuration positive liée à l'innovation. Tout en adaptant les initiatives managériales, ils les accompagnent volontairement pour garantir une autonomie technique. Avec une rédaction plus jeune et plus flexible, les tensions inhérentes à la profession de journaliste salarié indépendant s'estompent. La manière dont est conduite l'innovation atteste d'un brouillage plus grand des frontières entre les métiers et les fonctions. Les journalistes revendiquent une identité d'entreprise plutôt que de métier. Cela démontre d'une évolution du groupe professionnel en parallèle des mutations de l'information.

Tableau 38 : La diversité des mobilisations en cas de restructurations

	AFP	*Le Monde*	*Le Monde Interactif*
Restructuration	Changement de statut	Changement de propriétaire	Nouvelle technologie
Forme de la mobilisation	Résistance au changement	Accompagnement subi	Accompagnement voulu
Acteurs collectifs	IRP, SDJ et association	IRP, SDJ	Groupe *ad hoc*
Zone d'autonomie	Réforme a minima qui garantit leur indépendance	Normalisation de la relation salariale mais conservation de certains droits spécifiques	Traduction des impératifs de la direction pour les adapter aux besoins rédactionnels
Place dans le collectif	Inscription dans un collectif mais mobilisation dominée par les journalistes	Inscription dans un collectif mais mobilisation dominée par les journalistes	Mise à distance des différences de catégorie, une identité d'entreprise plutôt que de métier

Ces trois cas montrent les différentes façons pour les journalistes de « s'opposer » (à la fois de résister et de proposer selon Bélanger et Thuderoz, 2010). Le jeu autour des instances collectives permet aux journalistes, dans chacun des cas, de peser sur le cours des restructurations, en se mobilisant comme salariés actionnaires, comme salariés institués dans le droit du travail ou comme salariés appartenant à des groupes de réflexion collective (sans interférence des structures collectives classiques). Cela traduit les capacités des journalistes à s'exprimer. Les multiples organisations des relations professionnelles témoignent à la fois du caractère stratégique des mobilisations et de leur contingence. Les journalistes participent à la gouvernance de leur entreprise par l'ensemble de ces structures qu'ils investissent de manière stratégique dans le cours des restructurations. Ils agissent ainsi sur le cours et le résultat de la restructuration. Ces trois monographies montrent un attachement des journalistes salariés à des dimensions qui vont au-delà des dynamiques salariales classiques (nombre d'emplois, salaires ou conditions de travail). Ils se mobilisent autour des questions de qualité (outil éditorial, formule rédactionnelle) et d'indépendance (statut, actionnariat). Les restructurations sont l'occasion de redécouvrir la relation salariale en privilégiant la participation démocratique (institutions salariés) plutôt qu' « élitiste » (propre à la profession). Ces moments de changement permettent de repenser la catégorie professionnelle et de redéfinir ses contours par rapport aux actionnaires, à l'État ou aux autres catégories de salariés.

Conclusion générale

Perspectives de recherche

Cette thèse est partie des intuitions de Max Weber qui sont présentées dans son programme de recherche sur la presse de 1910 (1992, 2001). Weber invite à envisager celle-ci, ainsi que ses journalistes, à partir de leur inscription dans des entreprises, et plus largement dans leurs dimensions capitalistes. Dans cette optique, les journalistes sont conçus comme des salariés dans des entreprises soumises à des impératifs de gestion et de rentabilité. Cela permet de compléter les analyses menées par une sociologie du journalisme, qui les a largement envisagés à partir de leurs particularités, liées à leur contribution au système démocratique et à l'éveil des consciences (ou à son formatage, selon les perspectives). Sans nier le caractère spécifique du bien produit (l'information), réalisé par un collectif englobant d'autres catégories de travailleurs, les journalistes sont conçus dans cette thèse à partir de leur position de salarié. Envisager le journaliste comme un salarié a conduit à poser une question centrale autour de la tension entre la subordination juridique du salarié et l'autonomie professionnelle que nécessite l'exercice de cette activité (qui est en tout cas revendiquée par ceux qui la pratiquent). On a répondu à cette question en interrogeant la manière dont l'organisation institutionnelle du groupe et ses mobilisations illustrent les ambiguïtés entre les dynamiques salariales et les dynamiques professionnelles, mais aussi les suscitent. En adaptant le plan de recherche de Weber, plusieurs dimensions ont été analysées. La structuration du groupe professionnel des journalistes en catégorie salariée, ainsi que celle de son entreprise, ont d'abord été envisagées. On a montré comment ce groupe se constitue entre la réalité du salariat et l'idéal de l'indépendance des professions libérales. Les dimensions collectives du salariat ont ensuite été appréhendées à partir des relations professionnelles qui s'engagent dans ce secteur, en analysant les instances collectives dont la structuration atteste de la défense d'enjeux mêlant ces deux idéaux types. L'analyse de mobilisations au moment de restructurations montre enfin comment les journalistes tentent de ménager concrètement des marges de manœuvre face au pouvoir de l'employeur. Ce positionnement général conduit à s'écarter du point de vue critique « classique » reposant sur le rapport du journalisme à l'argent, pour saisir les dynamiques salariales au sein desquelles se joue l'affirmation du journalisme comme catégorie professionnelle. De là, émergent des propositions pour de nouveaux chantiers dans la recherche sur le journalisme.

1. La catégorisation juridique d'un groupe professionnel. Pour une sociologie institutionnelle des groupes sociaux

1.1. De la revendication d'une profession au salariat

En France, le journalisme est longtemps demeuré une activité de travail secondaire et assimilable à une activité indépendante d'écrivain. La professionnalisation progressive de l'activité s'est réalisée à travers sa salarisation. Si les journalistes sont reconnus comme des salariés par les juridictions du travail dès le début du XXème siècle, l'inscription officielle de cette profession dans le salariat s'opère en 1935 lorsque le statut de « journaliste professionnel » est institué dans le Code du travail. Celui-ci crée des dispositions dérogatoires pour les journalistes, en légalisant notamment la clause de conscience, mais demeure, comme pour tous les autres travailleurs dont l'activité est régie par le Code du travail, du côté du salariat. Ce statut définit une catégorie de journalistes qui sont reconnus comme « professionnels » par les instances compétentes à travers la délivrance d'une carte de presse. Étudier la manière dont la carte de presse est concrètement attribuée permet d'analyser la constitution effective des frontières (floues) du groupe à partir de ses dimensions institutionnelles. Les instances chargées de délivrer la carte de presse font jouer des considérations à la fois techniques (respect du droit), professionnelles (ce qu'est un journaliste), déontologiques (ce que doit être un journaliste) et économiques (protection du travailleur). C'est à partir de l'application concrète des éléments institutionnels que la catégorie effective (liée à la catégorie juridique) se construit. Le même procédé a été utilisé pour étudier les entreprises. En partant ici encore des dimensions institutionnelles, la singularité supposée de l'entreprise productrice d'information a été questionnée. L'histoire et le bilan des initiatives en faveur d'un régime dérogatoire pour le secteur permettent de montrer que les règles qui encadrent cette profession sont finalement les mêmes que dans les autres secteurs salariés (pas de code, pas d'instance, entreprise presque comme les autres). Les journalistes sont d'abord des salariés comme les autres dans des entreprises comme les autres, avant de se définir comme une catégorie professionnelle particulière.

En partant des ces dimensions institutionnelles, le groupe professionnel des journalistes n'est plus envisagé à partir de sa diversité (de profils, de « figures », de pratiques, etc.) mais dans son unité puisque l'ensemble de ses membres répondent à la même définition qui figure dans le Code du travail. Cette posture permet de renouveler l'angle d'analyse de cette profession, en partant de ses dimensions effectives plutôt que de ses supposées particularités,

et de son unité plutôt que de sa diversité. Ces dynamiques institutionnelles montrent que, si le journaliste est un salarié à peu près comme les autres, la profession s'est toutefois construite en référence au modèle des professions libérales. L'échec à imposer des dispositions dérogatoires provient de cette ambiguïté constitutive de la profession. Le travail qui a été présenté ici se centre sur les journalistes, c'est-à-dire sur l'une des catégories de la division du travail qui produit le bien « journal ». Les autres catégories professionnelles, ainsi que les employeurs et les actionnaires, sont apparus en creux dans les analyses. Une première piste de prolongement de cette thèse est la prise en compte plus systématique des autres catégories dans leur influence sur la constitution de celle de journaliste, ainsi que de la porosité des frontières entre les différentes catégories. Une analyse de la catégorie des ouvriers, des employés et des cadres du secteur serait une manière de déconstruire encore la spécificité de la profession de journaliste pour l'envisager dans ses relations avec les autres travailleurs.

1.2. Une sociologie institutionnelle des groupes sociaux

De manière plus générale, cette analyse invite à envisager le cadre institutionnel qui régit un groupe social comme une illustration des spécificités de ce groupe. Les lois, règles, normes et valeurs qui encadrent les groupes sociaux ne constituent pas des cadres extérieurs qui s'imposeraient à ses membres mais sont, en partie, construits par eux. Ces dimensions sont le fruit des mobilisations des membres du groupe (en interaction avec les non membres) et, si elles sont momentanément fixées, elles sont en questionnement et peuvent évoluer. Elles illustrent les représentations des membres du groupe, changeantes et évolutives, au cours de la constitution progressive du groupe. Les analyser permet ainsi à la fois de déconstruire le groupe et de le rendre plus intelligible. Cette sociologie institutionnaliste invite à adopter une démarche socio-historique, comme par exemple L. Karpik l'a mise en œuvre dans son étude du groupe des avocats (1995). Les dimensions historiques éclairent les dynamiques contemporaines. Partir des dimensions en termes de statut (du travailleur, de son lieu de travail) et de réglementation (existence de règles internes, externes, d'instances) permet ainsi de décrire le groupe à partir d'un angle original et d'éclairer ses dynamiques. Dans notre cas, les statuts, mais aussi l'échec à légiférer sur l'entreprise et à réglementer l'activité de travail, montrent bien les tensions constitutives entre la protection salariale et l'autonomie professionnelle et permettent de les envisager à partir d'une nouvelle perspective. Pour comprendre un groupe social, il faut ainsi analyser la construction et l'état de ses institutions qui rendent compte de la représentation que le groupe a de lui-même et des relations qu'il entretient avec les autres groupes. Ses dimensions contemporaines en sont ainsi éclairées.

2. La multitude de la représentation et des représentés. Pour un élargissement des perspectives de la sociologie des relations professionnelles

2.1. Défendre des intérêts matériels et moraux

Le second résultat auquel parvient cette thèse concerne le système de relations professionnelles chez les journalistes. Ceux-ci ont constitué un espace de dialogue collectif qui leur est propre en se fondant sur leur appartenance à un même métier et non pas à une même industrie. Les journalistes se sont d'abord regroupés sous la forme d'associations mixtes (qui rassemblent des travailleurs et des employeurs) à la fin du XIXème siècle dans un souci de protection mutuelle. La première organisation collective regroupant uniquement des journalistes est le Syndicat de journalistes (qui devient le Syndicat national des journalistes) fondé en 1918. Le syndicalisme journaliste renvoie à la dimension salariée de l'activité puisque les syndicats entendent défendre les intérêts « matériels » et « moraux » des travailleurs. Cependant, le syndicalisme journaliste, dominé par un syndicat catégoriel, présente certaines particularités. Les dynamiques salariales (défense de l'emploi, des conditions de travail, etc.) y rencontrent des dynamiques professionnelles (défense des spécificités de la profession). Tous les syndicats de journalistes, confédérés ou non, sont attachés aux dérogations propres à leur statut, ce qui nuance la défense d'une condition salariale égale pour tous les travailleurs de la même entreprise. Ces syndicats ont beaucoup à faire pour assurer la défense des intérêts « matériels » des travailleurs. Les intérêts « moraux » ont été pris en charge par d'autres structures. Les sociétés de journalistes se constituent afin de faire participer les journalistes aux décisions qui engagent l'avenir de leur entreprise (préfigurant ainsi les démarches de la responsabilité social des entreprises). Si la forme de cette participation a évolué dans le temps (de la participation financière à la reconnaissance de droits spécifiques), le principe général demeure et tient à une conception de la singularité de la profession. Le journaliste est conçu comme le garant de la qualité de l'information et doit, à ce titre, participer non seulement à sa conception mais à l'ensemble des décisions qui engagent son entreprise (ce qui n'est pas le cas des autres travailleurs). Ces initiatives cherchent à garantir les intérêts moraux des journalistes au sein de l'entreprise. D'autres structures se sont fondées pour les garantir au niveau du secteur. Renouant avec les premières associations de journalistes, certaines associations entendent aujourd'hui encadrer la pratique journalistique. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse est un exemple d'initiative en faveur des journalistes, qui véhicule elle aussi la conception d'une profession

particulière au service de la démocratie. Les initiatives plurielles sont envisagées sur le long terme ce qui justifie ici encore qu'une perceptive socio-historique soit adoptée. Les structures « alternatives » aux syndicats favorisent finalement plutôt la formulation de recommandations que la création de règles formelles.

Ces différentes structures illustrent de l'imbrication entre plusieurs conceptions du groupe professionnel des journalistes, qu'une focalisation sur l'acteur syndical n'aurait pas permis d'envisager. En effet, si les syndicats soulignent l'inscription de la profession dans le salariat, les deux autres types d'instances (sociétés de journalistes et associations professionnelles) reflètent la manière dont les journalistes tentent d'aménager leur condition afin de mettre en avant leurs singularités. En élargissant l'analyse aux structures non syndicales, on montre les spécificités propres du système de relations professionnelles de ce secteur et à partir de l'inscription du journaliste entre salariat et indépendance. L'analyse des instances collectives qui rassemblent les membres d'un groupe permet de mieux le comprendre. La sociologie des relations professionnelles est donc à même d'enrichir les connaissances sur ce groupe professionnel. Pour prolonger ces éléments, plusieurs pistes sont à envisager. Tout d'abord, l'analyse de ces structures n'est pas exhaustive et certaines n'ont pas été étudiées. L'analyse des sociétés de presse qui ont pris la forme de sociétés coopératives et participatives (SCOP) ou bien l'étude de mouvements de journalistes plus informels sont autant de pistes à explorer. Par ailleurs, l'analyse gagnerait à être enrichie d'une comparaison avec les structures de professions proches (les artistes) ou complémentaires (les ouvriers du Livre), qui n'a été que très rapidement ébauchée. Celle-ci permettrait de faire mieux ressortir encore les singularités du système. Pour ces prolongements, on a montré que le croisement de plusieurs méthodes (écrits, entretiens et observations) est à privilégier car il permet de rendre compte des représentations mais aussi des pratiques de chaque structure.

2.2. Multitude et position dans les relations professionnelles

Quelques conclusions plus générales pour l'étude des relations professionnelles peuvent être tirées ici. On voit que l'analyse des structures collectives est un point d'entrée intéressant pour comprendre un groupe professionnel. En tant que support du collectif, la forme, les ambitions et les actions des instances collectives illustrent les représentations que la profession se fait d'elle-même. La sociologie des relations professionnelles permet donc de renouveler l'étude des groupes professionnels. Inversement, envisager les journalistes à partir de leurs instances collectives conduit à interroger certains schémas préconçus de la sociologie

des relations professionnelles. L'analyse de la « multitude » des structures, suivant en cela la prescription de G. Groux (2012a), qui participent conjointement au système de relations professionnelles, est à privilégier. L'étude des instances collectives s'en tient généralement aux instances instituées (les syndicats pour les salariés ou l'Ordre pour les professions libérales par exemple). Envisager d'autres formes de représentation, ne disposant pas de la « légitimité » conférée par l'État, permet de compléter le tableau dressé à partir de l'analyse des instances les plus classiques, en rendant compte des différentes manières de se structurer collectivement, qui renvoient à plusieurs façons de concevoir le groupe auquel on appartient. Cela permet d'étudier différentes facettes de celui-ci. La sociologie des relations professionnelles a pu avoir tendance à confondre les « acteurs » et les « positions ». En partant des positions (qui représente-t-on), on montre ici que plusieurs instances peuvent représenter une position. En effet, les journalistes sont représentés par plusieurs structures dont les objectifs et les intérêts sont différents. On a également vu qu'une instance peut adopter plusieurs positions. Par exemple, l'Association de préfiguration d'un conseil de presse représente les travailleurs, les employeurs et les utilisateurs. Les dynamiques des acteurs des relations professionnelles peuvent ainsi être envisagées dans leurs dynamiques, sans les limiter à une position déterminée. Le choix méthodologique qui consiste à se centrer sur les personnes mandatées est ici pertinent. Si tout journaliste peut apporter une connaissance importante sur son groupe, ces acteurs mandatés cristallisent une connaissance de ces organisations et agissent en leur sein.

3. Les mobilisations collectives. Pour une réhabilitation des capacités d'opposition des salariés

3.1. Des journalistes en action pour sauvegarder leur spécificité

En partant de situations de restructurations, les journalistes sont analysés directement en prise avec des problèmes spécifiques. Les trois monographies d'entreprise ont été menées dans des situations ou la « normalisation » ou « standardisation » de l'entreprise est envisagée. Dans ces moments, les salariés se mobilisent par l'intermédiaire des structures collectives qui portent leurs intérêts. Tout d'abord, on a vu les salariés de l'Agence France-Presse aux prises avec les représentants de la direction et de l'État pour assurer une autonomie d'exercice liée au statut dérogatoire de leur entreprise. Celui-ci leur paraît garantir une

indépendance qui tend à être remise en cause par ceux qui prônent une autonomie financière. Dans ce combat, les journalistes (en lien avec les autres catégories de salariés) utilisent un panel large d'instances et de formes de mobilisation pour mettre en échec la suppression des dispositions dérogatoires et conserver un statut qui protège leur entreprise. Ce cas montre que la mobilisation des salariés est suffisamment forte pour que les réformes requièrent leur consentement. Dans le cas de la gestion des difficultés économiques puis de la mise en vente de leur Groupe, les journalistes du *Monde* se mobilisent eux aussi pour conserver certains droits particuliers. Ceux-ci leur permettent de participer à la gestion de leur entreprise en étant actionnaires. Mais contrairement au cas de l'AFP, la normalisation de l'entreprise est accompagnée par ses salariés et notamment par ses journalistes. Ils renoncent à leurs droits d'actionnaires et clarifient ainsi la nature du lien à leur entreprise (subordination salariale). C'est donc l'occasion d'une redécouverte du caractère salarié de la profession et de leur implication dans un collectif plus large que celui de la rédaction. Cette redécouverte est également en marche lors d'une innovation au Monde Interactif. La mise en place d'un processus de travail, qui non seulement intègre le travail de toutes les catégories, mais est également conçu par tous les salariés, interroge la place des journalistes au sein d'une entreprise de presse. Ceux-ci accompagnent les changements pour se garantir une autonomie technique au travail. Dans une entreprise où les dimensions non journalistiques (et notamment informatiques) apparaissent aussi fondamentales que le travail de la rédaction, les journalistes sont intégrés à une collectivité de travail que, contrairement au cas de l'AFP et du Monde, ils ne dominent pas.

La particularité de la profession de journaliste est remise en cause dans ces situations, qui poussent le journaliste à accepter son inscription dans un collectif de travail plus large. Ces différents cas permettent de sortir de l'analyse binaire en termes de liberté ou de soumission du journaliste, en montrant comment concrètement celui-ci utilise les marges de manœuvre qui sont à sa disposition pour influencer (ou en tout cas essayer d'influencer) le devenir de son entreprise en s'opposant ou en accompagnant le changement tout en l'amendant. Pour prolonger ces analyses, d'autres monographies peuvent être conduites. Le cas d'une entreprise audiovisuelle, dans laquelle les fonctions non journalistiques sont très développées, pourrait venir enrichir ces résultats. La négociation d'une nouvelle convention d'entreprise à France Télévision en 2012 est notamment une situation de restructuration qui a été envisagée et pourrait apporter des éléments complémentaires.

3.2. Participation et opposition des salariés

L'analyse de ces différentes restructurations permet de montrer que les salariés, pris dans une subordination salariale et faisant face à de grandes difficultés économiques, ont tout de même les moyens d'agir. Bien que le résultat de leur action soit parfois maigre, cela permet de réhabiliter les possibilités d'« opposition » des salariés, dans la perspective engagée par J. Bélanger et C. Thuderoz (2010). De manière plus générale, on démontre que les « capacités » des travailleurs doivent être prises en compte (Didry, 2013). En tant que travailleurs au sein d'une entreprise, les salariés participent à une production commune dont ils sont responsables. Ils sont en mesure de proposer des conceptions alternatives de leur entreprise et de s'opposer (au moins par la voix) aux réformes dans les cas où les changements ne vont pas dans le sens qu'ils donnent à leur entreprise ou à leur travail. On peut en titrer une conclusion générale sur les régimes de participation des travailleurs. Alors que la tendance va dans le sens d'une participation des salariés au capital de l'entreprise, ces cas démontrent que les travailleurs sont capables de se mobiliser en tant que salariés (et non pas en tant qu'actionnaires). Cette participation n'est pas seulement d'ordre « managérial » mais aussi « démocratique » (Bevort, 2013). Qu'elle soit sous l'égide d'instances ou dans des groupes de travail informels, les salariés peuvent ainsi faire entendre leurs voix et influencer les choix, ou au moins pousser les directions à les expliciter. La prescription méthodologique de Weber qui consiste à aller au cœur des entreprises, dans des moments de changement, a porté ici ses fruits. Sans avoir suivi pleinement les orientations de cet auteur, on a vu que l'analyse des salariés en action dans leurs entreprises permet de faire ressortir les traits saillants et ainsi d'accéder aux significations de leur acte de travail qui se cachent derrière ces mobilisations.

Bibliographie

Articles et ouvrages

ABBOTT A., 1988, *The system of professions. An Essay on the Division of Expert Labour*, Chicago, University of Chicago Press.

AKRICH M., CALLON M., LATOUR B., *Sociologie de la traduction*, Paris, Mines Paris Les presses.

AGNES Y., 2010a, « Théophraste Renaudot, le fondateur », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 7-15.

AGNES Y., 2010b, « Georges Bourdon, l'organisateur de la profession », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 136-144.

AGNES Y., 2010c, « Hubert Beuve-Méry, l'intransigeant », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 187-197.

ALTER N., 2010, *L'innovation ordinaire*, Paris, Presses Universitaires de France.

ALTER N., 1997, *Sociologie de l'entreprise et de l'innovation*, Paris, Presses Universitaires de France.

ALTER N., 1993, « Innovation et organisation : deux légitimités en concurrence », *Revue française de sociologie* 34-2, pp. 175-197.

AMADIEU J.-F., 1986, « Vers un syndicalisme d'entreprise. D'une définition de l'entreprise à celle du syndicalisme », *Sociologie du travail*, n° spécial Entreprise, 1986, pp. 237-250.

AMADO-BORTHAYRE L., 2009, « Enjeux de gouvernance dans une coopérative multinationale », *Pôle Sud* n° 31, pp. 87-102.

ANDOLFATTO D., LABBÉ D., 2011, *Sociologie des syndicats*, Paris, La Découverte, Collection Repères.

ARON R. 2000, *Préface* de WEBER M., 2000 (1919), *Le savant et le politique*, Paris, Coll. 10/18.

AUBERT-TARBY A., 2013, « La formation des journalistes pigistes comme nouvel enjeu de négociations », BÉTHOUX E., KOSTER J.-V., MONCHATRE S., REY F., TALLARD M., VONCENT C. (dir.), *Emploi, formation, compétences : les régulations de la relation salariales en questions*, Toulouse, Octarès (à paraître).

AUBERT A., 2011, « Pratiques d'emploi et de travail, subordination et droits sociaux : analyse comparative intermittents et pigistes », [En ligne] [URL : http://www.cip-idf.org/IMG/pdf/analyse_comparee_intermittents_pigistes.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

AUBERT J.-P., BEAUJOLIN-BELLET R., 2004, « Les acteurs de l'entreprise face aux restructurations : une délicate mutation », *Travail et Emploi* n° 100, pp. 99-112.

BARTHE Y., LEMIEUX C., 2002, « Quelle critique après Bourdieu ? », *Mouvements*, 2002/5 n° 24, pp. 33-38.

BARTHÉLÉMY M., DARGENT C., GROUX G., REY H., 2012, *Le réformisme assumé de la CFDT. Enquête auprès des adhérents*, Paris, Les Presses de Sciences Po.

BARTHÉLÉMY M., PIGENET M., 2004, « Syndicats et associations : Ignorance et concurrence », TARTAKOWSKY D., TETARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 89-96.

BASTIN G., 2012a, « Le cas Mathieu », *Sur le journalisme* Vol. 1, n°1, [En ligne] [URL : http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/3/1], consulté le 13 septembre 2013.

BASTIN G., 2012b, « La niche fiscale des journalistes er le gouvernement des mondes de l'information », Journée d'étude Le gouvernement des journalistes, 12 octobre 2012, Institut d'études politiques de Rennes.

BASTIN G., 2011, « Profil : journaliste. Trajectoires biographiques et identités collectives dans les mondes de l'information », Colloque national : Le journalisme, une activité collective. Formes, acteurs, pratiques, enjeux, 18 mars 2011, Paris, Université Panthéon Assas, [En ligne] [URL : http://mediacorpus.hypotheses.org/files/2011/12/BastinColloqueGIS2011v1.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

BASTIN G., 2009a, « The Mediatisation and Anonymisation of the World in the Work of Max Weber », *Max Weber Studies*, Vol. 9, n° 1-2, pp. 123-141.

BASTIN G., 2009b, « Codes et codages professionnels dans les mondes de l'information », *Réseaux* n° 157-158, pp. 191-211.

BASTIN G., 2001, « La presse au miroir du capitalisme moderne. Un projet d'enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme », *Réseaux* n° 2001/5, pp. 172-208.

BAUDOIN R. (éds), 2012, *L'entreprise : formes de la propriété et responsabilité sociale*, Collèges des Bernardins, Éditions Lethilleux.

BECKER H. S., 2002, « Échantillons », *Les ficelles du métier*, Paris, La Découverte, pp. 118-178.

BÉLANGER J., THUDEROZ C., 2010, « Le répertoire de l'opposition au travail », *Revue Française de Sociologie*, n° 51-3, pp. 427-460.

BELLEMARE G., 2000, « End users : actors in the industrial relations system ? », *British Journal of indutrial relations*, 38 (3), pp. 383-405.

BELLEMARE G., LEGAULT M.-J., 2009, « De nouveaux acteurs de la régulation du travail dans la gestion par projets », *Revue Interventions économiques*, [En ligne], [URL : URL : http://interventionseconomiques.revues.org/214], consulté le 26 mars 2013.

BENHAMOU S., 2010, *Améliorer la gouvernance d'entreprise et la participation des salariés*, Paris, La Documentation française, Rapports et documents du Centre d'analyse stratégique.

BERNARD C., MOURIAUX R., 1987, « Presse et syndicalisme », *Mots* n° 14, pp. 7-19.

BÉROUD S.., 2013, « Perspectives critiques sur la participation dans le travail : éléments de repérage et de discussion », *Participations* n° 5, pp. 5-32.

BÉROUD S., DENIS J.-M., DESAGE G., GIRAUD B., PELISSE J., 2008, *Entre grèves et conflits, les luttes quotidiennes au travail*, Rapport de recherche CEE n° 49.

BÉROUD S., DENIS J.-M., DESAGE G., THIBAULT M., 2011, *L'Union syndicale Solidaires : une organisation au miroir de ses militants. Profils, pratiques, valeurs*, Rapport de recherche pour Solidaires.

BÉROUD S., GUILLAUME C., 2012, « La spécificité de la représentativité des journalistes en question : la loi du 20 août 2008 dans le secteur de la presse », *Travail et Emploi* n° 131, pp. 89-101.

BÉROUD S., YON K. (coord.), 2011, *La loi du 20 août et ses implications sur les pratiques syndicales en entreprise : sociologie des appropriations pratiques d'un nouveau dispositif juridique*, Rapport de recherche convention DARES.

BERTAUD J.-P., 2010, « Honoré Gabriel Riquetti, comte de Mirabeau, le flambeau de la liberté » in AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 17-25.

BERTRAND C.-J., 1997, *La déontologie des médias*, Paris, Presses Universitaires de France.

BESSY C., DELPEUCH T., PELISSE J., 2011, *Droit et régulations des activités économiques : perspectives sociologiques et institutionnalistes*, Paris, L.G.D.J Droit et société.

BÉTHOUX E., DESAGE G., MIAS A., PÉLISSE J., 2013, *Sociologie d'un syndicalisme catégoriel. La CFE-CGC ou la fin d'une exception ?*, Paris, Armand Colin.

BÉTHOUX E., DESAGE G., MIAS A., PÉLISSE J., 2011, « La « drôle de crise » de la CFE-CGC : hésitations stratégiques et distorsions organisationnelles d'un syndicalisme catégoriel », *Travail et emploi* n° 128, pp. 5-22.

BÉTHOUX E., DESAGE G., PÉLISSE J., 2012, « Quand mesurer la représentativité interroge l'identité et les pratiques syndicales. Les militants de la CFE-CGC face à la loi du 20 août 2008 », ALALUF M., DESMAREZ P., STROOBANTS M. (dir.), *Mesures et démesures du travail*, Bruxelles, Éditions de l'ULB, pp. 143-156.

BÉTHOUX E., JOBERT A., 2012, « L'emploi en débat ? Dynamiques de l'action syndicale dans les entreprises en restructuration », *Revue de l'IRES* n° 72, pp. 115-143.

BEVORT A., 2013, « De Taylor au néo-management : quelle participation des salariés ? », *Participations* n° 5, pp. 33-51.

BEVORT A., 2012a, « Représentativité », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), 2012, *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 666-672.

BEVORT A., 2012b, « La tradition sociologique et le modèle social français », DUPRÉ M., GIRAUD O., LALLEMENT M. (dir.), *Trajectoires des modèles nationaux. État, démocratie et travail en France et en Allemagne*, pp. 59-77.

BEVORT A., 2008, « De la position commune sur la représentativité au projet de loi : renouveau et continuité du modèle social français », *Droit social* n° 7/8, pp. 823-833.

BEVORT A., JOBERT A., 2011, *Sociologie du travail. Les relations professionnelles*, Paris, Armand Colin.

BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), 2012, *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France.

BLANCHOT F., PADIOLEAU J.-G., 2003, « Une économie politique du travail journalistique », *Hermès* 35, pp. 63-71.

BLANKENBURG E., 1994, « La mobilisation du droit. Les conditions du recours et du non-recours à la justice », *Droit et Société* n° 28, pp. 691-703.

BOEGNER P., 1969, *Presse, argent, liberté*, Paris, Éditions Fayard.

BOISARD P., 2012, « Les communautés de pratique face à l'incertain », Congrès de l'AISLF, Penser l'incertain, Ecole Mohammadia d'ingénieurs, Rabbat, 6 juillet 2012.

BOISARD P., 2011, « À propos du rôle de la communauté de travail en matière d'innovation », Journées d'étude de l'International Sociological Association (RC 10), *Democratic Participation in Employment and Societal Regulation*, 28 juin 2011, ENS Cachan, Cachan.

BOLTANSKI L., 1982, *Les cadres. La formation d'un groupe social*, Paris, Éditions de Minuit.

BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.

BOCQUET A.-M., GERARDIN H., POIROT J., 2010, « Economie sociale et solidaire et développement durable : quelle spécificité pour les coopératives et les mutuelles ? », *Géographie, économie et société* 12, pp. 329-352.

BOURDIEU P., 2008 (1996), *Sur la Télévision*, Paris, Éditions Raisons d'agir.

BOURDIEU P., 1996, « La double vérité du travail », *Actes de la recherche en sciences sociales* Vol. 114, pp. 89-90.

BOURDIEU P., 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 101, pp. 3-9.

BOURMEAU S., 1988, « Rober Park, journaliste et sociologue », *Politix* Vol.1, n° 3-4, pp. 50-61.

BOUSSARD V., DEMAZIERE D., MILBURN P. (dir.), 2010, *L'injonction au professionnalisme. Analyse d'une dynamique plurielle*, Rennes Presses Universitaires de Rennes.

BOUSSARD-VERRECCHIA E., PETRACHI X., 2008, « Regards croisés sur la communauté de travail », *Le droit ouvrier* n° 720, pp. 361-366.

BOUSSION S., 2004, « Une association en terrains syndical : ANEJI et syndicats dans l'organisation de la profession d'éducateur spécialisé (années 1940-1960) », TARTAKOWSKY D., TETARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 161-169.

BOYER, T., 2005, « Déconstruction du projet de licenciement », *Revue de l'IRES* n° 47 2005/1, pp. 175-192.

BROUSTEAU N., JEANNE-PERRIER V., LE CAM F., PEREIRA F. H., 2012, « L'entretien de recherche avec des journalistes », *Sur le journalisme* Vol. 1, n°1, [En ligne] [URL : http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/16/11], consulté le 13 septembre 2013.

BROUTÉ R., DIDRY C., 2006, « L'employeur en question », dans PETIT H., THEVENOT N. (dir.), *Les nouvelles frontières du travail subordonné*, La Découverte, Paris, pp. 47-70.

BUCHER R., STARUSS A., 1961, « Professions in Process », *American Journal of Sociology 66(4*), pp. 325-334.

BÜCHNER L., 2003, « Industrial Relations and Corporate Social Responsibility », Communication au 13th World Congress of the International Industrial Relations Association (IIRA), Berlin.

BURAWOY M., 1985, *The politics of production*, London, Verso.

BURNOD G., CHENU A., « Les représentations ordinaires de la division du travail : une étude fondée sur les déclarions des professions », MENGER M. (dir.), *Les professions et leurs sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions*, Paris, Éditions de la Maison de sciences de l'homme, pp. 119-131.

CABROLIÉ S., 2010, « Les journalistes du Parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information », *Réseaux* n° 160-161, pp. 81-100.

CALLON M., 1994, « L'innovation technologique et ses mythes», *Gérer et Comprendre*, pp. 5-17.

CALLON M., 1986, « Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques dans la baie de Saint-Brieuc », *L'Années Sociologique* n° 36, pp. 169-208.

CANU R., DATCHARY C., 2010, « Journalistes et lecteurs contributeurs sur Mediapart », *Réseaux* n° 160-161, pp. 195-223.

CHAMPAGNE P., 2000, « Le journalisme à l'économie », *Actes de la recherche en sciences sociales* Vol. 131-132, pp. 3-7.

CHAMPY F., 2009, *Sociologie des professions*, Paris, Presses Universitaires de France.

CHAMPY F., 2001, *Sociologie de l'architecture*, Paris, la Découverte.

CHARLIER S., « Le syndicat du Livre et la mutualité », BÉZIER P., *Les coulisses de l'histoire. Etudes sur la protection sociale de la presse et du spectacle au XIX*ème *et XX*ème *siècle*, Paris, Éditions Jacob-Duvernet.

CHARON J., DE BONVILLE J., 1996, « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication* Vol. 17, n° 2, pp. 50-97.

CHARON J.-M., 2010, « De la presse imprimée à la presse numérique : le débat français », *Réseaux* n° 160-161, pp. 255-281.

CHARON J.-M., 2007, *Le journalisme*, Éditions Milan, Toulouse.

CHARON J.-M., 2005 (1996), *La presse quotidienne*, Paris, La Découverte.

CHARON J.-M., 2003, « L'éthique des journalistes au XXème siècle. De la responsabilité devant les pairs aux devoirs à l'égard du public », *Le Temps des médias* n° 1, pp. 200-210.

CHARON J.-M., 1999, *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*, Rapport pour le ministère de la Culture et de la Communication.

CHARON J.-M., 1993, *Carte de presse. Enquête sur les journalistes*, Paris, Stock.

CHARON J.-M., 1991, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil.

CHARON J.-M., 1989, « L'AFP peut-elle être gérée comme une entreprise ? », *Médiapouvoirs* n° 16, pp. 131-139.

CHARON J.-M., LE FLOCH P., 2011, *La presse en ligne*, Paris, la Découverte (Repères).

CHATEAURAYNAUD F., *Argumenter dans un champ de forces. Essai de balistique sociologique*, Paris, Éditions PETRA.

CHATRIOT A., 2006, « La lutte contre le chômage intellectuel : l'action de la Confédération des Travailleurs Intellectuels (CTI) face à la crise des années trente », *Le Mouvement social* Vol. 1, n°114, pp. 77-91.

CHAUMETTE P., 2000, « Salariat, déontologie et intérêt général à propos du statut des médecins », BODIGUEL J.-L., GARBAR C.-A., SUPIOT A., *Servir l'intérêt général*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 252-269.

CHENU A., 2012, « Catégories socioprofessionnelles », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 89-95.

CHUPIN I., HUBE N., KACIAF N., 2009, *Histoire politique et économique des médias en France*, Paris, La Découverte.

COMBES M.-C., UGHETTO P., 2010, « Malaise dans l'association : travail, organisation et engagement », *Travailler*, n° 24, pp. 153-173.

CONCHON A., 2013, « La participation aux décisions stratégiques de l'entreprise : influence ou pouvoir des administrateurs salariés », *Participations* n° 5, pp. 127-149.

CONCHON A., 2012, « L'actionnaire, nouvel acteur des relations professionnelles au niveau de l'entreprise ? », *Revue de l'IRES* n° 75, pp. 43-65.

CONCHON A., 2008, « Quelle régulation collective de la démocratie industrielle ? Le cas des administrateurs salariés », *Terrains et Travaux*, pp. 48-67.

CONCHON A., 2006, « Statistiques sur la représentation du personnel avec voix délibérative dans les organes de gestion des entreprises en France », Document de travail, [En ligne] [URL : http://www.seeurope-network.org/homepages/seeurope/file_uploads/france_aline_conchon_final_fr.pdf].

CONCHON A., AUBERGER M.- N., 2009, *Les administrateurs salariés et la gouvernance d'entreprise*, Paris, la Documentation française.

CONSO C., 1990, « Les agences de presse dans le monde : le cas AFP », *Communication et langages* n° 83, pp. 89-99.

CRISTOFALO P., 2009, « L'institutionnalisation d'une fonction d'expertise et de conseil auprès des élus du personnel », *Cahiers internationaux de sociologie* Vol.126, pp. 25-38.

DA LAGE O., 2003, *Obtenir la carte de presse et la conserver*, Paris, Victoires Éditions.

DAGIRAL E., PARASIE S., 2011, « Portrait du journaliste en programmeur : l'émergence d'une figure de journalistes hacker », *Les Cahiers du journalisme* n° 22-23, pp. 144-154.

DAGIRAL E., PARASIE S., 2010a, « Presse en ligne, où en est la recherche ? », *Réseaux* n° 160-161, pp. 14-42.

DAGIRAL E., PARASIE S., 2010b, Vidéo à la Une ! L'innovation dans les formats de presse en ligne », *Réseaux* n° 160-161, pp. 102-132.

DÉDAME R., 2010, *Une histoire des syndicats du Livre… ou les avatars du corporatisme dans la CGT*, Paris, Les Indes savantes.

DELAS J.-P., MILLY B., 2009 (1997), *Histoire des pensées sociologiques*, Paris, Armand Colin.

DELPORTE C., 1999, *Les journalistes en France, 1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil.

DELPORTE C., 1995, « Les journalistes dans l'entre-deux-guerres : une identité en crise », *Vingtième siècle. Revue d'histoire* n° 47, pp. 158-175.

DELPORTE C., 1994, « L'épuration professionnelle des journalistes (1944-1948) », MATHIEN M., RIEFFEL R. (dir.), *L'identité professionnelle des journalistes*, Strasbourg, Alphacom/CUEJ.

DEMAZIERE D., 2009, « Professionnalisations problématiques et problématiques de professionnalisation » *Formation Emploi* n° 108, pp. 83-90.

DEMAZIERE D., GADEA C., 2009, *Sociologie des groupes professionnels*, Paris, La Découverte.

DEMAZIERE D., ROQUET P., WITTORSKI R. (coord.), 2012, *La professionnalisation mise en objet*, Paris, L'Harmattan.

DENIS J.-M., 2001, (dir.), *Le groupe des Dix, un modèle syndical alternatif ?*, Paris, La Documentation française.

DERIEUX E., GRANCHET A., 2010, *Le droit des médias*, Paris, Dalloz.

DERIEUX E., 1999, *Droit de la communication*, Paris, L.G.D.J.

DESROSIERES A., 2008, *Pour une sociologie historique de la quantification*. *L'argument statistique I*, Paris, Presses de l'École des Mines.

DESROSIERES A., THEVENOT L., 1988, *Les catégories socioprofessionnelles*, Paris, La Découverte.

DEVILLARD V., 2002, « Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité », *Communication et langages* n° 133, pp. 21-32.

DIDIER C., 2009, « Les ingénieurs et l'éthique professionnelle : pour une approche comparative de la déontologie », DEMAZIERE D., GADEA C., 2009, *Sociologie des groupes professionnels*, Paris, La Découverte, pp. 208-218.

DIDRY C., 2013, « L'approche par les capacités comme registre des restructurations : un nouveau regard sur l'entreprise et le contrat de travail ? », *Revue française de sociologie*, 54-2, pp. 335-367.

DIDRY C., 2012a, « Du sujet de droit à la citoyenneté du travail, une autre histoire du salariat », *Revue internationale de recherche biographique*, n° 3, pp. 80-91.

DIDRY C., 2012b, « Institutions », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 413-418.

DIDRY C., 2010, « Les codes de conduite comme écriture des conventions collectives », ABALLEA F., MIAS A., *Mondialisation et recomposition des relations professionnelles*, Paris, Octares, pp. 33-46.

DIDRY C., 2007, « De la restructuration dans l'entreprise à la restructuration des relations professionnelles : le cas de Canal Plus », *L'Homme et la Société* n° 63-64, pp. 95-124.

DIDRY C., 2002, *Naissance de la convention collective. Débats juridiques et luttes sociales en France au début du 20ème siècle*, Paris, Édition EHESS.

DIDRY C., 1998, « Les comités d'entreprise face aux licenciements collectifs : trois registres d'argumentation », *Revue française de sociologie* n° 39-3, pp. 495-534.

DIDRY C., JOBERT A., 2011, « Social Dialogue and Deliberation : a New Dimension in European Industrial relations » in DE MUNCK, DIDRY C., J., FERRERAS J.-I., JOBERT

A. (2011), *Civil Dialogue, Social Dialogue : A new connection to Change our Model of Development*, Bruxelles, Peter Lang.

DIDRY C., JOBERT A., (dir.), 2010, *L'entreprise en restructuration. Dynamiques institutionnelles et mobilisations collectives*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

DRESSEN M., MIAS A., 2008, « Action publique er institution d'une branche professionnelle. Le cas de la course urbaine », *Travail et Emploi* 114, pp. 7-19.

DOLLÉ N., 2011, *Journalisme, un collectif en mutation*, Paris, Collection Journalisme responsable.

DOLLÉ N., 2008, « La France finira-t-elle par se doter d'un conseil de presse ? », *Les Cahiers du Journalisme* n° 18, pp. 130-135.

DUBAR C., 2003, « Sociologie des groupes professionnels en France : un bilan prospectif », MENGER M. (dir.), *Les professions et leurs sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions*, Paris, Éditions de la Maison de sciences de l'homme, pp. 51-60.

DUBAR C., TRIPIER P., BOUSSARD V., 2011, *Sociologie des professions*, Paris, Armand Colin.

DUFOUR C., HEGE A., 2010, « Légitimité des acteurs collectifs et renouveau syndical », *Revue de l'IRES* n° 65, pp. 67-85.

DUNLOP J. T., 1958, *Industrial Relations Systems*, New York, Holt & Co.

DUPUY C., 2010, « L'entreprise de presse en conflit. *Libération* et *Le Monde* en restructuration. », *Travail et Emploi* n° 124, pp. 29-42.

DURKHEIM E., 2007 (1893), *De la division du travail social*, Paris, Presses Universitaires de France.

DURKHEIM E., 1976 (1930), *Le suicide*, Paris, Presses Universitaires de France.

DUVAL J., 2004, *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil.

ESTIENNE Y., 2007, *Le journalisme après Internet*, Paris, L'Harmattan.

EVENO P., 2010a, « Les frères Bertin, le journal au service des idées politiques », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 27-32.

EVENO P, 2010b, « Emile de Girardin, l'inventeur de la presse moderne », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 53-60.

EVENO P., 2010c, *La presse*, Paris, Presses Universitaires de France.

EVENO P., 2005, « Les sociétés de rédacteur, une exception française ? », [En ligne], [URL : http://presse-paris.univ-paris1.fr/spipp. php?article86], consulté le 26 mars 2013.

EVENO P., 2004, *Histoire du journal* Le Monde *(1944-2004)*, Paris, Éditions Albin Michel.

EVENO P., 2003, *L'argent de la presse française des années 1820 à nos jours*, Paris, Éditions du CTHS.

EVENO P., 1997, « Comment *Le Monde* est-il entré en entreprise ? », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, Vol. 46, n° 46, pp. 27-31.

FAVEREAU O., BESSY C., 2009, « Des raisons de l'efficacité supérieure d'un ordre institutionnel sur l'ordre marchand », *Revue du MAUSS* 2009/1 n° 33, pp. 363-381.

FERENCZI T., 1993, *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIX*^{ème} *siècle*, Paris, Plon.

FLANDERS A., 1968, « Éléments pour une théorie de la négociation collective », *Sociologie du travail* 1, pp. 13-35.

FLIGSTEIN N., 2001, « Le mythe du marché », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 139, pp. 3-12.

FRISQUE C., SAITTA E., 2011, *Journaliste de la précarité. Formes d'instabilité et modes d'adaptation*, Rapport pour le Département des études, de la prospective et des statistiques - ministère de la culture et de la communication, MSHB.

FROBERT L., 2010, *L'Echo de la fabrique. Naissance de la presse ouvrière à Lyon*, Lyon, ENS Éditions.

GAGLIO G., 2011, *Sociologie de l'innovation*, Paris, Presses Universitaires de France.

GEORGI F., MOURIAUX R., 2004, « Ecosystème syndicaux et complémentarité », TARTAKOWSKY D., TÉTARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 223-232.

GIRAUD O., 2009, « De la démocratie de négociation à la démocratie délibérative – débats théoriques et trajectoires nationales », *Négociations* Vol. 2009/2 n° 12, pp. 215-227.

GOBLOT E., 2010 (1925), *La barrière et le niveau. Etude sociologique sur la bourgeoisie française moderne*, Paris, Presses Universitaires de France.

GOLLAC M., 2003, « Ce n'est pas mon métier, j'en fais mon affaire. Face à l'informatisation du travail, des professions, des catégories sociale sou des individus ? », MENGER M. (dir.), *Les professions et leurs sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions*, Paris, Éditions de la Maison de sciences de l'homme, pp. 185-198.

GOMEL B., MEDA D., SERVERIN E., 2009, « Ruptures du contrat de travail, ruptures d'emploi. Perspectives pluridisciplinaires », (dir) *L'emploi en ruptures*, Paris, Dalloz.

GOODE W. J., 1957, « Community within community : The professions », *American Sociological Review*, Vol. 22, n° 2, pp. 195-200.

GRALL J., 2010, « Jean Schwoebel. Docteur en droits (et devoirs) des rédactions » in AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert.

GRÉGOIRE M., 2009a, *Un siècle d'intermittence et de salariat. Corporation, emploi et socialisation : sociologie historique de trois horizons d'émancipation des artistes du spectacle (1919-2007)*, Thèse de doctorat en sociologie, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Paris.

GRÉGOIRE M., 2009b, « Chômage et intermittence de l'emploi dans le spectacle des années 1930 », BEZIER P., *Les coulisses de l'histoire. Études sur la protection sociale de la presse et du spectacle au XIX*ème *et XX*ème *siècle*, Paris, Éditions Jacob-Duvernet, pp. 133-150.

GRÉGOIRE M., 2009c, « La clôture comme seule protection ? Syndicats du spectacle et marché du travail dans l'entre-deux-guerres (1919-1937) », *Sociologie du travail* 51-1, pp. 1-24.

GROUX G., 2012a, « La notion de multitude dans les relations professionnelles. Une notion heuristique mais insaisissable ? », *Négociations*, 2012/1 n° 17, pp. 51-62.

GROUX G., 2012b, « Regards sur le passé, quelles ruptures, quelles permanences ? », BARTHELEMY M., DARGENT C., GROUX G., REY H., *Le réformisme assumé de la CFDT. Enquête auprès des adhérents*, Paris, Les Presses de Sciences Po.

GROUX G., 1988, « Amicales et syndicalismes de cadres : logiques divergentes et pratiques communes », *Revue française de sociologie* 29-4, pp. 563-591.

GROUX G., 1983, « Les couches moyennes, l'État et le corporatisme en France », *Revue française de sociologie* 24-2, 301-315.

GUELLEC D., 2004, « Gutenberg revisité. Une analyse économique de l'invention de l'imprimerie », *Revue d'économie politique*, Vol. 114, pp. 169-199.

GUISNEL J., 2003, Libération *: la Biographie*, Paris, La Découverte.

HACKING I., 2001, *Entre science et réalité, la construction sociale de quoi ?*, Paris, La Découverte.

HANNE G., JUDDE DE LARRIVIERE C., 2010, *Noms de métiers et catégories professionnelles. Acteurs, pratiques, discours (XV*ème *siècle à nos jours*), Toulouse, Méridiennes.

HASSENTEUFEL P., 1991, « Pratiques représentatives et construction identitaire. Une approche des coordinations », *Revue française de science politique*, Vol. 41/1, pp. 5-27.

HASSENTEUFEL P., 1990, « Où en est le paradigme corporatiste ? », *Politix* Vol. 3, n° 12, pp. 75-81.

HATCHUEL A., GAREL G., LE MASSON P., WEIL B., 2009, « L'intrapreneurait : compétence ou symptôme ? Vers de nouvelles organisations de l'innovation », *Revue française de gestion*, Vol. 5, n° 195, pp. 159-174.

HATCHUEL A., SEGRESTIN B., 2012, *Refonder l'entreprise*, Paris, Seuil.

HAVARD-DUCLOS B., 2004, « Le modèle de l'action syndicale dans l'association Droit Au Logement (DAL) et les difficultés de sa mise en oeuvre », TARTAKOWSKY D., TETARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 191-200.

HÉLY M., 2009, *Les métamorphoses du monde associatif*, Paris, Presses Universitaires de France.

HUPFEL S., 2010, « Les canuts et l'argent, la caisse de prêts aux chefs d'atelier en soie dans L'Echo de la fabrique », FROBERT L. (dir.), *L'Echo de la fabrique : naissance de la presse ouvrière à Lyon*, Lyon, ENS Éditions et Institut du livre, pp. 193-212.

HUTEAU J., ULLMANN B., 1992, *AFP : une histoire de l'Agence France Presse (1944-1990)*, Paris, Robert Laffont.

JAMET L., MIAS A., 2012, « Les CHSCT : une institution en mal de connaissances ? Le cas des risques cancérogènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction », *Revue de l'IRES* n° 74, pp. 75-102.

JEAMMAUD A., 2001, « L'avenir sauvegardé de la qualification de contrat de travail (à propos de l'arrêt Labbane) », *Droit social* n° 3, pp. 227-238.

JEAMMAUD A., 1990, « La règle de droit comme modèle », *Chronique* XXXIV, Paris, Dalloz, pp. 199-210.

JEAMMEAUD A., SERVERIN E., 2012, « Contrat de travail », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 132-137.

JOBERT A., 2013, « La négociation d'entreprises dans la crise : innovations institutionnelles et sociales », *Droit Social* 2013/4, pp. 1-7.

JOBERT A., 2012, « Conventions collectives », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 137-143.

JOBERT A., 2007a, « Les espaces de régulation », ABALLEA F., LALLEMENT M. (coord.), *Relations au travail, relations de travail*, Toulouse, Octares Éditions, pp. 249-257.

JOBERT A., 2007b, « Transformation du salariat et nouveaux enjeux du dialogue social », VATIN F., BER NARD S. (dir.), *Le salariat. Théorie, histoire et formes*, Paris, La Dispute, pp. 209-224.

JOBERT A., 2003, « Quelle dynamique pour la négociation collective de branche ? », *Travail et Emploi* n° 95, pp. 5-25.

JOBERT A., 2000, *Les espaces de la négociation collective, branches et territoires*, Toulouse, Octarès.

JOBERT A., TALLARD M., 1995, « Diplômes et certifications de branche dans les conventions collectives », *Formation Emploi* n° 52, pp. 133-149.

JUNKER B., 1960, *Field work*, Chicago, University of Chicago Press.

KARPIK L., 2003, « Les professions et la sociologie historique », MENGER M. (dir.), *Les professions et leurs sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions*, Paris, Éditions de la Maison de sciences de l'homme, pp. 61-71.

KARPIK L., 1995, *Les avocats. Entre l'État, le public et le marché, XIII*^{ème}*-XX*^{ème} *siècles*, Paris, Gallimard.

KAUCHAN T. A., 2003, « Collective Actors in Industrial Relations : What future ? Rapporteur's report », Communication au 13th World Congress of the International Industrial Relations Association (IIRA), Berlin.

LABARTHE G., 2008, *Régulation, médiation, veille éthique : les conseils de presse, la solution ?*, Paris, Collection Journalisme responsable.

LABBÉ D., 1996, *Syndicats et syndiqués en France depuis 1945*, Paris, L'Harmattan.

LAFARGE G., MARCHETTI D., 2011, « Les portes fermées du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales* n° 189, pp. 72-99.

LAGNEAU E., 2010, *L'objectivité sur le fil. La production des faits journalistiques à l'Agence France-Presse*, Thèse de doctorat en sciences politique, Paris, Science Po.

LAGNEAU E., 2003, « Agencier à l'AFP : l'éthique du métier menacée », *Hermès* n° 35, pp. 109-118.

LAGNEAU E., 2002, « Le style agencier et ses déclinaisons thématiques. L'exemple des journalistes de l'Agence France Presse » *Réseaux* n° 111, pp. 59-99.

LAHIRE B., 2004, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte.

LALLEMENT M., 2009, « Les fabriques de la représentation professionnelle », DUCLOS L., GROUX G., MÉRIAUX O., (éds.), *Les nouvelles dimensions du politique. Régulations professionnelles et régulations sociales*, Paris, L.G.D.J., pp. 27-32.

LALLEMENT, 2008, *Sociologie des relations professionnelles*, Paris, La Découverte.

LALLEMENT M., 2005, « Relations industrielles et institutionnalisme historique aux États-Unis », *L'année sociologique*, Vol. 55 n° 2, pp. 365-390.

LALLEMENT M., 2000 (1993), « Max Weber, une sociologie compréhensive du monde moderne », *Histoire des idées sociologiques des origines à Weber*, Paris, Nathan, pp. 183-221.

LASCOUMES P., SERVERIN E., 1988, « Le droit comme activité sociale : pour une approche wébérienne des activités juridiques », *Droit et Société* n° 9, pp. 171-193.

LATOUR B., 2004 (2002), *La fabrique du droit. Ethnographie du Conseil d'État*, Paris, La Découverte.

LAVILLE J.-L., 2009, « Services aux personnes : le rôle des associations », STEINER P., VATIN F., (dir), *Traité de sociologie économique*, Paris, Presses Universitaires de France.

LE BOHEC J., 2010, *Dictionnaire des journalistes et des médias*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

LE CROM J.-P., 1995, *Syndicats, nous voilà ! Vichy et le corporatisme*, Paris, Éditions Ouvrières.

LE FLOCH P., SONNAC N., 2005 (2000), *Economie de la presse*, Paris, La Découverte.

LEMIEUX C. (dir.), 2011, *La subjectivité journalistique*, Paris, Éditions EHESS.

LEMIEUX C., 2000, *Mauvaise presse*, Paris, Édition Métaillé.

LETEINTURIER C., 2013, « Les données de la carte d'identité des journalistes professionnels : construction, attribution, usages », Journée d'études Les statistiques institutionnelles sur les journalistes français : sources, méthodes, comparaisons, 15 janvier 2013, Université Panthéon Assas.

LETEINTURIER C., 2012, « La CCIJP et la légitimation des journalistes professionnels », Journée d'étude Le gouvernement des journalistes, 12 octobre 2012, Institut d'études politiques de Rennes.

LETEINTURIER C, 2010, « La formation des journalistes français : quelles évolutions, quels atouts à l'embauche ? Le cas des nouveaux titulaires de la carte de presse en 2008 », *Les Cahiers du Journalisme* n° 21, pp. 110-113.

LETEINTURIER C., 2009a, « L'hétérogénéité des journalistes », MERCIER A., *Le journalisme*, Paris, Essentiels d'Hermès, CNRS Éditions.

LETEINTURIER C., 2009b, « Les journalistes français », LETEINTURIER C., LE CHAMPION R., *Médias, Information et Communication*, Paris, Ellipses.

LETEINTURIER C., 2003, « L'hétérogénéité des journalistes », *Hermès* n° 35, pp. 35-48.

LETEINTURIER C., LE CHAMPION R, 2009, *Médias, Information et Communication*, Paris, Ellipses.

LÉVÊQUE S., 2000, *Les journalistes sociaux. Histoire et sociologie d'une spécialité journalistique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

LINDENEBRG D., 1995, « Les années tournantes des intellectuels catholiques », *Mil neuf cent*, n° 13, pp. 103-112.

LINHART D., 2005, « D'un monde à l'autre : la fermeture d'une entreprise », *Revue de l'IRES* n° 47, pp. 81-34.

LORENZ E., VALEYRE A., 2005, « Les nouvelles formes d'organisation du travail en Europe », *Connaissance de l'emploi* n° 13, pp. 1-4.

LORIOL M., 2012, *La construction du social. Souffrance, travail et catégorisation des usagers dans l'action publique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

LOUBET J.-L., 2012, *De la police et du contrôle social*, Paris, Cerf.

LUNDVALL B.-A., 2006, « Knowledge management in the learning economy », *DRUID Working Paper* n° 06-6, [En ligne] [URL : http://www3.druid.dk/wp/20060006.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

LYON-CAEN G., 1986, « Corporation, corporatisme, néo-corporatisme », *Droit Social* n° 11, pp. 742-744.

MAGGI-GERMAIN N., 2011, « La représentativité des organisations professionnelles d'employeurs », *Droit social* n° 11, pp. 1072-1082.

MAGGI-GERMAIN N., 2000, « La prise en compte dans le statut social du journaliste de l'intérêt général », BODIGUEL J.-L., GARBAR C.-A., SUPIOT A., *Servir l'intérêt général*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 225-251.

MAIGRET E., 2008 (2003), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin.

MARCHETTI D., 2002, « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux* n° 111, pp. 22-55.

MARTIN M., 2006, « Retour sur l'abominable vénalité de la presse française », *Le Temps des Médias*, n° 6, pp. 22-33.

MARTIN M., 1997, *Médias et journalistes de la République*, Paris, Éditions Odile Jacob.

MARTIN M., 1991, « L'espoir perdu des sociétés de rédacteurs (1965-1981), *Histoire et médias : journalismes et journalistes français : 1950-1990*, Paris, Albin Michel, pp. 233-245.

MATHIEN M., 2006, « L'avenir de l'Agence France-Presse à nouveau en débat », *Annuaire français de relations internationales* Vol. VII, pp. 1055-1059.

MATHIEN M., 2001, « Statut quo à l'AFP avec un nouveau PDG. Quel avenir face aux maladresses gouvernementales ? », *Annuaire français de relations internationales* Vol. II, pp. 931-937.

MATHIEN M., 2000, « L'Agence France presse : un vecteur reconnu des relations internationales de la France. Mais un problème : comment faire face à la concurrence anglo-saxonne sans indépendance économique ? », *Annuaire français de relations internationales* Vol. I, pp. 678-389.

MATHIEN M., 1992, *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette.

MATHIEN M., PÉLISSIER N., RIEFFEL R., 2001, « Avant-propos : figures du journalisme, critique d'un imaginaire professionnel », *Quaderni* n° 45, pp. 49-52.

MATHIEU L., 2012, « Action collective », BEVORT A., JOBERT A., 2011, *Sociologie du travail. Les relations professionnelles*, Paris, Armand Colin., pp. 1-6.

MATTELART A., MATTELART M., 1987, « Penser les medias », *Réseaux* Vol. 5 n° 22, pp. 53-78.

MENGER P.-M., 2002, *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris, La République des idées.

MERCIER A., 1994, « L'institutionnalisation de la profession de journaliste », *Hermès* 13-14, pp. 219-235.

MERTON R. K., 1957, « Some preliminaries to the sociologiy of medical education », MERTON R. K., READER G. G., KENDALL P.L. (dir.) *The student physician. Introductory Studies in the Sociology of Mediacl Educations*, Cambridge, Harvard Universitty Press.

MIAS A., 2012, *John T. Dunlop, Industrial relations systems. Les règles au cœur des relations de travail*, Paris, Ellipses.

MINGUET G., OSTY F., 2010, « Engineering in Torment. Anomy, or the Emergence of a Model », MIDLER C., MINGUET G., VERVAEKE M. (éds), *Working on Innovation*, New-York, Routledge, pp. 107-139.

MITERRAND H., 2010, « Emile Zola. La passion de la lumière », AGNES Y., EVENO P., *Ils ont fait la presse*, Paris, Éditions Vuibert, pp. 81-90.

MONCHARTE S., « Métiers et entreprises : une articulation en tension », DEMAZIERE D., GADEA C., 2009, *Sociologie des groupes professionnels*, Paris, La Découverte, pp. 84-94.

MORET-BAILLY J., TRUCHET D., 2010, *Déontologie des juristes*, Paris, Presses Universitaires de France.

MORIN M.-L., 2011, « Les nouveaux critères de la représentativité syndicale dans l'entreprise », *Droit social*, numéro spécial n° 1, pp. 62-72.

de NANTEUIL M., 2012, « Ethique », BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 297-302.

NEVEU E., 2004 (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, Coll. Repères.

NOBLET A., PIGNARD-CHEYNEL N., 2008, « L'encadrement des contributions amateurs au sein des sites d'information : entre impératif participatif et exigence journalistique », Colloque Participatif – Usages 2.0 : Mutations de la communication ?, 6-7 mai 2008, Québéc.

NOIRIEL G., 2006, *Introduction à la socio-histoire*, Paris, La Découverte.

PADIOLEAU J.-G., 1985, *Le Monde et le Washington Post, Précepteurs et mousquetaires*, Paris, Presses Universitaires de France.

PALMER M. B., 1983, *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne 1863-1914*, Paris, Éditions Aubier Montaigne.

PARADEISE C. 1984, « La marine marchande française : un marché du travail fermé ? », *Revue française de sociologie* n° XXV, pp. 352-375.

PARK R. E., 2008, *Le journaliste et le sociologue*, textes présentés et commentés par MUHLMANN G. et PLENEL E., Paris, Éditions du Seuil.

PATRIN-LECLERE V., 2010, « Les traces d'un fourvoiement journalistique : Kibboutz spirit, *Libération Next*, juin 2009 », *Communication & langages* n° 64, pp. 117-126.

PASTURE P., 2004, « Syndicats et associations en France et en Europe, une interrogation sur les originalités françaises », TARTAKOWSKY D., TETARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 469-475.

PASQUIER D., 2010, *Sociologie des médias*, Conférence à l'EHESS, le 7 janvier 2010.

PENEFF J., 1995, « Mesure et contrôle des observations dans le travail de terrain. L'exemple des professions de service. », *Sociétés contemporaines* n° 21, pp. 119-138.

PÉPIN P., 2008, « Vertus, faiblesses et ambigüités de la médiation de presse », *Les Cahiers du journalisme* n° 18, pp. 12-19.

PERIER DAVILLE D., 1978, *La liberté de la presse n'est pas à vendre*, Paris, Seuil.

PERNOT J.-M., 2007, « Représentativité, dialogue social, militantisme… Espoir d'une dynamique syndicale en France », *Le Monde diplomatique*, janvier 2007.

PICARD R. G., 2006, « Les médias au risque du management et du marketing », *Le Temps des Média*s 2006/1 n° 6, pp. 165-174

PIGEAT H., PARACUELLOS J.-C., 2006, « Les marchés de la presse quotidienne en Europe », *Le Temps des Médias* 2006/1 n° 6, pp. 72-86.

PIGENET M., 2001, « Les dockers : Retour sur le long processus de construction d'une identité collective en France », *Genèses*, 2001/1 n° 42, pp. 5-25.

PRODHOMME M., 2004, « Le discours sur l'éthique des journalistes français, le Syndicat national des journalistes (1990-2000) », *COMMposite* v2004, [En ligne] [URL : http://metamedias.blogspot.fr/2005_06_01_archive.html], consulté le 26 septembre 2013.

QUIJOUX M., 2013, « Convaincre ou produire ? Genèse et formes de participation ouvrière dans une usine récupérée d'Argentine », *Participations* n° 5, pp. 103-126.

RADÉ C., 2010, « Les syndicats catégoriels et la réforme de la démocratie sociale », *Droit social* n° 7-8, pp. 821-825.

REBÉRIOUX A., 2003a, « Les marchés financiers et la participation des salariés aux décisions », *Travail et Emploi* n° 93, pp. 25-43.

REBÉRIOUX A., 2003b, « Gouvernance d'entreprise et théorie de la firme : quelle alternative à la valeur actionnariale ? », *Revue d'économie industrielle* Vol. 104, pp. 85-110.

REBÉRIOUX M., 1981, *Les ouvriers du Livre et leur fédération. Un centenaire 1881-1981*, Paris, Temps Actuels.

REGNAULT G., 2011, *Les mondes sociaux des petites et très petites entreprises*, L'Harmattan, Paris.

RENOUX J.-L., 2011, *Les régulations de la relations d'emploi dans les médias français*, thèse de doctorat en sociologie, Université Paris Dauphine, Paris.

REY F., 2012, *Quelle place pour le dialogue social dans les TPE ?*, Éditions CFTC.

REYNAUD J.-D., 2004 (1989), *Les règles du jeu*, Paris, Armand Colin.

REYNAUD J.-D., 1990, « Un paradigme du système social », REYNAUD J.-D., EYRAUD F., PARADEISE C., SAGLIO J., (dir.), *Les systèmes de relations professionnelles*, Paris, Éditions du CNRS, pp.279-290.

REYNAUD J.-D., 1975, *Les syndicats en France*, Paris, Seuil, Tome 1.

RHODES E., 2010, *L'éthique du journalisme*, Paris, Presses Universitaires de France.

RIBEILL G., 2004, « Associations et syndicats cheminots : concurrence ou complémentarité ? », TARTAKOWSKY D., TETARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

RIEFFEL R., 2009, « Du pouvoir des médias en démocratie : le cas de l'information politique », LETEINTURIER C., LE CHAMPION R, *Médias, Information et Communication*, Paris, Ellipses, pp. 122-137.

RIEFFEL R., 2005a, *Que sont les médias ? Pratiques, identités, influences*, Paris, Folio actuel.

RIEFFEL R., 2005b, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses.

RIEFFEL R., 2003, « La profession de journaliste entre 1950 et 2000 », *Hermès* n° 35, pp. 49-60.

RIEFFEL R., 2001, « Vers un journalisme mobile et polyvalent ? », *Quaderni* Vol. 45 n° 1, pp. 153-169.

RIMBERT P., 2007, « Société de rédacteurs, un rêve de journaliste », *Le Monde Diplomatique* n° 638, Mai 2007.

RIMBERT P., 2005, Libération *: de Sartre à Rothschild*, Paris, Raisons d'agir.

ROT G., 2000, « La résistance ouvrière face aux nouvelles formes de rationalisation : entre restriction et résurgence », *Travail, emploi, formation* n° 1, pp. 13-29.

RUELLAN D., 2012, « Les sociétés de rédacteurs dans la tourmente de la participation », Collectif Chercheurs et journalistes, *Les Sociétés de Rédacteurs et l'idée de participation dans les entreprises de presse*, pp. 6-25.

RUELLAN D., 2011, *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

RUELLAN D., 2007 (1993), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

RUELLAN D., 2005, « Expansion ou dilution du journalisme », [En ligne], [URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2005/Ruellan/ruellan.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

RUELLAN D., 2001, « Socialisation des journalistes entrants dans la profession », *Quaderni* Vol. 45 n° 1, pp. 137-152.

RUELLAN D., 1997, *Les « pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

RUELLAN D., 1995, « L'invention de la carte de presse ou la fermeture de la frontière journalistique (1936-1940) in MATHIEN M., RIEFFEL R. (dir.), *L'identité professionnelle des journalistes*, Strasbourg, Alphacom/CUEJ.

RUELLAN D., THIERRY D., 1998, *Journal local et réseaux informatiques, travail coopératif, décentralisation et identité des journalistes*, Paris, L'Harmattan.

SAGLIO J., 2004, « Les relations professionnelles dans les fonctions publiques françaises. Éléments d'analyse », *Revue de l'IRES* n° 45, pp. 33-53.

SALAIS R., 1994, « Incertitude et interactions de travail : des produits aux conventions », ORLEAN A. (dir.), *L'analyse économique des conventions*, Presses Universitaires de France, Paris, pp. 371-403.

SALAIS R., 1998, « Le travail à l'épreuve de ses produits », SUPIOT A. (dir.), *Le travail en perspectives*, Paris, LGDJ, pp. 45-68.

SALAIS R., STORPER M., 1993, *Les mondes de production: enquêtes sur l'identité économique de la France*, Paris, Éditions EHESS.

SAINSAULIEU I., 1999, *La contestation pragmatique dans le syndicalisme autonome : la question du modèle SUD-PTT*, Paris, l'Harmattan.

SAINSAULIEU R. (dir.), 1990, *L'entreprise, une affaire de société*, Paris, Presses de Sciences Po.

SAINSAULIEU R., 1977, *L'identité au travail*, Paris, Presse de la FNSP.

SAÏTTA E., 2005, « Le Monde, vingt ans après », *Réseaux* 2005/3 n° 131, pp. 189-225.

de SAINT LAURENT A.-F., 2000, « Qui fait quoi », *Les actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 134, pp. 56-61.

SAPIRO G., 2006, « Les professions intellectuelles entre l'État, l'entrepreneuriat et l'industrie », *Le Mouvement Social*, 2006/1 n° 214, pp. 3-18.

SAUVIAT C., 2009, « Le rôle des salariés dans la gouvernance des entreprises en France », CONCHON A., AUBERGER M.- N., *Les administrateurs salariés et la gouvernance d'entreprise*, Paris, la Documentation française, pp. 25-33.

SCHUMPETER J., 1990 (1911), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Éditions Payot.

SCHWARZ F., 1991, *Les sociétés de rédacteurs en France. Actions et pensées d'un mouvement démocratique pour la presse quotidienne (des origines à nos jours)*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, soutenue le 16 avril 1991 à L'université Michel Montaigne - Bordeaux III.

SCHWOEBEL J., 1968, *La presse, le pouvoir et l'argent*, Paris, Éditions du Seuil.

SEGRESTIN D., 2012, « Communauté de travail » in BEVORT A., JOBERT A., LALLEMENT M., MIAS A. (dir.), *Dictionnaire du travail*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 107-112.

SEGRESTIN D., 2004, *Les chantiers du manager*, Paris, Armand Colin.

SEGRESTIN D., 1992, *Sociologie de l'entreprise*, Paris, Armand Colin.

SEGRESTIN D., 1985, *Le phénomène corporatiste, Essai sur l'avenir des systèmes professionnels fermés en France*, Paris, Fayard.

SEGRESTIN D. (coord.), 1981, *Les communautés pertinentes de l'action collective*, Paris, CNAM.

SEGRESTIN D., 1980, « Les communautés pertinentes de l'action collective », *Revue française de sociologie* 21-2, pp. 171-202.

SERVERIN E., 2008, « Le travail et ses contrats », Centre d'études de l'emploi, *Le contrat de travai*l, Paris, La Découverte, Collection Repères, pp. 13-23.

SILVERA R., 2006, « Le défi de l'approche intégrée pour le syndicalisme en Europe », *Revue de l'IRES* n° 50, pp. 136-172.

SIMÉANT J., 1992, « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », *Politix* Vol. 5 n° 19, pp. 37-55.

SIMON F., 2005, *Le journaliste. Dans les pas d'Hubert Beuve-Méry*, Paris, Arléa.

SINTIVES A. (pseudonyme), 2012, « Journaliste : la légitimation d'un privilège », *Droit social* n° 11-12, pp. 1039-1047.

SMYRNAIOS N., 2008, « Journalisme et innovation sur l'internet », *Jurnalism si Comunicare* Annul III, n° 1-2, pp. 3-10.

STARK D., 2009, *The sense of dissonance*, Princeton, Princeton University Press.

TARTAKOWSKY D., TÉTARD F. (éd.), *Syndicats et associations : concurrence ou complémentarité ?*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

TERRENOIRE J.-P., 1991, « Sociologie de l'éthique professionnelle : contribution à la réflexion théorique », *Sociétés contemporaines* n° 7, pp. 7-33.

De TERSSAC G. (dir.), 2003, *La théorie de la régulation sociale de Jean-Daniel Reynaud*, Paris, La Découverte.

THEVENOT L., 1992, « Jugements ordinaires et jugement de droit », *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*, n° 47, Vol. 6, pp. 1279-1299.

THUDEROZ C., 2009, « Régimes et registres de négociation », *Négociations* 2009/2 n° 12, pp. 107-118.

THUDEROZ C., 1997, *Sociologie des entreprises*, Paris, Édition La Découverte.

TOUSSAINT DESMOULINS N., 1992, *L'économie des médias*, Paris, Presses Universitaires de France.

TUNSTALL J., 1971, *Journalists at work*, London, Constable & Robinson Limited.

URFALINO P., 2005, « La délibération n'est pas une conversation », *Négociations* 2005/2 n° 4, pp. 99-114.

VALENTIN F., 1936, *Le statut des journalistes, étude critique de la loi du 29 mars 1935*, Berge-Levrault, Nancy.

VAN DEN DUNGEN P., 2008, « Ecrivains du quotidien : Journalistes et journalisme en France au XIXème siècle », [En ligne], [URL : http://semen.revues.org/8108], consulté le 26 septembre 2013.

VATIN F. (dir), 2007, *Le salariat. Théorie, histoire et formes*, Paris, La Dispute.

VERFAILLIE B., 2008, « Sociétés de rédacteurs, sociétés de journalistes : les rédactions ont-elles une âme ? », Collection Journalisme responsable, Paris.

VISTEL J., 1993, *Qu'est-ce qu'un journaliste ?*, Paris, SJTI.

VERKINDT P.-Y., 2012, « Le collectivité de travail ou la belle inconnue », *Droit social* n° 11-12, pp. 1006-1013.

VUILLOD F., 2009, « L'entrée en scène d'Internet : bouleversement des attentes et des pratiques », LETEINTURIER C., LE CHAMPION R., 2009, *Médias, Information et Communication*, Paris, Ellipses, pp. 424-443.

WATINE T., « Bourdieu et les médias : des lois du champ et de l'habitus comme présomptions du conservatisme des journalistes », *Les Cahiers du Journalisme* n° 6, pp. 126-151.

WEBB B, WEBB S., 2008, « Syndicalisme et démocratie », traduit par E. Béthoux, I. da Costa, C. Didry, M. Meixner et A. Mias dans *Terrains et travaux* n° 14, pp. 9-47.

WEBER F., LAMY Y., 1999, « Amateurs et professionnels », *Genèses*, n° 36, pp. 2-5.

WEBER M., 2004, *Œuvres politiques (1895-1919)*, traduit par Elisabeth Kauffmann, Jean-Philippe Mathieu et Marie-Ange Roy. Paris, Albin Michel.

WEBER M., 2001 (1910), *Rapport préliminaire pour une proposition d'enquête sur la sociologie de la presse*, traduit par G. Bastin, en annexe de BASTIN G., 2001, « La presse au miroir du capitalisme moderne. Un projet d'enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme », *Réseaux* n° 2001/5, pp. 199-208.

WEBER M., 2000 (1919), *Le savant et le politique*, Paris, Coll. 10/18.

WEBER M., 1996, *Sociologie des religions*, textes réunis, traduits et présentés par J.-P. Grossein, Paris, Gallimard.

WEBER M., 1995 (1922), *Economie et société /1. Les catégories de la sociologie*, Paris, Pocket.

WEBER M., 1992 (1910), « Le premier des sujets… Allocution prononcée en 1910 à Francfort-sur-le-Main à l'occasion des premières assises de la sociologie allemande », traduit par G. Musy dans *Réseaux*, 1992, Vol 10, n° 51, pp. 101-108.

WEBER M., 1986, *Sociologie du droit*, textes réunis, traduits et présentés par J. Grosclaude J., Paris, Presses Universitaires de France.

WILENSKY H., 1964, « The professionalization of everyone ? » *American Journal of Sociology*, 2, pp. 137-158.

WITTORSKI R., 2007, *Professionnalisation et développement professionnel*, Paris, L'Harmattan.

WOLFF L., 2008, « Le paradoxe du syndicalisme français : un faible nombre d'adhérents mais des syndicats bien implantés », *Premières synthèses informations* n° 16.1, DARES, [URL : http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/IMG/pdf/2008.04-16.1.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

ZALIO P.-P., 2009, « Sociologie économique des entrepreneurs », STEINER P., VATIN F., (dir.) *Traité de sociologie économique*, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 573-607.

ZALIO P.-P., 2004, « L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues », *Entreprises et histoire* 2004/1, Vol. 35, pp. 16-30.

ZIMMERMAN B., 2011, *Ce que travailler veut dire. Une sociologie des capacités et des parcours professionnels*, Paris, Economica.

Rapports

BRACHARD E., 1935, *Rapport à la Chambre des députés sur le statut professionnel des journalistes* n° 4516 [En ligne] [URL : http://www.ccijp.net/upload/pdf/brachard.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

CHARON J.-M., 2012, *Emploi des journalistes, bilan 2012*, Synthèse menée pour la 6ème édition des Assises du journalisme, 3 octobre 2012, [En ligne] [URL : http://www.journalisme.com/images/stories/assises/assises_2012/pdf/emploi_des_journalistes_bilan_2012.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

CHERTIER J.-D., 2006, *Pour une modernisation du dialogue social*, Rapport au premier Ministre.

Commission des Affaires culturelles et de l'éducation de l'assemblée nationale, 2012, *Médias, livres et industries culturelles ; presse. Tome IV de l'Avis sur le projet de loi de finances pour 2013* [en ligne], [URL : http://www.assemblee-nationale.fr/13/budget/plf2012/a3806-tvii.asp], consulté le 26 mars 2013.

Commission des Affaires culturelles du Sénat, 2010, *Rapport sur la proposition de loi relative à l'indépendance des rédactions* [En ligne] [URL : http://www.assemblee-nationale.fr/13/rapports/r2939.asp], consulté le 26 mars 2013.

Commission des Affaires culturelles du Sénat, 2007, *La Presse quotidienne d'information, chronique d'une mort annoncée ?*, Rapport n° 13 sous la direction de M. Louis de Broissia [En ligne], [URL : http://www.senat.fr/rap/r07-013/r07-0131.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

DARES, 2011, *La négociation collective en 2011*, Bilans et rapports, [En ligne], [URL : http://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/Bilans_et_rapports_-_la_negociation_collective_en_2011.pdf], consulté le 7 février 2013.

Documents du travail du Sénat, 2010, *Les sociétés de journalistes dans la presse écrite*, Etude de législation comparée n° 205.

Livre Vert des États Généraux de la presse écrite, 2009, [En ligne], [URL : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/094000017/0000.pdf], consulté le 11 septembre 2013.

Observatoire des métiers de la presse, 2012, *Les journalistes encartés en 2011*, [En ligne] [URL : http://www.metiers-presse.org/pdf/1340615122.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

Observatoire des métiers de la presse, 2011, *Les journalistes encartés en 2010*, [En ligne] [URL : http://www.metiers-presse.org/pdf/1312464396.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

Observatoire des métiers de la presse, 2009, *Photographie de la profession des journalistes. Etude des journalistes détenteurs de la carte de journalistes professionnel de 2000 à 2008*, [En ligne] [URL : http://www.metiers-presse.org/pdf/1255448008.pdf], consulté le 26 septembre 2013.

POISSON J.-F., 2009, *Rapport sur la négociation collective et les branches professionnelles*, Paris, La Documentation française.

Rapport à Madame Aurélie Filippetti, Minsitre de la culture et de la communication, sur les aides à la presse, 2013, [En ligne] [URL : http://www.culturecommunication.gouv.fr/index.php/Actualites/Missions-et-

rapports/Rapport-issu-de-la-reflexion-sur-les-aides-a-la-presse], consulté le 17 septembre 2013.

Annexes

Annexe 1 : Corpus d'entretiens

Statut	*Sexe*	*Affiliation*	*Age*	*Date de l'entretien 1*	*Date de l'entretien 2*	*Date de l'entretien 3*	*Mandat en cours*
Journaliste	Homme	SNJ	65	nov-08	févr-11		oui E
Journaliste	Homme	USJ-CFDT	55	déc-08	déc-10		oui E
Expert	Homme	Secafi Alpha	50	déc-08			non
Journaliste	Homme	Forum	50	janv-09	déc-09		oui N
Journaliste	Femme	SDJ	50	janv-09			oui E
Employé	Femme	SDP	50	févr-09			oui E
Journaliste	Femme		45	févr-09			non
Journaliste	Homme	SDP	35	févr-09			oui E
Cadre	Homme	SDP	45	mars-09			oui E
Cadre	Homme		45	mars-09			non
Journaliste	Homme	SNJ	50	nov-09			oui N
Journaliste	Femme	SNJ-CGT	45	déc-09			oui N
Journaliste	Homme	SNJ	60	déc-09			oui N
Journaliste	Homme	USJ-CFDT	45	déc-09	janv-12		oui N
Journaliste	Homme	Forum	45	janv-10	nov-10	sept-11	oui N
Employeur	Homme	SPQR	50	janv-10			oui N
Journaliste	Homme		30	janv-10			non
Journaliste	Femme		30	janv-10			non
Journaliste employeur	Homme		50	févr-10			non
Journaliste employeur	Homme		40	mars-10			non
Journaliste	Homme	SDJ	40	avr-10			oui E
Journaliste	Femme		40	avr-10			non
Journaliste	Femme		35	mai-10			non

Journaliste	Homme	sans étiquette	30	mai-10			oui E
Gestionnaire	Femme		50	mai-10			non
Journaliste	Homme	SDJ	45	juin-10	nov-10		oui E
Journaliste	Homme	SNJ	50	nov-10			oui N
Journaliste	Homme	Spécialiste	45	déc-10			non
Journaliste	Femme	SDJ	30	janv-11			oui E
Journaliste	Homme	SDP	30	janv-11			oui E
Journaliste	Homme	sans étiquette	30	févr-11			oui E
Journaliste	Homme	USJ-CFDT	30	févr-11			oui E
Ouvrier du Livre	Femme		60	févr-11			non
Journaliste	Homme	APCP	80	mars-11			oui N
Employé	Homme	CGT	50	mars-11			oui E
Employeur	Homme	PQN	45	mars-11			oui N
Journaliste	Homme	SNJ-CGT	45	mars-11			oui E
Cadre	Homme	SDP	55	mars-11			oui E
Cadre	Homme		45	mars-11			non
Journaliste	Femme		35	mars-11			non
Prestataire	Homme		30	mars-11			non
Cadre	Femme		30	mars-11			non
Expert	Homme	Secafi Alpha	45	avr-11			non
Journaliste	Homme	SNJ	35	avr-11	sept-11		oui E
Journaliste	Homme	SDJ / Assises	55	mai-11			non
Journaliste	Homme	SNJ	75	oct-11			non
Journaliste	Homme	SDJ	80	oct-11			non
Journaliste	Homme	SJ-CFTC	45	nov-11	nov-11		oui N
Journaliste	Homme	SNJ-CGT	35	nov-11			oui N
Journaliste	Femme	SNJ	60	nov-11			oui N
Journaliste	Homme	SDJ	40	nov-11	mai-12		oui

Magistrat	Homme	Cour de cassation	65	nov-11			non
Journaliste	Homme	SJ-CFTC	50	janv-12			oui N
Journaliste	Homme	SUD	65	janv-12			oui E
Journaliste	Homme	SNJ	38	févr-12			oui N
Journaliste	Femme	SNJ-CGT	50	févr-12			oui N
Journaliste	Homme	SNJ-CGT	55	févr-12			oui N
Journaliste	Homme	SNJ-CGT	45	févr-12			oui N
Journaliste	Homme	SGJ-FO	50	févr-12			oui N
Journaliste	Homme	SDJ	70	févr-12	mars-12		non
Journaliste	Homme	SNJ-CGT	55	févr-12			oui E
Journaliste	Homme	SGJ-FO	55	févr-12			oui E
Journaliste	Homme	USJ-CFDT	65	mars-12			oui N
Journaliste	Femme	USJ-CFDT / APCP	65	mai-12			oui N
Journaliste	Homme	SGJ-FO	55	mai-12			oui N
Employeur	Homme	FFAP / APCP	65	mai-12			oui N
Journaliste	Homme	SNJ	35	mai-12			oui E
Journaliste	Homme	Association	55	mai-12			oui E
Journaliste	Homme	SNJ	65	mai-12			oui N
Ouvrier du Livre	Homme	CGT	45	juin-12			oui E

Annexe 2 : Profil des enquêtés

Catégorie	*Variable*	*Effectifs*	*Pourcentage*
Genre			
	Hommes	56	80,0
	Femmes	14	20,0
Organisation			
Syndicats de salariés	*SNJ*	10	14,3
	CGT	9	12,9
	CFDT	4	5,7
	CFTC	2	2,9
	FO	2	2,9
	SUD	1	1,4
	SDJ	10	14,3
	SDP	5	7,1
	Association	3	4,3
	Syndicat employeur	3	4,3
	Non affilié	20	28,6
Fonction			
	Journaliste	51	72,9
	Ouvrié	2	2,9
	Employé	3	4,3
	Cadre	5	7,1
	Directeur	6	8,6
	Autres	3	4,3
Mandat			
	Avec mandat électif	50	71,4
	Sans mandat électif	20	28,6
Total		70	100

Annexe 3 : Groupes, dates et lieux des observations

Participant		*Public*		*Pur observateur*	
Association de préfiguration d'un conseil de presse		***Assises internationales du journalisme***		***Commission supérieure de la carte d'identité des journalistes***	
05/04/2011	FFAP, Paris	8-9-10/11/20122	TAP, Poitiers	21/11/2011	CCIJP, Paris
16/05/2011	FFAP, Paris	2-3-4/10/2012	TAP, Poitiers	***Tribunal administratif***	
16/06/2011	FFAP, Paris	13/06/2013	Sorbonne, Paris	24/11/2011	Paris
15/09/2011	FFAP, Paris	***CNMJ***			
04/10/2011	FFAP, Paris	29/09/2011	Grand Palais, Paris		
03/11/2011	FFAP, Paris	27-28/09/2012	Grand Palais, Paris		
15/12/2011	FPH, Paris	***Colloque SNJ***			
12/01/2012	FFAP, Paris	06/12/2011	CG, Paris		
15/02/2012	FFAP, Paris				
10/03/2012	FFAP, Paris				
11/05/2012	FFAP, Paris				
07/06/2012	FFAP, Paris				
06/07/2012	FFAP, Paris				
04/09/2012	FFAP, Paris				
15/10/2012	FFAP, Paris				
19/11/2012	FFAP, Paris				
11/12/2012	FPH, Paris				
Observatoire de la déontologie de l'information					
24/01/2012	FPH, Paris				
23/03/2013	CFJ, Paris				
18/06/2012	FPH, Paris				
12/09/2012	FFAP, Paris				
26/09/2012	FFAP, Paris				
11/10/2012	FFAP, Paris				
06/12/2012	FFAP, Paris				
04/04/2013	FPH, Paris				
Alliance internationale de journalistes					
26/09/2012	FPH, Paris				
27/02/2012	FPH, Paris				
11/04/2012	FPH, Paris				

Annexe 4 : Cartes d'identité professionnelle de journaliste délivrées pour l'année 2012

Statut	Hommes	Femmes	Total
Premières demandes			***1 993***
Journalistes mensualisés stagiaires	288	379	667
Journalistes mensualisés titulaires	50	49	99
Journalistes rémunérés à la pige stagiaires	479	636	1115
Journalistes rémunérés à la pige titulaires	58	54	112
Renouvellements			***35 019***
Journalistes mensualisés stagiaires	462	525	987
Journalistes mensualisés titulaires	14 338	10 917	25 255
Journalistes rémunérés à la pige stagiaires	337	487	824
Journalistes rémunérés à la pige titulaires	2 759	3 123	5 882
Demandeurs d'emploi	838	666	1 504
Directeurs	470	97	567
Total général	**20 079**	**16 933**	**37 012**

Source : Statistiques CCIJP au 3 janvier 2013. [En ligne], [URL : http://www.ccijp.net/article-33-cartes-attribuees-en.html], consulté le 2 juillet 2013.

Annexe 5 : Corpus de cas de recours devant le Conseil d'État

Cas recevables (37)					Cas Irrecevables (13)	
Nature de l'activité			**Autres**		**Fonctionnement**	
20 cas			**17 cas**		**13 cas**	
1977 (98210)	promotion		**Contrat de travail**		*1979 (11407)*	requérant employeur
1977 (98211)	promotion		**4 cas**		*1979 (13125)*	requérant employeur
1989 (85366)	conception		*1985 (44226)*	subordination	*1986 (67903)*	délai
1992 (99402)	actualité		*1995 (146784)*	droit d'auteur	*1988 (85226)*	cassation TA
1995 (150652)	promotion		*2006 (288118)*	convention collective	*1990 (80801)*	annulation carte
1996 (153301)	promotion		*2006 (289762)*	subordination	*1990 (87281)*	annulation carte
1997 (175792)	promotion		**Nature de l'entreprise**		*1994 (104789)*	carte directeur
1997 (170320)	actualité		**4 cas**		*2005 (270287)*	requête pas signée
1998 (182603)	communication		*1995 (143108)*	agence	*2005 (270295)*	requête pas signée
2001 (206090)	promotion	Canal +	*1997 (146975)*	agence	*2005 (270296)*	requête pas signée
2001 (208527)	promotion		*2001 (219930)*	presse	*2005 (270299)*	requête pas signée
2005 (270289)	création		*2002 (219829)*	AV	*2005 (270300)*	requête pas signée
2005 (270291)	création		**Revenus**		*2005 (270297)*	requête pas signée
2005 (270290)	création		**4 cas**			
2005 (270288)	création	France 3	*1972 (81200)*	minimum		
2005 (270293)	création		*1977 (2688)*	principal		
2005 (270294)	création		*1983 (34198)*	minimum		
2005 (270298)	création		*2005 (272429)*	justifier		
2007 (294794)	promotion		**Exercer sans carte**			
2007 (296389)	actualité		**3 cas**			
			2002 (251803)	carte		
			2004 (271140)	carte		
			2006 (289761)	carte		
			Incompatibilités			
			2 cas			
			1986 (59289)	agent public		
			1997 (165347)	agent public		

Annexe 6 : Recours devant la CSCIJP (2010)

Date de la décision	*Nombre de décisions rendues*	*Confirmation*	*Infirmation*	*Réformation /Annulation*	*Irrecevabilité*	*Désistement*
14/12/2009	12	7	5	0	0	0
23/12/2009	11	6	5	0	0	0
1er/02/2010	10	5	5	0	0	0
22/02/2010	12	4	8	0	0	0
08/03/2010	11	2	8	0	1	0
29/03/2010	15	2	13 (série)	0	0	0
12/04/2010	13	7	0	6	0	0
10/05/2010	12	6	1	4	1	0
31/05/2010	12	5	2	4	0	1
14/06/2010	11	9	1	1	0	0
28/06/2010	13	6	4	2	0	1
12/07/2010	11	5	4	1	1	0
20/09/2010	15	2	10	1	0	2
04/10/2010	13	6	6	0	0	1
18/10/2010	13	3	7	2	0	1
15/11/2010	14	6	4	4	0	0
22/11/2010	13	3	9	1	0	0
06/12/2010	22	0	22(série)	0	0	0
13/12/2010	10	1	9	0	0	0
TOTAL	243	85	123	26	3	6
%	**100**	**35**	**61,3**		**3,7**	

Source : Arrêtés des 13 novembre 2009, 25 janvier 2010, 3 mars 2010. Statistiques internes de la CSCIJP à partir des séances du 23 novembre 2009 au 13 décembre 2010, transmises par l'un de ses membres.

Annexe 7 : Reproduction d'une décision de la CSCIJP (anonyme)

COMMISSION SUPÉRIEURE
DE LA CARTE D'IDENTITÉ DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS
Dossier n° X
Décision du (date)

La Commission Supérieure de la Carte d'identité des Journalistes professionnels,

Composée en sa séance du… (date) de… (liste des membres, titulaires et remplaçants, présents).

Assistée par X, secrétaire de séance,

Vu les articles L 7111-6, R 7111-1 à R 7111-35 du code du travail,

Statuant sur la réclamation formée par Mlle Y contre une décision, en (date), par laquelle la Commission de première instance a refusé de lui renouveler la carte d'identité de journaliste professionnel au titre de l'année 2011 ;

Vu cette décision, ensemble les pièces du dossier ;

Vu le recours formé par Mlle Y ;

Vu ses explications écrites ;

Ouï en son rapport M. Z., président ;

Vu l'intervention volontaire de M. A. ;

Ouï Mlle Y et M. A. en leurs explication orales ;

L'affaire étant mise en délibéré, après consultation des suppléants ne remplaçant pas un titulaire, et le prononcé de la décision fixé au… (date) ;

En la forme :

Attendu que la décision attaquée a été notifiée par lettre recommandée avec avis de réception du… (date) ; que la réclamation a été régulièrement introduite, le… (date), dans le délai imparti par la loi ; qu'elle est donc recevable ;

Sur l'intervention volontaire de la société S. :

Attendu que M. A. déclare intervenir volontairement à l'instance, en qualité de…, afin de soutenir la réclamation de celle-ci ; que cette intervention volontaire est recevable ;

Au fond :

Attendu qu'aux termes de l'article L. 7111-3 du Code du travail : « est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources » ; que selon l'article L 7111-4 dudit code, « sont assimilés

aux journalistes professionnels les collaborateurs directs de la rédaction, rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-réviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes, à l'exclusion des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent, à un titre quelconque, qu'une collaboration occasionnelle » ; qu'aux termes de l'article L 7111-5 du même code, « les journalistes exerçant leur profession dans une ou plusieurs entreprises de communication au public par voie électronique ont la qualité de journaliste professionnel » ; qu'en vertu de l'article R. 7111-1 du même code, la carte d'identité professionnelle des journalistes « ne peut être délivrée qu'aux personnes qui, conformément aux dispositions des articles L. 7111-3 à L. 7111-5, sont journalistes ou sont assimilées à des journalistes professionnels » ;

Attendu que Mlle Y s'est vu refuser le renouvellement de la carte d'identité de journaliste professionnel au motif que… (explications).

Attendu cependant qu'il résulte des explications écrites de Mlle Y ainsi que des documents produits, de l'audition de M. A et des débats que… (explications).

Et attendu qu'il a été jugé tant par le Conseil d'État (CE n°… publié au Recueil Lebon) que par la Cour de cassation (Cass. Soc. n°…) et par la commission supérieure (CSCIJP n°…) que le législateur a entendu exclure de la définition du journaliste professionnel énoncée à l'article L 761-2 devenu L 7111-3 du code du travail… (explications).

Attendu qu'en conséquence,… (explications) ; que la décision de la commission de première instance encourt l'infirmation ;

Par ces motifs :

Déclare recevable l'intervention volontaire de Mr A. ;

Infirme la décision déférée ;

Accorde à Mlle Y. la carte d'identité de journaliste professionnel au titre de l'année 2011 ;

Ainsi jugé par… (Nom, date).

Annexe 8 : Reproduction d'un arrêt du Conseil d'État (anonyme)

CONSEIL D'ÉTAT
Statuant au contentieux

N°
_____

M. X
_____

M. Y
Rapporteur
_____

M. Z
Commissaire du gouvernement
_____

Date
_____

REPUBLIQUE FRANÇAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

Le Conseil d'État statuant au contentieux
(Section du contentieux, 6ème et 1ère sous-sections réunies)

Sur le rapport de la 6ème sous-section
de la Section du contentieux

Vu la requête, enregistrée le 2 février 2006 au secrétariat du contentieux du Conseil d'État, présentée par M. X, demeurant Malouinière de la Haye à Taden (22100) ; M. X demande au Conseil d'État :

1°) d'annuler la décision du 9 janvier 2006 par laquelle la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels a confirmé la décision du 17 novembre 2005 de la commission du premier degré refusant de lui accorder, au titre de l'année 2005, la carte d'identité de journaliste professionnel ;

2°) d'enjoindre à la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels de réexaminer sa demande de délivrance de carte d'identité de journaliste professionnel ;

3°) de mettre à la charge de l'État le versement de la somme de 500 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative ;

……

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu la Constitution du 4 octobre 1958 et la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen à laquelle renvoie son Préambule ;

Vu la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ;

Vu le code du travail, notamment ses articles L. 761-1 à L. 761-16 ;

Vu le code de justice administrative ;

Après avoir entendu en séance publique :

- le rapport de M. Y, Maître des Requêtes,

- les conclusions de M. Z, Commissaire du gouvernement ;

Considérant que, par sa décision du 17 novembre 2005, confirmée par la décision attaquée du 9 janvier 2006, la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels a refusé à M. X l'attribution de la carte d'identité des journalistes professionnels au titre de l'année 2005 ;

Considérant que la loi du 29 mars 1935 a introduit dans le code du travail les dispositions relatives au statut professionnel des journalistes, qui, après avoir été modifiées par des lois ultérieures, sont aujourd'hui codifiées aux articles L. 761-1 à L. 761-16 de ce code ; que l'article L. 761-1 du code dispose : « Sous réserve de ce qui est dit au présent chapitre, les dispositions des livres I à VI du code du travail sont applicables aux journalistes professionnels et assimilés » ; qu'aux termes de l'article L. 761-2 du même code : "Le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources / (…) / Sont assimilés aux journalistes professionnels les collaborateurs directs de la rédaction : rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-réviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes, à l'exclusion des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent, à un titre quelconque qu'une collaboration occasionnelle. / Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel au sens du premier alinéa du présent article est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. » ; qu'aux termes de l'article L. 761-15 du même code : « Peuvent seules se prévaloir de la qualité de journaliste soit à l'occasion de l'établissement d'un passeport ou de tout autre acte administratif, soit en vue de bénéficier de dispositions prises en faveur des représentants de la presse par les autorités administratives, les personnes énumérées à l'article L. 761-2 et titulaires d'une carte d'identité professionnelle » ;

Considérant, d'une part, que le moyen tiré de ce que la décision attaquée, prise sur le fondement de l'article L. 761-2 du code du travail, méconnaîtrait l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen à laquelle renvoie le Préambule de la Constitution du 4 octobre 1958, tend en réalité à contester la conformité de ces dispositions législatives aux règles et principes de valeur

constitutionnelles et n'est donc pas de nature à être discuté devant le juge administratif ; que les dispositions précitées du code du travail n'ont pas pour objet et ne sauraient avoir pour effet de porter atteinte à la liberté d'expression garantie notamment par l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ;

Considérant, d'autre part, que les dispositions législatives précitées, codifiées dès l'origine dans le code du travail, ont entendu réserver le bénéfice de la carte d'identité des journalistes professionnels aux salariés dont la situation est régie par ce code ; que, pour refuser à M. X l'attribution de la carte d'identité de journaliste professionnel, la commission supérieure s'est fondée sur la circonstance qu'il est l'unique associé-gérant d'une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, Emeraude presse, et que cette situation le plaçait en dehors du champ d'application du code du travail ; qu'en retenant de tels motifs, la commission n'a pas méconnu les dispositions législatives dont elle devait faire application ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que M. X n'est pas fondé à demander l'annulation de la décision attaquée ; que ses conclusions à fin d'injonction et à fin d'application de l'article L. 761-1 du code de justice administrative doivent être rejetées par voie de conséquence ;

D E C I D E :

Article 1er : La requête de M. X est rejetée.

Article 2 : La présente décision sera notifiée à M. X, au président de la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels et au ministre de la culture et de la communication.

Annexe 9 : Arbre de classification

Registres	Critères	Application
Technique	Les indices	Indices formels
	Principale	Répartition objective des revenus
	Rétribuée	Avoir une rémunération (quelle qu'elle soit)
	Lieu d'exercice	Publication ou nature de l'entreprise
	Communication	Qualifier les faits
Professionnel	Les indices	Indices informels
	Principale	Activité exercée à titre professionnelle
	Régulière	Minimum de ressources appliqué
	Rétribuée	Avoir un salaire (salarié)
	Lieu d'exercice	La pluralité des supports
	Informer	Le journaliste crée
	Informer	Le journaliste informe
	Divertissement	Le journalisme pédagogique
Déontologique	Incompatibilités	Ne pas mélanger les genres
	Communication	Ne pas mélanger les genres
	Divertissement	Ne pas mélanger les genres
Financier	Principale	Réserver les emplois de journalistes aux professionnels
	Régulière	Tenir son rang
	Rétribuée	Protéger le statut du travailleur
	Incompatibilités	Ne pas fausser la concurrence

Annexe 10 : Projet de déclaration des droits et des devoirs de la presse libre

Article premier. – La presse n'est pas un instrument de profit commercial mais un instrument de culture ; sa mission est de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain.

Art. 2. – La presse ne peut remplir sa mission que dans la liberté et pas la liberté.

Art. 3. – La presse est libre quand elle ne dépend ni de la puissance gouvernementale, ni des puissances d'argent, mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs.

Art. 4. – Toute censure de la presse, hors le cas de nécessités militaires reconnues et définies en temps de guerre par les élus du peuple, est une violation des Droits de l'Homme.

Art. 5. – Toute intervention du Gouvernement ou d'un agent du Gouvernement pour restreindre directement ou indirectement la liberté de la presse est un crime ou un délit qui doivent être réprimés par la loi.

Art. 6. – Lorsque des contraintes matérielles limitent temporairement le nombre ou le tirage des journaux, cette limitation ne doit pas dépendre du Gouvernement, mais des élus du peuple ou des organisations désignées par eux.

Art. 7. – Toute entreprise de presse doit être constituée en société.

Art. 8. – Dans toute société de presse, la majorité assurant le contrôle de l'entreprise doit appartenir soit à un groupement politique ou idéologique, soit à une équipe comprenant les fondateurs, les directeurs, animateurs et éventuellement, les collaborateurs réguliers de l'entreprise.

Art. 9. – Tout acte ou tentative capitaliste tendant à déposséder les possesseurs légitimes d'une entreprise de presse ou à limiter leur liberté d'expression, à acheter leur concours ou leur silence sont un crime ou un délit qui doivent être réprimés par la loi.

Art. 10. – Toute entreprise de presse doit vivre exclusivement du produit de sa vente, de ses abonnements, d'une publicité honnête et contrôlée, et éventuellement des subventions versées publiquement par des groupements politiques ou idéologiques, elle doit publier ses ressources et ses bilans dûment vérifiés.

Source : Projet soumis à l'examen de la FNPF par Albert Bayet, en octobre 1945 (archives personnelles de J. Schwoebel et D. Perier Daville).

Annexe 11 : Comparaison droit de la presse et déontologie journalistique

	Droit	***Déontologie***
Principes constitutionnels	Droit public à l'information	Critère n°1 de refus de la censure et refus des pressions
	Liberté de la presse	Indépendance des médias et des journalistes
Respect des personnes	Injures et diffamation	Respect du droit. La charte de Munich de 1971 réprouve la calomnie, les accusations sans preuves, la diffamation
	Image de la personne mise en cause dans une procédure pénale (ex. : menottes)	Respect de la dignité des personnes, refus du harcèlement
	Atteintes à la vie privée	Respect de la vie privée
	Présomption d'innocence	Respect du droit
	Secret de l'enquête et de l'instruction	Non-respect du droit si l'importance de l'information l'exige au regard du droit à l'information des citoyens
	Protection des mineurs	Respect du droit
	Relaxe, amnistie	Droit de suite sur l'affaire, droit à l'oubli
Défense de l'ordre social	Incitation au meurtre et à la violence, apologie des crimes et délits, provocation à ces actes	Respect du droit, tout en informant sur ces dérives. Pas de complaisance dans la représentation de la violence et l'exploitation de l'émotion
	Protection des secrets de la Défense nationale	Respect du droit en conscience, par comparaison à la liberté de la presse et au droit à l'information des citoyens
	Offense et outrage au Président de la République et aux chefs d'États étrangers	Respect du droit, tout en informant
	Diffusion de fausses nouvelles pouvant menacer les paix publiques	Respect du droit
	Propos racistes et sexistes	Respect du droit. Respect des minorités.
Pratiques professionnelles	Respect du secret des sources	Indication des sources sauf exceptions justifiées. Protection des sources et secret professionnel. Indépendance à l'égard de ses

		sources. Éviter les possibles conflits d'intérêts
	Pas d'autres rétributions (convention collective)	Rejet de la corruption, des cadeaux, avantages en nature, « ménages », etc. pouvant porter atteinte à l'indépendance. Incompatibilités avec des fonctions de communicant
	Respect de « l'honnêteté de l'information », principe à valeur constitutionnelle	Pas de diffusion de rumeurs. Information « équitable » si plusieurs parties en cause. Respect de la diversité des opinions. Respect de la vérité, vigilance et vérification
	Droit de réponse. Obligation d'insertion judiciaire	Respect du droit de réponse. Devoir de rectification. Obligation morale de « suivi » de l'information
	Pas de publicité rédactionnelle (convention collective)	Refus de la confusion entre information et publicité, promotion, propagande. Vigilance sur les partenariats. Codes d'usage du sponsoring
	Contrefaçon, reproduction illicite, droit d'auteur	Refus du plagiat, citation des auteurs dont on a utilisé le travail
	Droit d'accès aux documents administratifs	Obligation de complétude et pluralité des sources
		Respect des embargos consentis. Refus des méthodes déloyales

Source : Publié dans le Bulletin de l'APCP n°10, novembre 2011, [En ligne] [URL : http://apcp.unblog.fr/files/2011/11/bulletinn10.pdf], consulté le 9 septembre 2013.

Annexe 12 : Thèmes des débats aux Assises internationales du journalisme (2011-2012)

	2011		***2012***	
	Points	%	Points	%
Pratiques journalistiques	9.5	50	12	50
Relation au public	3.5	18,4	1,5	6,3
Ethique	3.5	18,4	4,5	18,7
Panorama des journalistes	1.5	7,9	1	4,2
Avenir	1	5,3	5	20,8

Méthode : Les débats (19 en 2011 ; 24 en 2012) sont répartis entre cinq thèmes généraux : pratique journalistique ; relation au public ; éthique ; panorama des journalistes ; avenir du secteur. Si un atelier porte sur un thème uniquement, 1 point est attribué au thème. S'il porte sur deux thèmes, 0,5 point est attribué à chaque thème. Le thème « relation au public » est crédité de 3,5 points sur les 19 distribués aux assises de 2011.

Annexe 13 : Code de déontologie des journalistes dit « Code Frappat » (2009)

1- LE METIER DE JOURNALISTE

1-1 Le journaliste a pour fonction de rechercher, pour le public, des informations, de les vérifier, de les situer dans un contexte, de les hiérarchiser, de les mettre en forme, et éventuellement de les commenter, afin de les diffuser, sous toute forme et sur tout support.

1-2 Il le fait, au sein d'une équipe rédactionnelle, sous l'autorité de la direction de la rédaction et la responsabilité du directeur de la publication, dans le cadre d'une politique éditoriale définie.

1-3 Les journalistes et les responsables éditoriaux placent au cœur de leur métier le droit du public à une information de qualité. À cette fin, ils veillent avec la même exigence au respect des règles déontologiques énoncées dans ce code.

1-4 L'indépendance du journaliste, condition essentielle d'une information libre, honnête et pluraliste, va de pair avec sa responsabilité. Le journaliste doit toujours avoir conscience des conséquences, positives ou négatives, des informations qu'il diffuse.

2 - LE RECUEIL ET LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

2-1 Le journaliste doit s'attacher avant tout à l'exactitude des faits, des actes, des propos qu'il révèle ou dont il rend compte.

2-2 Le journaliste examine avec rigueur et une vigilance critique les informations, documents, images ou sons qui lui parviennent. Le souci d'assurer au plus vite la diffusion d'une information ne dispense pas d'une vérification préalable de la crédibilité des sources.

Le journaliste est attentif aux critiques et suggestions du public. Il les prend en compte dans sa réflexion et sa pratique journalistique.

2-3 Le journaliste s'assure que les textes, documents, images qu'il présente n'ont fait l'objet d'aucune altération ou falsification de nature à déformer la réalité des faits. Toute modification volontaire d'une image doit être portée à la connaissance du public.

2-4 L'origine des informations publiées doit être clairement identifiée afin d'en assurer la traçabilité. Le recours à l'anonymat n'est acceptable que lorsqu'il sert le droit à l'information ; dans ce cas, le journaliste en avertit le public après avoir informé son supérieur hiérarchique de la nature de ses sources.

2-5 Le journaliste s'interdit tout plagiat. Il cite les confrères dont il reprend les informations.

2-6 Le journaliste rectifie dans les meilleurs délais et de la façon la plus visible les erreurs qu'il a pu commettre. Il doit avertir le public des manipulations dont il a pu être victime.

2-7 Le journaliste s'interdit d'utiliser des moyens déloyaux pour obtenir des informations. Dans les cas où le recueil d'informations ne peut être obtenu qu'en cachant soit sa qualité de journaliste soit son activité journalistique, il en informe préalablement sa hiérarchie, s'en explique auprès du public et donne la parole aux personnes mises en cause.

2-8 Le journaliste veille à ne faire preuve d'aucune complaisance dans la représentation de la violence et dans l'exploitation des émotions.

3 - LA PROTECTION DU DROIT DES PERSONNES

3-1 Le journaliste respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence. Il veille à ne pas mettre en cause, sans information crédible sur les faits allégués, la réputation et l'honneur d'autrui. Il n'abuse pas de l'état de faiblesse ou de détresse de personnes vivant des événements dramatiques pour obtenir d'elles des informations ou des documents.

3-2 Le journaliste respecte la vie privée des personnes et ne diffuse d'informations dans ce domaine que si elles apparaissent nécessaires à la compréhension d'événements ou de situations de la vie publique.

3-3 Le journaliste veille à ne pas nourrir la haine, les discriminations ou les préjugés à l'égard de personnes ou de groupes. Il ne relaie pas des réactions de lecteurs, d'auditeurs, de téléspectateurs ou d'internautes qui risquent d'entretenir ces mêmes sentiments.

4 - L'INDEPENDANCE DU JOURNALISTE

4-1 Le journaliste garde recul et distance avec toutes les sources d'information et les services de communication, publics ou privés. Il se méfie de toute démarche susceptible d'instaurer entre lui-même et ses sources un rapport de dépendance, de connivence, de séduction ou de gratitude.

4-2 Le journaliste ne confond pas son métier avec celui de policier ou de juge. Il n'est pas un agent de renseignements. Il refuse toute confusion entre information et promotion ou publicité.

4-3 Le journaliste s'interdit toute activité lucrative, extérieure à l'exercice de son métier, pouvant porter atteinte à sa crédibilité et à son indépendance.

Annexe 14 : Synthèse de cinq chartes réalisée par l'APCP

Ce document, réalisé par un groupe de travail de l'APCP, fait la synthèse de cinq textes-sources qui constituent de fait un socle de référence des journalistes en France, soit en raison de leur rôle historique, soit parce qu'ils sont le résultat d'efforts récents de groupes de réflexion au sein de la profession :

- La Charte d'éthique professionnelle des journalistes du SNJ, dont la première version date de 1918 et la troisième et dernière de mars 2011 ;

- La Déclaration de principe sur la conduite des journalistes de la Fédération internationale des journalistes (FIJ) de 1954 révisée en 1986 ;

- La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, élaborée en 1971 à Munich par un collège professionnel syndical européen ;

- La Charte qualité de l'information rédigée en 2008 par un collège professionnel d'horizons variés à l'initiative des Assises internationales du journalisme ;

- Le Projet de code de déontologie pour les journalistes proposé en octobre 2009 par un « Comité des sages » réuni à la suite des Etats Généraux de la Presse Ecrite (automne 2008) autour de Bruno Frappat.

L'essentiel des règles déontologiques énoncées dans cette synthèse est commun à ces textes, qui ne se contredisent pas sur les principes, mais se complètent. Cette synthèse contribue au dialogue et à la réflexion sur ces questions.

Ces règles y sont déclinées en six chapitres :

- le droit citoyen à l'information,
- la responsabilité des éditeurs et des journalistes,
- l'indépendance du journaliste et l'autorité éditoriale
- la collecte de l'information, § le traitement éditorial de l'information,
- les engagements personnels du journaliste.

I. Le droit citoyen à l'information

1. Les droits à l'information, à l'expression et à la critique sont des droits fondamentaux de l'être humain.

2. L'exercice de ces droits requiert la pluralité de médias libres, indépendants et de qualité.

3. Leur existence est inséparable de l'exercice de la démocratie telle qu'elle est proclamée par la Constitution de la République française et par la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

II. La responsabilité des éditeurs et des journalistes

4. La réalisation et la diffusion d'un média sont un acte d'édition et de journalisme. Les responsabilités de l'éditeur et du journaliste ne peuvent être confondues.

5. Cet acte engage chacun de ses acteurs individuellement et collectivement vis-à-vis du public**.**

6. La responsabilité de l'éditeur de média et du journaliste à l'égard du public prime sur toute autre. Elle fonde l'éthique ainsi que les devoirs et les droits de tous les acteurs de la chaîne éditoriale, quel que soit le média.

7. L'éditeur doit garantir au journaliste les conditions du respect des règles déontologiques.

III. L'indépendance du journaliste et l'autorité éditoriale

8. L'indépendance et la liberté d'action du journaliste, condition essentielle d'une information libre, honnête et pluraliste, vont de pair avec sa responsabilité.

9. Le journaliste accomplit librement sa tâche au sein d'une équipe rédactionnelle, sous la seule autorité des chefs de la rédaction et sous la responsabilité du directeur de la publication.

10. La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit lui être assurée, quel que soit son lien juridique avec l'entreprise éditrice.

11. Le journaliste ne peut être contraint d'accomplir un acte, d'exprimer une opinion, ou d'être associé à une expression éditoriale, qui seraient contraires à sa conscience ou aux règles déontologiques.

12. Il n'accepte aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs, ne cède à aucune influence intéressée ou pression et s'assure d'agir avec la plus grande autonomie de jugement possible.

IV. La collecte de l'information

13. Le journaliste doit pouvoir accéder à toutes les informations d'intérêt public.

14. Il s'attache avant tout à l'exactitude des faits.

15. La recherche et la collecte des faits décrivant la réalité sont conduites sans *a priori*, dans un souci d'équité et d'impartialité.

16. Le droit à l'information des citoyens fonde le journaliste à rompre, si nécessaire à l'intérêt public, le secret opposé par des acteurs publics ou privés.

17. La volonté de diffuser au plus vite ou en exclusivité une information ne doit l'emporter ni sur l'évaluation et la vérification des sources, ni sur le sérieux de l'enquête.

18. Le journaliste examine avec rigueur et vigilance critique les informations, documents, images, sons et prises de position qu'il collecte ou qui lui parviennent. Il s'assure notamment qu'ils n'ont fait l'objet d'aucune altération ou falsification de nature à déformer la réalité.

19. Il proscrit tout moyen déloyal ou vénal pour obtenir informations, images, sons et documents. De tels procédés ne peuvent lui être imposés par sa hiérarchie.

20. Lorsque sa sécurité, celle de ses sources, ou la gravité des faits le conduisent à taire soit sa qualité de journaliste soit son activité journalistique, il prévient sa hiérarchie, s'en explique dès que possible vis-à-vis du public, et s'efforce de donner la parole aux personnes mises en cause.

21. L'origine des informations publiées doit être clairement indiquée. Le recours à l'anonymat n'est acceptable que lorsqu'il sert le droit à l'information ; dans ce cas, le journaliste en avertit le public après avoir informé son supérieur hiérarchique de la nature de ses sources.

22. Le journaliste n'abuse pas de l'état de faiblesse ou de détresse de personnes pour obtenir d'elles des informations ou des documents.

23. Il garde recul et distance avec ses sources d'information, et évite d'instaurer avec elles toute connivence ou dépendance, qu'il les sollicite ou qu'elles se présentent à lui.

24. Il respecte le secret à l'égard des personnes qui l'ont informé confidentiellement et veille à les protéger.

V. Le traitement éditorial de l'information

25. Chaque journaliste et chaque éditeur de média se portent garants, pour la part leur incombant, d'un traitement éditorial n'altérant, ne déformant et ne falsifiant pas les faits, les documents, les images et les sons.

26. Le journaliste bannit l'approximation, l'invention, le mensonge, la rumeur.

27. Il refuse toute censure et veille à ne pas s'autocensurer, en particulier lorsque les éléments dont il dispose contredisent ses présupposés, ses prévisions ou ses préférences.

28. Il recherche la vérité, cultive le doute en toute circonstance, notamment face à l'autorité, à l'assurance du grand nombre et au charisme individuel; avec arguments et preuves, il combat le scepticisme.

29. Il veille à ne servir aucun intérêt particulier en relayant publicité, promotion, ou propagande, et à ne faire l'objet d'aucune manipulation. Il avertit le public d'une manipulation dont il a pu être l'objet.

30. Il ne fait preuve d'aucune complaisance dans la représentation de la violence et dans l'exploitation des émotions.

31. Il s'interdit tout plagiat et cite les journalistes et les médias dont il reprend les informations.

32. Il s'efforce d'indiquer au public les circonstances d'élaboration et de publication de l'information.

33. Le journaliste et l'éditeur de média agissent sans intention de nuire. Ils s'interdisent toute malveillance, calomnie, diffamation ou injure.

34. Ils évitent toute mise en cause d'une personne sans élément probant. Ils ne le font qu'avec la plus grande circonspection en s'efforçant de donner la parole à la personne incriminée, ou à tout le moins de faire droit à son point de vue. Ils s'obligent à rendre compte jusqu'à leur terme des procédures judiciaires qu'ils ont évoquées.

35. Ils respectent la présomption d'innocence.

36. Ils s'interdisent tout préjugé et toute discrimination.

37. Ils veillent à ce que la diffusion d'une information ou d'une opinion ne contribue pas à nourrir les préjugés, les discriminations ou la haine ; d'une manière générale ils s'évertuent à ne pas contribuer à la manipulation des consciences et à favoriser l'autonomie d'appréciation du public.

38. Ils respectent la vie privée des personnes. Ils ne diffusent d'informations relevant de la vie privée que si elles servent le droit légitime à l'information des citoyens.

39. Ils doivent assurer le suivi de l'information.

40. Ils rectifient le plus rapidement possible, de manière visible, toute erreur ou information inexacte.

VI. Les engagements personnels du journaliste

41. Le journaliste ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge. Il n'est pas un agent de renseignements.

42. Il s'interdit de recevoir un quelconque avantage en raison de la diffusion ou de la non-diffusion d'une information.

43. Il s'interdit toute activité lucrative, extérieure à l'exercice de sa profession, pouvant porter atteinte à sa crédibilité, à son indépendance ou à celles du média auquel il collabore.

44. Il s'interdit toute activité où sa qualité de journaliste, son influence, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées à d'autres fins que l'information du public.

45. Il évite – ou met fin à – toute situation pouvant le conduire à un conflit d'intérêts dans l'exercice de son métier.

Source : Synthèse publié dans le Bulletin de l'APCP n° 19, juillet 2012, [En ligne] [URL : http://apcp.unblog.fr/files/2010/11/bulletin-apcp-n19.pdf], consulté le 9 septembre 2013.

Annexe 15 : Le passeport professionnel

Préambule

La qualité de l'information contribue à la qualité de la démocratie. Conscients de leur responsabilité sociale, journalistes et médias ont décidé la mise en œuvre d'un Passeport professionnel.

La vocation du Passeport professionnel est d'attirer l'attention des journalistes récemment entrés dans le métier sur les enjeux moraux et les risques éthiques qu'ils vont rencontrer durant leur carrière. Depuis plus d'un siècle, l'exercice du journalisme a établi progressivement un ensemble de règles partagées, un code de bons usages, que l'on appelle généralement la déontologie, et que l'on trouve dans les codes, chartes et textes divers, adoptés aux plans international, national ou à l'échelle de l'entreprise.

Il s'agit d'aborder les fondements du droit de la presse ou encore les grands principes professionnels comme la protection des sources, le rôle du journaliste, ce que contient comme exigences la mission d'informer les citoyens dans une société démocratique.

Le Passeport professionnel doit répondre aux questions que pose la pratique du métier.

À qui s'adresse ce Passeport professionnel ?

Les diplômés d'une filière reconnue par la profession sont *de facto* titulaires de ce Passeport professionnel.

Le Passeport professionnel concerne prioritairement les salariés récemment détenteurs de la carte d'identité professionnelle des journalistes et qui ne sont pas diplômés d'un cursus de formation initiale reconnu. Il n'a pas vocation à se substituer à ce dernier ; quelques dizaines d'heures ne sauraient remplacer les années d'apprentissage du métier dans une structure d'enseignement.

S'interroger sur le métier de journaliste

La connaissance des principes doit s'appuyer sur le droit, pour établir la différence de nature entre une démarche juridique et une intention morale.

La déontologie n'est pas affaire de principes abstraits, elle est au contraire une prescription pragmatique qui se rapporte à des gestes professionnels précis. C'est pourquoi le Passeport professionnel devra être organisé autour des 5 axes suivants :

1. La relation aux publics que le journaliste et son média informent : savoir comment ces publics sont identifiés et mesurés, quels sont les espaces de rencontre, de débat et de collaboration, et les objectifs poursuivis par le média ;

2. La relation aux sources d'information : les règles à respecter, les gestes pertinents pour

rassembler la documentation, la citer et l'exploiter de manière critique ;

3. Le recueil et l'exploitation des informations auprès des interlocuteurs : ces situations d'interaction doivent répondre à des savoir-faire relationnels respectueux et maîtrisés ;

4. L'exploitation des données chiffrées, statistiques, sondages : informer nécessite de la mesure, de la rigueur et l'obligation de restituer ces données dans leur contexte en tenant compte des stratégies des organismes émetteurs ;

5. La production journalistique est une œuvre collective : être journaliste, c'est faire équipe, respecter des principes communs et produire en interaction avec ses pairs et les autres métiers de l'entreprise médiatique. Il faut donc connaître le cadre économique, les textes, ainsi que les institutions et organisations qui structurent la profession.

Contenu et déroulé de la formation Passeport professionnel

1. Durée : 15 journées de formation

2. Contenu : les thèmes traités seront validés selon les mêmes dispositions qui valident les diplômes reconnus par la CPNEJ. Ces mêmes diplômes reconnus doivent intégrer ces enseignements dans leurs cursus de formation puisqu'ils exonèrent du suivi du passeport les titulaires de ces diplômes.

3. Mise en place : le suivi de ce cursus pourra être fractionné en modules selon l'organisation décidée par chaque centre de formation reconnu. Le délai de suivi complet ne devra pas dépasser deux ans.

4. Pédagogie : la formation s'effectuera pour partie en binôme (deux intervenants) et elle s'accompagnera d'un programme de lecture et de documentation en préalable et tout au long du cursus. Les acquis de cette formation seront évalués par les centres de formation avant la remise du passeport.

5. Attestation de fin de stage : seul le stagiaire dont l'attestation de fin de stage prouvera qu'il a suivi l'ensemble des modules pourra se prévaloir du Passeport professionnel.

6. Prise en charge : il est rappelé que les CPNEF (presse et audiovisuel) ont acté que ce Passeport professionnel est une priorité de la branche. La prise en charge sera assurée par l'AFDAS selon les règles de l'OPCA.

Source : Projet publié sur le site de la CNMJ [El ligne] [URL : http://www.cnmj.fr/wp-content/uploads/Passeport_Professionnel_CNMJ_20111216.pdf], version du 16 janvier 2012, consultée le 9 septembre 2013.

Annexe 16 : Quelques bulletins du SNJ



N°	Date	Titre
303	4ème trimestre 2011	Une / Retour aux sources pour les juges
		Edito / Responsabilités
302	3ème trimestre 2011	La charte du SNJ passe à la télé
		Edito / Résister
301	2ème trimestre 2011	Une / Auto-entrepreneur
		Edito / Nécessité
300	1er trimestre 2011	Une / Représentativité : retour de bâton
		Edito : Ethique
298-9	3ème et 4ème trimestres 2010	Une / Le SNJ sur le front des libertés
		Edito / Censure
297	2ème trimestre 2010	Une / Hadopi : le SNJ a déjà donné
		Edito / Justice
295-6	4ème trimestre 2009 et 1er trimestre 2010	Une / Déontologie, il y a urgence
		Edito / Discrédit
294	3ème trimestre 2009	Une / Le service public c'est notre avenir
		Edito / Violence
292-291	4ème trimestre 2008 et 1er trimestre 2009	Une / Les États généraux, et après
		Edito / Casse

Annexe 17 : Les déclarations du SNJ-CGT en 2012

Date	Titre
20/02/12	Scandaleuse censure du FN contre Mediapart
22/02/12	Syrie arrêtez le massacre
23/02/12	Libération d'une des journalistes turcs
27/02/12	Droits d'auteur des journalistes
28/02/12	Le SNJ solidaire de Charles Enderlin
29/02/12	Affaire al-Dura
29/02/12	Paris-Normandie : Hersant doit payer !
29/02/12	La mobilisation contre les mauvais coups c'est maintenant
02/03/12	Commission arbitrale des journalistes
07/03/12	TF1 et les journalistes à tout faire
12/03/12	Solidarité avec les journalistes tunisiens
14/03/12	Paris-Normandie ou le mépris absolu
17/03/12	Radio Lorraine cœur d'acier
30/03/12	Statut du journaliste et liberté d'informer
24/04/12	La CA des J conforme à la constitution
24/04/12	Mardi 1er mai 2012 : Ensemble, gagnons la justice sociale
24/04/12	Vers un puissant 1er mai
26/04/12	Elections CCIJP
27/04/12	Quand les banquiers contrôlent l'information
30/04/12	Colombie : inquiet du sort d'un journaliste français
30/04/12	Quand le candidat de l'UMP s'en prend aux libertés fonda
03/05/12	Journée de la liberté de la presse
04/05/12	Le 6 mai, libérons l'information
09/05/12	Sarkozy parti, gagner le droit à l'information !
09/05/12	Place au changement et au progrès social
14/05/12	Commission arbitrale des journalistes
16/05/12	Elections CCIJP
24/05/12	La gestion de Pouzilhac à France24
29/05/12	Il faut libérer Roméo Langlois
06/06/12	Elections CCIJP
15/06/12	Elections CCIJP
02/07/12	La France condamnée pour violation du secret des sources
09/07/12	Lettre ouverte à Mr Hollande
16/08/12	Quand France 2 relaie une opération de communication

23/08/12	L'AFP doit rompre son accord avec Getty Images
30/08/12	Tunisie : la liberté de la presse menacée par Ennahda
19/09/12	La SNC L'Equipe en grève
27/09/12	Non à l'austérité permanente et au pacte budgétaire
03/10/12	Justice et information font le spectacle
04/10/12	Adresse au premier ministre : le pluralisme est en danger
08/10/12	Manifestons pour la défense de l'emploi
22/10/12	Presse quotidienne régionale : patrons sans frontières
23/10/12	Le pluralisme est en danger
24/10/12	Liberté pour les journalistes turcs
05/11/12	Lettre à destination de l'ambassade de France en Turquie
12/11/12	Manifestons contre l'austérité
19/11/12	Une agression inqualifiable
03/12/12	Adieu Michel, ils ont pris ta voix
04/12/12	La situation symptomatique de l'agence SIPA
05/12/12	Ni Tapie, ni Pinault mais indépendance des rédactions
07/12/12	Solidaire des salariés d'OWNI
13/12/12	Le scandale de la maltraitance des pots de fleurs
18/12/12	Vouas aviez dit changement ?
19/12/12	Les errements d'une gouvernance
20/12/12	Tapie, patron de presse : un scandale absolu
21/12/12	Refusons de démantèlement de Prestallis

Annexe 18 : Calcul des effectifs syndiqués

	SNJ	SNJ-CGT	USJ-CFDT	J-CFTC	J-FO	J- CFE-CGC	J-SUD
Effectifs déclarés	2 850	1 300					
Effectifs estimés à partir des résultats 2009			794	307	290	286	253
Nombre de voix élections CCIJP 2009 (second tour)	7 470	2 882	1 937	750	708	698	619
Effectifs estimés à partir des résultats 2012			769	332	258	267	
Nombre de voix élections CCIJP 2012 (second tour)	6 252	2 546	1 603	693	538	558	

On dispose des effectifs déclarés du SNJ (2850) et du SNJ-CGT (1300). On calcule pour chacun le rapport « r » entre leur effectif et leur résultat (à partir du nombre de voix aux élections professionnelles).

Pour l'élection 2009 :

- SNJ : r = 0,38
- CGT : r = 0,45

Pour l'élection 2012 :

- SNJ : r = 0,45
- CGT : r = 0,51

Dans les deux cas, les rapports sont assez proches, ce qui valide en partie l'hypothèse de la corrélation entre effectifs et résultats. Afin de prendre en considération les effets contradictoires de gonflement des effectifs et le fait que certains adhérents ne peuvent voter à cette élection (journalistes à très bas revenus par exemple), on propose d'appliquer un rapport moyen de 0,41 pour estimer les effectifs des autres syndicats de journalistes en 2009 et de 0,47 pour 2012.

Concrètement, on multiplie le nombre de voix aux élections professionnelles par le rapport r pour estimer les effectifs des syndicats pour lesquels il est inconnu.

Exemple : Calcul des effectifs de l'USJ-CFDT en 2009

Nombre de voix obtenues en 2009 x r = 1 937 x 0,41 = 794

Les résultats sont assez proches entre 2009 et 2012 ce qui permet de conclure à une cohérence dans ces ordres de grandeur.

Annexe 19 : Les sociétés de journalistes

Titre	Date	Statut à la création	Fonda-teurs FFSJ janvier 1968	Membres décembre 1968	Membres juin 1974	Présents AG octobre 1983	Présents AG janvier 1986	Présents AG avril 1987	Présents AG octobre 1993	Membres du CA élus en février 1995	Membres fonda-teurs du forum 2005	SDJ actives en 2008	Membres du forum 2013
20 Minutes	2007	Association										*	
AFP	1967	Association						*	*	*		*	*
Agra Alimentation	1994												
Air et Cosmos	1972												
Antenne 2	1987							*					
Capital												*	*
Combat	1967	Association	*	*									
Concours médical	1970	Société civile											
Courrier Cadres	2003	Association										*	*
Courrier de l'Ouest	1967	Société anonyme	*	*									
Courrier International										*			
Elle	1968	Société civile			*	*						*	*
Euronews	1994	Association											
Europe 1	1967	Société civile	*	*					*	*			
France 24												*	*
France 3	1987							*		*			
France Soir	1950	Société civile			*				*				
Info Matin	1994	Association											
I-Télé	1999	Association										*	*
La Charente Libre	1972												
La Cinq	n.c.												
La Croix	1967												
La Dépêche du Midi	1967												
La Feuille						*			*	*			
La Liberté de l'Est	1969	Société civile			*								

La Nouvelle République du Centre Ouest	1968	SAPO											
La Tribune	1992	Association									*		*
La Tribune Desfossés	1993	Association							*				
La Vie	2007	Société civile										*	*
La Vie des métiers	1968			*									
La Voix du Nord	1970	Société civile	*	*	*								
L'Alsace	1965	Société anonyme	*	*	*	*	*	*				*	*
L'Aurore	1968			*	*								
Le Courrier de l'Ouest	1966	Société anonyme											
Le Courrier Picard	1969	Société civile			*		*	*					
Le Fait public	1969	Groupement d'intérêt économiqe											
Le Figaro	1965	Société anonyme	*	*	*				*	*	*	*	*
Le Havre Libre	1970	Groupement d'intérêt économiqe		*									
Le Journal du dimanche	1987	Association									*	*	*
Le Matin de Paris						*							
Le Midi Libre	1968	Société civile		*	*							*	*
Le Monde	**1951**	**Société anonyme**	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Le Monde Interactif	2004	Société civile										*	*
Le Nouveau journal	1984	Société civile											
Le Nouvel économiste	1982	Société civile				*		*					
Le Nouvel observateur	1969	Société									*	*	*
Le Parisien (libéré)	1967	Société anonyme	*	*					*	*			
Le Point	1982	Association							*		*	*	*
Le Progrès	1981	Association										*	*

Le Provencal	1968	Association											
Le quotidien de Paris					*								
Le télégramme de Brest	1968	Société anonyme	*	*	*	*	*	*					
L'Echo de la mode	1967	Société civile	*	*									
L'Equipe	1967	Société civile	*	*	*	*	*	*	*			*	*
Les Dernières nouvelles d'Alsace	1969	Société anonyme		*	*						*		
Les Echos	1965	Société civile	*	*								*	*
Les Editions Perrin	1968	Société civile		*									
Les Editions Radio	1968			*									
L'Est éclair	1968			*									
L'Est Républicain	1966	Société anonyme	*	*	*	*	*	*					
L'Etudiant	2005	Association										*	*
L'Evènement du jeudi	n.c.								*				
L'Expansion											*		
L'Express	1997	Association							*	*	*	*	*
L'Humanité	2007	Association										*	*
Liaisons sociales	1993	Association											
Libération	1981	Société civile				*			*	*	*	*	*
L'Indépendant de Perpignan	1982							*		*			
Livres Hebdo												*	*
L'Union	1967	Société anonyme											
L'Unise Nouvelle									*				
Marianne	2004	Association									*	*	*
Mediapart	2010	Association											
Nice Matin	1968			*	*								
Nord Eclair	1966	Société anonyme	*	*	*	*						*	
Nouvel Observateur	1971	Société			*							*	
Ouest France	1965	Société anonyme	*	*	*								
Paris Jour	1969	Société anonyme										*	
Paris Match	1967	Société anonyme										*	*
Paris Normandie	1967	Société anonyme	*	*	*								

Point de vue	1968	Association											
Premières	n.c.											*	*
Presse Océan	1968	Société anonyme	*	*	*								
Quotidien du médecin et du pharmacien	2008	Association										*	*
Radio France	1988	Association							*	*		*	*
Radio France d'Outre Mer	1994												
Radio France International	2002	Association										*	*
Réalités	1971				*								
Sciences et Avenir	2005	Association										*	*
SEPE	1969	Société civile											
Stratégies	1993	Association									*		
Sud Ouest	1947	Société				*	*	*	*	*		*	
Sud radio								*					
Télé 7 jours	n.c.												*
Télérama	1998	Association									*	*	*
Témoignage chrétien	1993	Association							*				
TF1	1986								*	*		*	*
Union	1967	Société anonyme	*	*	*								
Usine Publications	1973												
Vendredi	1994	Association											

Sources : Archives de Jean Schwoebel et Denis Perier Daville ; Forum des SDJ ; Recension de B.Verfaillie (2008).

Annexe 20 : Les cinq premiers numéros du bulletin de l'APCP



n°	Date	Articles
1	Novembre 2010	**Tour de table aux assises du journalisme de Strasbourg**
		Politique, insulte et démocratie
		Le SNJ vers un "Conseil de déontologie journalistique" ?
		Des députés attentifs
		Déclaration des devoirs professionnels des journalistes
2	Décembre 2010	**L'heure du bilan annuel pour l'APCP**
		Un moment porteur d'avenir
		L'arme de participation massive
		Qu'ont-ils dit ?
		La carte et le territoire
		À Amsterdam, la réunion annuelle de l'AIPCE
		Deux récentes décisions du conseil de presse au Québec
3	Janvier 2011	**Nos "chantiers" pour 2011**
		L'arbre Pulvar qui cache la forêt
		Quatre nouveaux élus, onze réélus
		Il neige à Paris !
		Le "Frappatcode"
		Récentes décisions de conseils de presse
4	Février 2011	**Les conseils de presse européens s'intéressent à Internet**
		Information, parrainage, crédibilité
		Les professionnels pour la première fois en déclin
		ah bon, le monde bouge ?
		La charte de Munich
		L'actualité des conseils de presse
5	Mars 2011	**Quatre questions sur Wikileaks**
		Confiance dans les médias, ça ne s'arrange pas
		Malgré les preuves de son erreur, le reportage inexact reste en ligne
		L'identité de victimes de crimes sexuels ne doit pas être dévoilée
		Mensonge par omission, le maillon faible
		Entretiens de l'information

Annexe 21 : Liste des participants aux réunions de l'APCP

		Participation aux réunions																
Fonction	**Activité**	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
J	R	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
J	R								*		*			*		*	*	
J	A														*			
J	A			*				*			*		*	*	*	*		*
J	A		*	*	*			*			*		*		*		*	
SC	A						*	*			*			*				
SC	A							*								*		*
J	A								*									
J	E			*														
J	A	*		*														
J	R							*										
J	R			*			*			*	*		*		*			
SC	A		*	*	*		*			*	*	*			*	*	*	*
J	A				*	*		*	*			*	*		*			
SC	A	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SC	A			*	*					*				*		*		*
E	A					*				*	*	*	*	*	*	*	*	*
SC	A										*		*	*	*	*	*	
J	R							*				*	*					
SC	A										*			*				
J	R			*														
SC	A	*																
J	A				*						*					*	*	*
SC	A				*				*	*	*				*			*
J	A							*										
E	R	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
J	R				*		*	*	*	*	*	*			*		*	
J	A							*										
J	R	*		*	*			*	*	*	*					*	*	*
SC	A		*	*	*			*				*			*			*
J	A		*	*	*		*	*					*					*
CS	A										*		*		*			*
SC	A	*																
SC	R					*												*
SC	A		*					*							*			*
J	R																	*
J	A			*	*										*			*

Légende: J (journaliste) ; E (employeur) ; SC (société civile) ; A (en activité) ; R (retraité) : E (étudiant).

Annexe 22 : Contribution au *Bulletin de l'APCP*

Public citoyen

Trop d'hybrides info/pub

Les recettes publicitaires ont chuté de 12,5% en 2009 dans les médias français, selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires. Ce constat nous invite à analyser les effets de nouvelles contraintes économiques sur la fabrication de l'information : journaux et chaînes ne vont-ils pas tout tenter pour attirer la pub ?

C'est ce que propose de faire Valérie Patrin-Leclère, chercheuse en sciences de la communication et de l'information : à partir d'un photo-reportage, « Kibboutz Spirit » [1] publié en juin 2009 dans le supplément de *Libération* « Next », elle pointe les hybridations croissantes entre rédaction et publicité. Les photos présentées comme des « instants volés » de la communauté sont en fait une mise en scène photographique des habitants du kibboutz… tout de Gap vêtus pour l'occasion ! La campagne publicitaire se « dépublicitarise ». Où est passée la mention « Publicité » qui devrait jouxter l'espace rédactionnel ? La barrière saute et la pub s'immisce dans l'éditorial.

Pourtant, dès la charte SNJ de 1918, le principe de la distinction entre publicité et information est affirmé : *« un journaliste digne de ce nom ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale »*. Comment les journalistes de *Libération* ont-ils laissé publier cet article? Par suite d'une somme de comportements individuels « acceptables » selon la chercheuse.

A la question « croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent aux pressions de l'argent » [2], 58% des Français répondent « non ». Peut-être la lutte contre ces aménagements du contenu rédactionnel en faveur des annonceurs (continuité dans les codes visuels par exemple) pourrait-elle sauver les 42% qui n'ont pas encore retiré leur confiance en ce bien commun qu'est l'information… ■ **Camille DUPUY**

[1] Patrin-Leclère V. (2010), « Les traces d'un fourvoiement journalistique : 'Kibboutz spirit', *Libération Next*, juin 2009 », *Communication & langages*, pp.117-126.
[2] TNS Sofres, (2011), *Baromètre de confiance dans les médias*.

Source : Publié dans le Bulletin de l'APCP *n °7, mai 2011, [El ligne] [URL : http://apcp.unblog.fr/files/2011/06/bulletinn7.pdf], consulté le 9 septembre 2013.*

Annexe 23 : Le statut de l'AFP

Article 1

Il est créé, sous le nom d'Agence France-Presse, un organisme autonome doté de la personnalité civile et dont le fonctionnement est assuré suivant les règles commerciales.

Cet organisme a pour objet :

1° De rechercher, tant en France et dans l'ensemble de l'Union française qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective ;

2° De mettre contre payement cette information à la disposition des usagers.

Article 2

L'activité de l'Agence France-Presse est soumise aux obligations fondamentales suivantes :

1° L'Agence France-Presse ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique ;

2° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, développer son action et parfaire son organisation en vue de donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance ;

3° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial.

Article 3

Il est institué un conseil supérieur chargé de veiller au respect des obligations énoncées à l'article 2.

Article 4

Ce conseil supérieur est composé comme suit :

Un membre du conseil d'État en activité ou honoraire, élu par l'assemblée générale du conseil d'État, président, avec voix prépondérante ;

Un magistrat en activité ou honoraire de la cour de cassation, élu par l'assemblée générale de ladite cour ;

Deux représentants des directeurs d'entreprises de publications de journaux quotidiens désignés par les organisations professionnelles les plus représentatives ; la valeur représentative desdites organisations est appréciée dans les conditions fixées par la loi n° 53-287 du 7 avril 1953 et par les textes pris pour son application ;

Un journaliste professionnel désigné par les organisations professionnelles les plus représentatives ;

Un représentant de la radiodiffusion-télévision française désigné dans les conditions fixées par

le décret en Conseil d'État prévu à l'article 17 de la présente loi ;

Deux membres choisis par les autres membres du conseil supérieur, l'un parmi les personnalités ayant exercé outre-mer de hautes fonctions administratives, l'autre parmi les personnalités ayant exercé à l'étranger une haute fonction représentative de la France.

Les membres du conseil supérieur sont désignés pour trois ans. Leur mandat est renouvelable.

Toutefois, le mandat des membres du premier conseil supérieur ne prend fin qu'à l'expiration d'une période de quatre années.

Il est mis fin de plein droit au mandat de tout membre qui perd la qualité en raison de laquelle il a été désigné. Lorsque le mandat d'un membre prend fin, pour quelque cause que ce soit, avant son terme normal, la durée du mandat de son successeur prend fin en même temps que celle des autres membres du conseil. Les modalités de fonctionnement du conseil supérieur et les conditions dans lesquelles il sera fait face à ses dépenses sont fixées par le décret en Conseil d'État prévu à l'article 17 de la présente loi.

Article 5

Le conseil supérieur peut être saisi par un usager ou une organisation professionnelle de presse, ou, dans les conditions prévues à l'article 12, par la commission financière, de tout fait de nature à constituer une infraction aux obligations énoncées à l'article 2.

Le conseil supérieur apprécie, dans un délai de trois mois, si le fait dont il est saisi constitue une infraction aux obligations de l'article 2.

Dans l'affirmative, il adresse toutes observations ou injonctions utiles au conseil d'administration et au président directeur général.

Si le fait incriminé résulte d'une décision du conseil d'administration, il peut en suspendre l'exécution et demander à celui-ci de procéder à une seconde délibération qui doit être prise dans un délai d'un mois ; la décision mise en cause ne peut être maintenue qu'à une majorité de douze voix.

Si le fait incriminé résulte d'une faute grave du président directeur général, le conseil supérieur prononce, après avis du conseil d'administration délibérant hors la présence du président directeur général, la cessation de fonction de ce dernier.

Le conseil est saisi au début de chaque année par le président directeur général d'un rapport retraçant l'activité de l'Agence France-Presse au regard des obligations énoncées à l'article 2.

Article 6

L'Agence France-Presse est administrée par un conseil d'administration présidé par le président directeur général de l'agence.

Article 7

Le conseil d'administration comprend en plus du président :

1° Huit représentants des directeurs d'entreprises françaises de publication de journaux quotidiens désignés par les organisations professionnelles les plus représentatives ; la valeur

représentative desdites organisations est appréciée dans les conditions fixées par la loi n° 53-287 du 7 avril 1953 et par les textes pris pour son application ;

2° Deux représentants de la radiodiffusion-télévision française désignés dans les conditions fixées par le décret en Conseil d'État prévu à l'article 17 de la présente loi ;

3° Trois représentants des services publics usagers de l'agence désignés dans les mêmes conditions et respectivement par le président du conseil, le ministre des affaires étrangères et le ministre des finances et des affaires économiques ;

4° Deux représentants du personnel de l'agence, soit :

Un journaliste professionnel élu par l'assemblée des journalistes professionnels appartenant au personnel de rédaction de l'agence ;

Et un agent, appartenant aux autres catégories de personnel, élu par l'ensemble des agents de ces catégories.

Le conseil élit, à la majorité des voix, un vice-président, choisi parmi ceux de ses membres qui représentent les directeurs d'entreprises de publication. Le président directeur général ne prend pas part au vote.

La durée du mandat des membres du conseil d'administration est de trois ans. Leur mandat est renouvelable. Toutefois, il peut être mis fin, à tout moment, au mandat des représentants des services publics par le président du conseil ou le ministre dont ils relèvent.

Il est mis fin de plein droit au mandat de tout membre qui perd la qualité en raison de laquelle il a été désigné.

En cas de cessation de fonction d'un membre pour quelque cause que ce soit, la durée du mandat de son successeur prend fin en même temps que celle des autres membres du conseil.

Les dispositions des articles 6 et 8 du décret du 8 août 1935 portant application aux gérants et administrateurs de sociétés de la législation de la faillite et de la banqueroute et instituant l'interdiction et la déchéance du droit de gérer et d'administrer une société sont applicables aux membres du conseil d'administration.

Article 8

Le conseil d'administration est investi des pouvoirs les plus étendus pour la gestion et l'administration de l'agence.

Le président directeur général est chargé de la préparation et de l'exécution des délibérations du conseil d'administration, de la direction de l'ensemble des services de l'agence et de la représentation de celle-ci.

Le vice-président assiste ou remplace le président directeur général dans ses missions de représentation. En cas d'empêchement du président directeur général, il est suppléé à la présidence du conseil d'administration par le vice président ou, à défaut, par un administrateur choisi par le conseil d'administration dans son sein. Les autres attributions du président directeur général sont, dans le

même cas, exercées par les directeurs ou chefs de service de l'agence ayant reçu à cet effet délégation du président directeur général avec l'accord du conseil d'administration.

Les pouvoirs respectifs du conseil d'administration et du président directeur général sont précisés par le décret en Conseil d'État prévu à l'article 17 de la présente loi.

Le conseil d'administration peut déléguer certains de ses pouvoirs au président directeur général.

Article 9

Le statut du personnel de l'agence est arrêté par le conseil d'administration sur la proposition du président directeur général et après avis de la commission financière. Il est déterminé par référence aux conventions collectives qui régissent les personnels des entreprises de presse.

Article 10

Le président directeur général est désigné dans les trois mois de la vacance du poste par le conseil d'administration en dehors de ses membres pour une période de trois ans renouvelable. La première désignation a lieu dans les mêmes conditions dans les trois mois de la promulgation de la présente loi.

Cette nomination doit être acquise par douze voix au moins.

Si aucun nom ne réunit ce nombre de voix après trois tours de scrutin auxquels il est procédé dans les conditions fixées par le décret en Conseil d'État, le conseil supérieur propose au conseil d'administration deux candidats ; celui de ces candidats qui obtient le plus de voix est élu président directeur général.

La cessation des fonctions du président directeur général peut être décidée par le conseil d'administration pour faute lourde de gestion commise dans l'exercice de ses fonctions ou pour acte incompatible avec l'accomplissement de sa mission. Cette décision doit être acquise hors la présence du président directeur général et par douze voix au moins.

En cas de rejet d'une proposition tendant à l'application de l'alinéa précédent ou lorsqu'il n'a pas été possible de réunir douze membres du conseil d'administration au cours de deux séances convoquées à quinze jours d'intervalle pour se prononcer sur une telle proposition, une réclamation peut être présentée par trois membres au moins du conseil d'administration au conseil supérieur qui statue.

Article 11

Le président directeur général est civilement responsable envers l'Agence France-Presse des fautes lourdes qu'il aurait commises dans l'exercice de ses fonctions. Sa responsabilité peut être mise en cause par le président de la commission financière prévue à l'article 12 ci-après, exerçant judiciairement à cette fin les actions de l'Agence France-Presse.

Article 12

Il est institué une commission financière de l'Agence France-Presse.

Cette commission comprend deux membres de la cour des comptes désignés par le premier

président dont l'un préside la commission et un expert désigné par le ministre des finances.

La commission financière est saisie de l'état annuel de prévision des recettes et des dépenses. Elle examine si cet état établit un équilibre réel des recettes et des dépenses.

Dans la négative, elle renvoie l'état au président directeur général qui provoque une nouvelle délibération du conseil d'administration en vue de la réalisation de cet équilibre.

La commission financière est chargée de la vérification générale permanente de la gestion financière de l'Agence France-Presse.

Elle dispose de tous pouvoirs d'investigation tant sur pièce que sur place. Elle adresse, tant au président directeur général qu'au conseil d'administration, toutes observations utiles sur la gestion financière.

Si la commission financière constate que, malgré ses observations, le conseil d'administration n'a pas pris toutes mesures nécessaires pour assurer l'équilibre financier de l'agence, elle peut demander, après accord du conseil supérieur, la nomination d'un administrateur provisoire qui est désigné à la requête du président de la commission par le président du tribunal de commerce ; il est alors procédé, dans le délai de six mois, à un renouvellement anticipé du conseil d'administration dans les conditions fixées par le décret en Conseil d'État prévu à l'article 17 de la présente loi.

La mission de l'administrateur provisoire prend fin dès l'installation du nouveau conseil. La commission financière apure les comptes de l'Agence France-Presse.

Elle adresse un rapport annuel sur la gestion financière de l'Agence France-Presse au conseil d'administration, qui le porte à la connaissance du conseil supérieur.

Elle peut attirer l'attention du conseil supérieur sur les faits constatés par elle et de nature à constituer une méconnaissance des obligations définies à l'article 2 ci-dessus.

Article 13

Les ressources de l'Agence France-Presse sont constituées par le produit de la vente des documents et services d'information à ses clients, par la compensation financière par l'État des coûts nets générés par l'accomplissement de ses missions d'intérêt général, telles que définies aux articles 1er et 2 de la présente loi et par le revenu de ses biens.

Les conditions de vente aux services publics de l'État sont déterminées par une convention entre l'État et l'Agence France-Presse ; cette convention fixe le nombre et le taux des abonnements souscrits par lesdits services, sur la base des tarifs appliqués aux entreprises de presse françaises.

Elle peut être révisée en cas de variation du taux de conversion applicable aux taxes télégraphiques et radiotélégraphiques internationales.

Article 14

L'Agence France-Presse ne peut être dissoute que par une loi.

En cas de cessation des payements constatée par le tribunal de commerce sur demande, soit du

conseil d'administration, soit de la commission financière, soit de créanciers, le Gouvernement doit saisir, dans le délai d'un mois, le Parlement d'un projet de loi tendant, soit à fixer les conditions dans lesquelles l'Agence France-Presse pourra poursuivre son activité, soit à prononcer la dissolution de l'Agence et la liquidation de ses biens. Il peut être pourvu par décret en conseil d'État à l'administration provisoire de l'Agence France-Presse jusqu'à l'intervention de la loi.

Article 15

Le tribunal de commerce peut prononcer à l'encontre du président directeur général et des autres membres du conseil d'administration les déchéances prévues à l'article 10 du décret du 8 août 1935 portant application aux gérants et administrateurs de sociétés de la législation de la faillite et de la banqueroute.

Article 16

L'ordonnance du 30 septembre 1944 portant création à titre provisoire de l'Agence France-Presse est abrogée. Les locaux, installations, outillages et autres éléments d'actif mis à la disposition de cette agence par l'article 2 de l'ordonnance du 30 septembre 1944 ou acquis depuis par elle sont mis gratuitement à la disposition de l'organisme créé par la présente loi, pour une durée de trois ans, renouvelable par décret en conseil des ministres, jusqu'à ce qu'il soit statué définitivement sur le sort desdits biens. En ce qui concerne les immeubles en voie de construction destinés à l'Agence France-Presse, une convention entre l'État et la nouvelle agence réglera les conditions dans lesquelles ils pourront être mis à la disposition de celle-ci ou lui être transférés.

L'Agence France-Presse est, en outre, substituée d'une façon générale dans les droits et obligations de l'organisme créé par l'ordonnance du 30 septembre 1944.

Le transfert éventuel des biens et droits susvisés ne donne lieu à aucune perception au profit du Trésor. Tous actes et conventions intervenant pour l'application du présent article sont exonérés du timbre ainsi que des droits d'enregistrement et d'hypothèque.

Article 17

Un règlement d'administration publique fixera les conditions d'application de la présente loi.

Source : Loi n° 57-32 du 10 janvier 1957 portant statut de l'agence France-Presse. Version consolidée au 24 mars 2012.

Annexe 24 : Chronologie – AFP

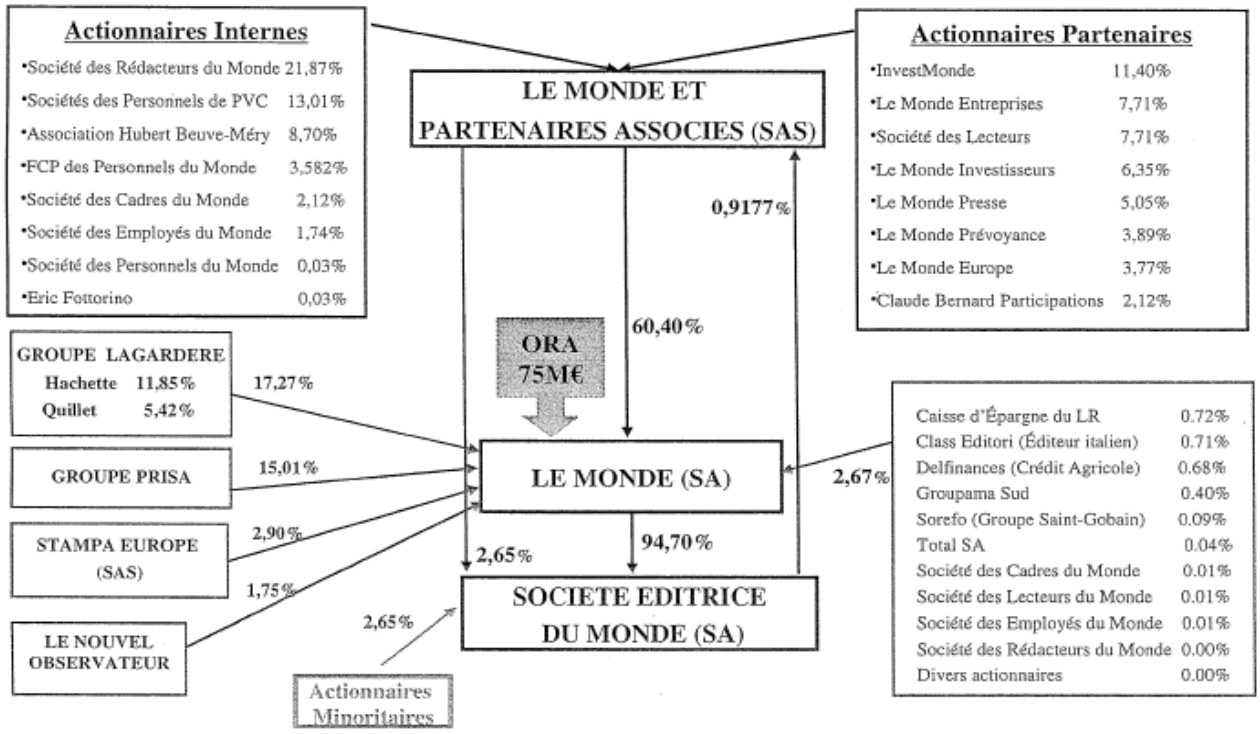
Date	Évènement
Création AFP	
1835	Création de la première agence de presse par Charles-Louis Havas
1944	Création de l'AFP : statut provisoire
1957	Nouveau statut de l'AFP
« Plan Giuily »	
Mars 1999	E. Giuily devient PDG de l'AFP
Septembre 1999	Présentation d'un « projet de projet » par Giuily
Novembre 1999	Rejet du projet par les salariés
Mars 2000	Nouvelles élections à la SDJ
Juin 2000	Affaire Rezala
	Motion de défiance contre la direction
Septembre 2000	Démission du PDG
Octobre 2000	Rejet de la PPL Broissia
	Nomination de B. Eveno PDG
« Plan Louette »	
Décembre 2005	P. Louette devient PDG de l'AFP
Novembre 2008	Création de l'ADI-AFP
	Pétition lancée par l'ADI-AFP et création du site SOS-AFP
	Réélection de Louette
Décembre 2008	Signature du COM 2009-2013
Mars 2009	Remise du « projet de projet » de P. Louette au gouvernement
Avril 2009	Elections au CE
Décembre 2009	Mise en place d'un groupe de travail composée de personnalités qualifiées, présidé par Pigeat
	Auditions à l'Assemblée Nationale
Février 2010	Dépôt d'une plainte à Bruxelles par l'agence DAPD
	Auditions au Sénat
	Démission de P. Louette
Avril 2010	Remise du « Rapport Pigeat »
	Nomination d'E. Hoog au poste de PDG de l'AFP
« Plan Hoog »	
Mai 2010	Première réponse de la France à Bruxelles

Janvier 2011	Deuxième réponse de la France à Bruxelles
Mai 2011	PPL Legendre
	Motion de défiance contre E. Hoog, grèves
Aout 2011	Lettre de Bruxelles à la France
Septembre 2011	Motion de défiance contre Hoog, grèves
	Elections au comité d'entreprise
Janvier 2012	PPL Warsmann
Février 2012	Adoption de la loi Warsmann : modification de l'article 13 pour y faire figurer la mission d'intérêt général

Annexe 25 : Chronologie – Groupe Le Monde

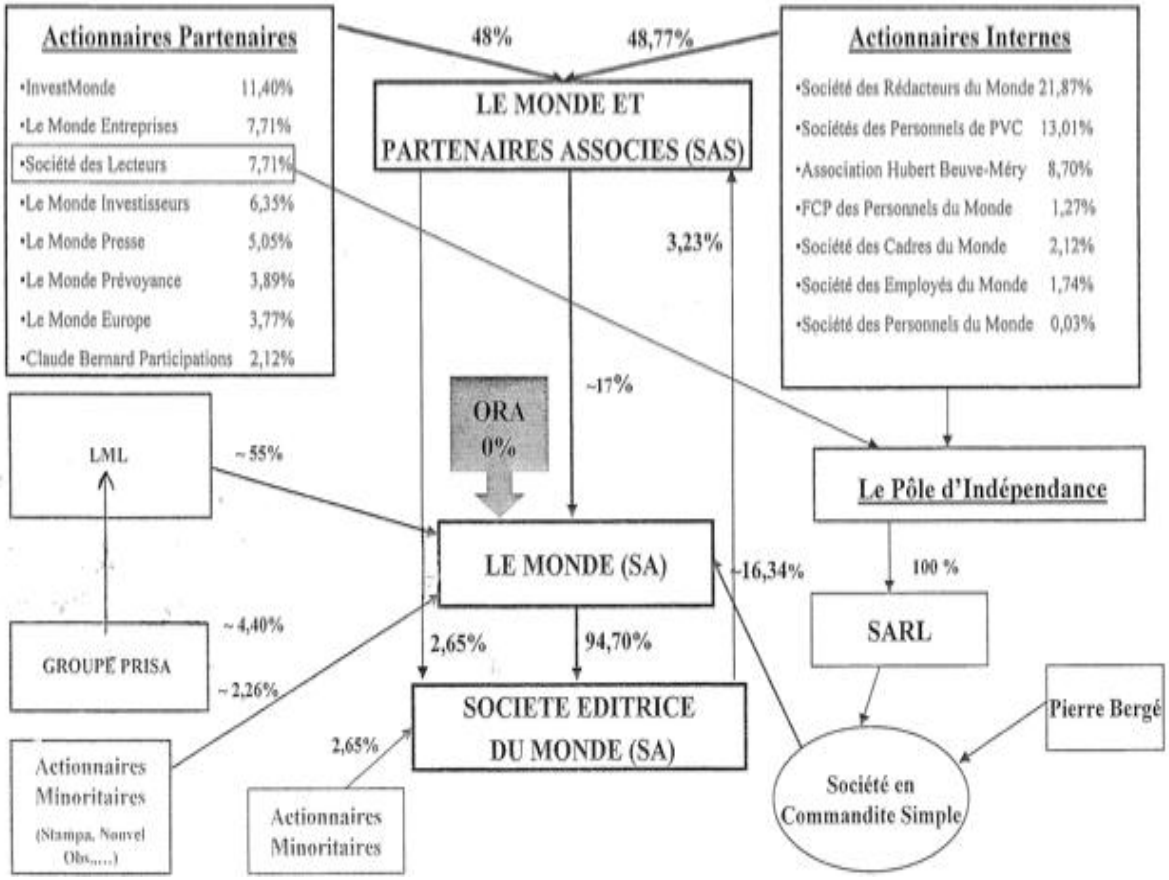
Date	Évènement
Création du groupe	
1944	Création du *Monde*
1951	Création de la société des rédacteurs du *Monde*
1981-1928	Plan social
1984-1985	Plan social
1994	Accession de Jean-Marie Colombani à la tête du quotidien puis du directoire
2001	Création du Groupe Le Monde
2007	Départ de J.-M. Colombani Nomination du duo Fottorino – Guiraud
Plan social et cessions	
Avril 2008	Annonce du PSE, trois jours de grève
Mai 2008	La direction accepte un plan de départs volontaires
Juillet 2008	Premiers départs
Mars 2009	Derniers départs
Recapitalisation	
28 mars 2010	Comité de groupe. Annonce de la recapitalisation
9 avril 2010	Début de la négociation sur le Pôle d'indépendance
18 juin 2010	Ouverture des négociations entre les sociétés de personnels du Groupe et les investisseurs potentiels
21 juin 2010	Réunion du comité d'entreprise de la société éditrice du *Monde*. Ouverture de la procédure d'information consultation.
24 juin 2010	Deux offres sont déposées
25 juin 2010	Audition des acquéreurs potentiels par les personnels
28 juin 2010	Vote des personnels sur les offres
29 juin 2010	Vote en faveur de BNP au Conseil de surveillance
Juillet 2010	Début de la négociation exclusive avec BNP, au sein du comité d'entreprise et du Conseil de Surveillance
Septembre 2010	Avis des comités d'entreprise de tous les titres du groupe Fin de la période de négociation exclusive
Novembre 2010	*Closing*. Création du pôle. Ouverture de la clause de cession
Février 2011	Eviction d'E. Fottorino et D. Guiraud, remplacée par L. Dreyfus.
Juin 2011	Fermeture de la clause de cession

Annexe 26 : Structure capitalistique du Monde (avant recapitalisation)



Source : Document interne, transmis par un salarié.

Annexe 27 : Structure capitalistique du Monde (après recapitalisation)



Source : Document interne, transmis par un salarié.

Annexe 28 : Chronologie – MIA

Date	*Évènement*
Création du Monde Interactif	
1994	Création d'un service multimédia au *Monde*
1995	Création du site web lemonde.fr
1998	Le Monde Interactif devient filiale du Monde
Evolutions technologiques	
2001	Achat du logiciel externe Vignette
2004	SEPT 1
2005	Traitement de l'actualité en continue
	Introduction du multimédia
	SEPT 2
2008	Séparation de la rédaction en deux desks
	Actualité chaude puis enrichie
	Amélioration de la Une
	Reconstitution d'une section syndicale CFDT

Principaux sigles utilisés dans la thèse

ADI-AFP : association de défense de l'indépendance de l'agence France presse

AFDAS : assurance formation des secteurs de la culture, de la communication et des loisirs

AFP : agence France presse

APCP : association de préfiguration d'un conseil de presse

CCIJP : commission de la carte d'identité des journalistes professionnels

CA : conseil d'administration

CE : comité d'entreprise

CFDT : confédération française démocratique du travail

CFE-CGC : confédération française de l'encadrement et confédération générale des cadres

CFTC : confédération française des travailleurs chrétiens

CGT : confédération générale du travail

CLP : correspondant local de presse

CNMJ : conférence nationale des métiers du journalisme

COM : contrat d'objectifs et de moyens

CPNEJ : commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes

CPPAP : commission paritaire des publications et agence de presse

DP : délégué du personnel

EGPE : Etats Généraux de la presse écrite

F3C : Fédération conseil, communication, culture (CFDT)

FFAP : fédération française des agences de presse

FFSJ : fédération française des sociétés de journalistes

FIJ : fédération internationale des journalistes

FILPAC : fédération des travailleurs des industries du Livre, du papier et de la communication (CGT)

FNAPPI : fédération nationale des agence de presse photos et informations

FNPF : fédération nationale de la presse française

FNPS : fédération nationale de la presse spécialisée

HFA : Hachette Filipacchi Media

LMPA : Le Monde partenaires et associés

LMSA : La Monde société anonyme

MediaFor : Organisme paritaire collecteur agréé en charge du financement de la formation professionnelle des salariés du secteur de la presse jusqu'au 31 décembre 2011.

MIA : Le Monde Interactif

MIG : mission d'intérêt général

ODI : Observatoire de la déontologie de l'information

ORTF : office de radiodiffusion télévision française

PQD : presse quotidienne départementale

PQN : presse quotidienne nationale

PQR : presse quotidienne régionale

PVC : publications vie catholique

SAJ : syndicat autonome des journalistes

SCPL : société civile des personnels de *Libération*

SEPM : syndicat des éditeurs de la presse magazine

SEPT : système éditorial de production et de trafic

SDJ : société de journalistes

SDP : société de personnels

SDR : société de rédacteurs

SEM : société éditrice du *Monde*

SEPT : système éditorial de production et de trafic

SJ : syndicat des journalistes, ancien SNJ

SJ-CFTC : syndicat des journalistes CFTC

SNJ : syndicat national des journalistes

SNJ-CGT : syndicat national des journalistes CGT

SNRL : syndicat national des radios libres

SPIIL : syndicat de la presse indépendante d'information en ligne

SPQD : syndicat de la presse quotidienne départementale

SPQN : syndicat de la presse quotidienne nationale

SPQR : syndicat de la presse quotidienne régionale

SRM : société des rédacteurs du *Monde*

SRMIA : société des rédacteurs du MIA

SUD : syndicat unitaire démocratique

USJ-CFDT : union syndicale des journalistes CFDT

Table des matières

Remerciements **1**

Sommaire **3**

Introduction générale **5**

Du journaliste producteur d'informations au journaliste professionnel salarié **5**

1. Journalistes professionnels et entreprises de presse dans un secteur en crise 8

1.1. Des salariés professionnels travaillant dans des entreprises de presse 8

1.2. Un monde de production en crise : déplacer le regard sociologique 9

2. D'une sociologie des journalistes à une sociologie des journalistes salariés 11

2.1. La presse et la démocratie 11

2.2. La presse et l'argent 13

3. Le journaliste entre salariat et autonomie professionnelle 14

3.1. Presse et capitalisme, le projet inachevé de Max Weber 14

3.2. Penser conjointement salariat et autonomie professionnelle 17

4. Du groupe professionnel aux relations professionnelles 19

4.1. Une profession floue et éclatée prise dans une catégorie juridique 19

4.2. Des instances de représentation salariales et professionnelles 20

4.3. Les mobilisations des journalistes face à la « normalisation » de leur profession 22

5. Dispositif d'enquête : une sociologie compréhensive du journaliste salarié et de ses institutions 23

5.1. Une méthode qualitative socio-historique 23

5.2. Des institutions et leurs représentants : les dimensions collectives de l'activité 24

5.3. Présentation des corpus 25

5.3.1. Les entretiens 26

5.3.2. Les observations 28

5.3.3. Le recours aux écrits 30

5.3.4. La protection de l'anonymat 31

6. Présentation de la démarche 34

Première Partie **37**
Le journaliste professionnel : un travailleur comme les autres ? **37**

Introduction (I). Constitution et institutionnalisation d'une catégorie professionnelle de journaliste salarié **39**

Chapitre 1. La construction d'une catégorie de journaliste professionnel salarié encarté **41**

Qu'est-ce qu'un journaliste ? 41
La genèse d'une catégorie professionnelle de journaliste, salarié et encarté 42
Méthodologie et corpus 43

Section 1 : La professionnalisation d'une activité de travail de journaliste **44**

1.1. Une activité de travail dépendante et temporaire 44
1.1.1. Le processus de professionnalisation 45
1.1.2. La naissance de la presse 46
1.1.3. Une liberté d'exercice en tension 46
1.2. La multiplication des journaux et des journalistes 47
1.2.1. Liberté d'entreprendre et réflexion collective 47
1.2.2. Professionnalisation et développement de la presse 49
1.2.3. Journaliste, écrivain et politique 49
1.3. Les journalistes s'organisent (1880-1914) 50
1.3.1. La liberté de la presse 50
1.3.2. L'organisation de la profession 52

Section 2 : L'institutionnalisation d'une catégorie professionnelle salariée **54**

2.1. Négocier un statut de journaliste (1918-1937) 55
2.1.1. Une profession déclassée en quête d'un redressement moral et matériel 55
2.1.2. Le journaliste : un intellectuel entre indépendant et salarié 57
2.1.3. Le statut du journaliste et la convention collective 59
2.2. Le régime juridique des journalistes 61
2.2.1. Un régime dérogatoire ? 61
2.2.2. La clause de conscience : l'extension de la rupture du contrat 62
2.2.3. La CCIJP : instituer une carte d'identité 64
2.3. L'extension du statut (depuis 1974) 66

2.3.1. Les journalistes pigistes 66
2.3.2. Les journalistes de l'audiovisuel 68
2.3.3. Les journalistes de l'information en ligne 69
Section 3 : La diversité des journalistes 69
3.1. Un groupe aux profils et aux pratiques variables 70
3.1.1. Combien de journalistes professionnels ? 70
3.1.2. Des profils variés 71
3.1.3. Des conditions d'exercice variables 72
3.2. La diversité des médias 73
3.2.1. La difficulté à évaluer le nombre d'entreprises 74
3.2.2. La presse écrite dans tous ses états 77
3.2.3. Audiovisuel et presse en ligne : de nouvelles façons de faire de l'information 78
3.3. Un ou des journalismes ? 79
3.3.1. Des « types » de journalisme 79
3.3.2. Compter les journalistes (professionnels et non professionnels) 81
Section 4 : La carte de presse comme symbole visible d'une catégorie de salariés 82
4.1. Une obligation légale ? 83
4.1.1. Carte de presse et convention collective 83
4.1.2. Exercer sans carte 83
4.1.3. Des journalistes sans carte 84
4.2. Des avantages statutaires ? 85
4.2.1. Carte de presse et statut administratif 85
4.2.2. Carte de presse et statut dans l'entreprise 86
4.3. Carte d'identité et identité pour soi 88
4.3.1. Les frontières de la profession 88
4.3.2. Un collectif de travail 89
Conclusion 89

Chapitre 2. Le travail juridique de définition de la catégorie de journaliste : la carte d'identité des journalistes professionnels. 91
Une catégorie professionnelle symbolisée par la carte de presse 91
Une application non mécanique de la loi 92

Méthodologie et corpus 93
Section 1. Le travail juridique des producteurs de normes 95
1.1. Un consensus professionnel dans la définition du journaliste professionnel 95
1.1.1. Fonctionnement de la CCIJP 96
1.1.2. Procédures et contentieux 97
1.1.3. Établir une jurisprudence 98
1.2. L'arrivée des magistrats : discours professionnel, discours juridique 99
1.2.1. Fonctionnement de la CSCIJP 99
1.2.2. Procédures et contentieux 100
1.2.3. Des tensions internes 101
1.3. La juridiction administrative 102
1.3.1. Fonctionnement de la juridiction administrative 102
1.3.2. Agir en justice 103
Section 2. Principes d'évaluation et registres d'argumentation : une application non mécanique de la loi 106
2.1. Un processus d'évaluation complexe 106
2.1.1. Le pluralisme légal 106
2.1.2. Principes d'évaluation et registres d'argumentation 107
2.2. Les principes d'évaluation et leurs rhétoriques argumentatives 109
2.2.1. Le respect du droit ou l'art de juger 109
2.2.2. La spécificité de l'activité de journaliste 110
2.2.3. Le respect de valeurs déontologiques 110
2.2.4. Protéger le salarié 111
Section 3. Mener l'enquête 112
3.1. Réunir des preuves techniques 112
3.1.1. Des indices sur les journalistes 112
3.1.2. Des indices par l'entreprise 113
3.2. Regarder, écouter, enquêter 114
Section 4. Le processus d'évaluation : journaliste professionnel ou non professionnel 115
4.1. Etre salarié 115
4.1.1. Principale : travail ou loisir 116
4.1.2. Régulière et rétribuée : un minimum de ressources 117
4.1.3. Le statut de salarié 118

4.2. Travailler dans une entreprise de presse 120
4.2.1. Les nouvelles formes de presse 121
4.2.2. La nature journalistique de la publication 122
4.3. Des incompatibilités 123
Section 5. Les opérations de qualification : journalisme et non journalisme 125
5.1. Tenter de définir l'activité journalistique 125
5.1.1. Définir le journaliste par son activité 125
5.1.2. L'exercice de la profession 126
5.2. Création, exécution, technique 126
5.2.1. La dimension créative 127
5.2.2. Le rapport à l'actualité 127
5.3. Information et communication 128
5.4. Information et divertissement 130
Conclusion 132

Chapitre 3. Protéger, réglementer et encadrer la profession : du statut individuel aux garanties collectives 133
Individuel et collectif dans le contrat de travail 133
Construire des revendications 134
Méthodologie et corpus 134
Section 1. Protéger : un statut d'entreprise d'intérêt général 136
1.1. Une structure « comme les autres » ? 137
1.1.1. Société et entreprise 137
1.1.2. Média, presse, information 138
1.1.3. « Méta-journalisme » et quatrième pouvoir 139
1.2. Revendiquer un statut pour l'entreprise de presse 140
1.2.1. La presse de la Troisième République sous domination économique ? 141
1.2.2. L'espoir déçu de la Libération 142
1.2.3. De vaines tentatives 144
1.3. Les entreprises d'information aujourd'hui en France 146
1.3.1. Un statut général de l'entreprise productrice d'information ? 146
1.3.2. Les aides de l'État aux entreprises éditrices 148
1.3.3. Les Etats Généraux de la presse écrite (EGPE) 150

Section 2 : Réglementer la pratique : les textes déontologiques 150
2.1. Déontologie, activité professionnelle et législation 150
2.1.1. Déontologie, éthique et morale 151
2.1.2. Déontologie et groupe professionnel 152
2.1.3. Déontologie, droit du travail, droit de la presse 153
2.2. Les textes professionnels régissant la déontologie des journalistes 155
2.2.1. Les textes de référence 156
2.2.2. Négocier un texte commun 158
2.2.3. Des valeurs communes 159
2.2.4. Des principes ou des règles 161
2.3. Doter la profession de références communes : le projet d'un passeport professionnel 162
2.3.1. La CNMJ ou la sortie du paritarisme 162
2.3.2. Une formation minimale 163
2.3.3. Le passeport professionnel 165
Section 3 : Encadrer la pratique : une instance de régulation éthique 167
3.1. Le juge de l'éthique 167
3.1.1. Charte et instance : des dispositifs complémentaires ? 167
3.1.2. Instituer un conseil de presse par voie législative 168
3.1.3. Les limites de la voie législative 169
3.2. Quelle place pour les non journalistes ? 170
3.2.1. Les pairs et les autres 170
3.2.2. La consultation du public 171
3.3. La nature de la sanction 173
3.3.1. L'ordre des journalistes : la sanction 173
3.3.2. Le conseil de presse : la médiation 175
3.3.3. L'Observatoire : l'évaluation générale 177
Conclusion 178

Conclusion (I). Entre autonomie professionnelle et salariat 181

Deuxième Partie **183**
Les instances collectives des journalistes : représenter un groupe professionnel salarié et spécifique **183**

Introduction (II). Étudier les journalistes par la multitude des acteurs les représentant : du groupe professionnel aux relations professionnelles **185**

Chapitre 4. Les syndicats de journalistes : des revendications professionnelles aux questions sociales **189**
Se regrouper dans des syndicats de salariés 189
Catégoriel, professionnel, salarial 190
Méthodologie et corpus 191
Section 1. Constitution et institutionnalisation d'un espace de régulation propre aux journalistes **193**
1.1. Un syndicalisme de métier pluriel et puissant 193
1.1.1. Des syndicats de métier 193
1.1.2. Un taux de syndicalisation relativement fort 195
1.2. Mesurer un rapport de force : un paysage syndical en évolution 197
1.2.1. Rapport de force entre les syndicats de journalistes : les chiffres de l'adhésion 197
1.2.2. Rapport de force entre les syndicats de journalistes : les chiffres des élections à la CCIJP 199
1.2.3. Les résultats aux élections professionnelles en entreprises 200
1.3. L'institutionnalisation d'une branche de métier journaliste 204
1.3.1. La convention collective comme fondement d'une branche de journalistes 204
1.3.2. Les représentants des employeurs 205
1.3.3. Lieux de négociation et état du dialogue social 207
Section 2. Défendre des intérêts : catégoriel professionnel et confédéré salarial **209**
2.1. SNJ et défense de la profession 209
2.1.1. La constitution d'un syndicat catégoriel non confédéré 209
2.1.2. Tout journaliste digne de ce nom 211
2.1.3. Un syndicalisme corporatiste ? 212

2.2. Syndicats confédérés et défense de l'ensemble des salariés 213
2.2.1. La constitution de syndicats confédérés 213
2.2.2. Vers une déprofessionnalisation des syndicats de journalistes confédérés 215
2.2.3. Défendre tous les salariés 218
2.2.4. Les syndicats confédérés spécialistes des enjeux sociaux 219
Section 3 : S'unir ou les limites de la division du travail syndical 221
3.1. De l'unité à l'union syndicale : lutter ensemble 221
3.1.1. Unité syndicale 221
3.1.2. Union syndicale 222
3.2. Des intersyndicales aux conflits 223
3.2.1. Travailler en intersyndicale 223
3.2.2. Un procès syndical 224
3.2.3. Des stratégies syndicales à géométrie variable 225
3.3. La domination du SNJ : l'envers du décor ? 226
3.3.1. Rester premier 226
3.3.2. L'absence d'alternatives crédibles ? 227
Section 4. Une double interpénétration des questions professionnelles et salariales 228
4.1. La défense de la profession par les syndicats confédérés 229
4.1.1. Un avantage contesté 229
4.1.2. L'implication dans le système de régulation 229
4.2. Syndicalisme catégoriel et défense du salariat 231
4.2.1. Une solidarité avec le collectif : vers une fin de l'autonomie ? 231
4.2.2. Un positionnement de principe 232
4.2.3. Un positionnement ambigu 233
Conclusion 236

Chapitre 5. Les sociétés de journalistes : accéder à des droits spécifiques pour « sortir » du salariat 239
Les sociétés de journalistes et leurs formes de participation 239
Une représentation spécifique aux journalistes 241
Méthodologie et corpus 242
Section 1. Participer au capital pour sortir du salariat 243
1.1. Les fondements du mouvement : *Le Monde* et Jean Schwoebel 243

1.1.1. De la vénalité de la presse aux sociétés de journalistes 244
1.1.2. La sociétés des rédacteurs du *Monde* : le modèle 245
1.1.3. Théoriser le mouvement 247
1.2. Le développement des sociétés de journalistes dans un contexte favorable aux idées participatives 249
1.2.1. L'idée de participation et l'actionnariat salarié en France 249
1.2.2. Une concurrence des instances existantes ? 250
1.2.3. « L'âge d'or » des sociétés de journalistes 252
1.3. Instituer le pouvoir actionnarial des journalistes 253
1.3.1. Vers une reconnaissance légale de la participation financière des journalistes 254
1.3.2. Pour une institutionnalisation des sociétés de journalistes 255
1.3.3. Les syndicats réformistes en appui 256
1.4. L'échec du projet de l'actionnariat salarié pour les journalistes 257
1.4.1. Des oppositions à l'institutionnalisation de la participation financière 257
1.4.2. Le bilan du modèle de la société de journaliste actionnaire 258
Section 2. L'équipe rédactionnelle : pour des journalistes super-salariés 260
2.1. De « société de journalistes » à « équipe rédactionnelle » 260
2.1.1. Crises et compromissions des sociétés de rédacteurs 260
2.1.2. Le repositionnement syndical 261
2.1.3. De la participation financière à l'acquisition de droits spécifiques pour l'équipe rédactionnelle 262
2.2. Un développement discontinu des sociétés de journalistes 263
2.2.1. Des difficultés à résister aux patrons 263
2.2.2. Tenter la relance 264
2.2.3. Un dernier appel ? 266
2.3. Les difficultés de la Fédération française des SDJ 267
2.3.1. De nouvelles sociétés de journalistes 268
2.3.2. Une logique d'entreprise 269
2.4. Un nouvel échec à légiférer sur les sociétés de journalistes 269
2.4.1. Une proposition de loi 269
2.4.2. Le soutien des syndicats 271
Section 3 : Les sociétés de journalistes : reconnaissance tacite et actions informelles ... 273

3.1. Association et forum : une structuration plus lâche 273
3.1.1. Associations et Forum 273
3.1.2. Une représentation consensuelle 275
3.2. Défendre les journalistes dans l'entreprise 275
3.2.1. Une dynamique d'entreprise 275
3.2.2. Des revendications corporatistes 276
3.3. Des méthodes et répertoires d'actions innovants 277
3.3.1. Des répertoires d'actions alternatifs 278
3.3.2. Négociations localisées et nouveaux thèmes 278
3.3.3. Consultation et influence 279
3.4. Sociétés de journalistes et syndicats aujourd'hui 280
3.4.1. Entre concurrence et discussion 280
3.4.2. Le partage des tâches avec les syndicats 281
Conclusion 282

Chapitre 6. L'Association de préfiguration d'un conseil de presse : défendre collectivement la qualité de l'information 285
Pour une régulation collective de l'activité professionnelle 285
Une association singulière 286
Méthodologie et corpus 286
Section 1. Une association pour la qualité de l'information 289
1.1. Une crise de confiance du public 289
1.1.1. Une initiative de journalistes 289
1.1.2. La qualité de l'information en question 290
1.2. Préfigurer un conseil de presse français 291
1.2.1. Pour un conseil de presse en France 291
1.2.2. Une entreprise de préfiguration 292
1.3. Une activité associative régulière 293
1.4. Les membres de l'APCP 294
Section 2. Une position originale : représenter la profession et le public 297
2.1. Une association mixte 297
2.1.1. Regrouper toute la profession 297
2.1.2. Sortir des divisions entre salariés et employeurs 298

2.1.3. Quelle participation effective des employeurs ? 299
2.2. La participation du public : caution ou nouveauté ? 300
2.2.1. Représenter le public 300
2.2.2. Une participation des représentants du public 302
2.2.3. Une domination des professionnels de l'information 303
Section 3. De la préfiguration à la délibération dans de nouveaux espaces 304
3.1. Les échecs du paritarisme 304
3.2. De la préfiguration à la délibération en terrain neutre 306
3.3. Les limites du processus de délibération 307
Section 4 : Entretenir des liens et diffuser ses idées : l'établissement d'un acteur pertinent 308
4.1. APCP et syndicats professionnels : entre dialogue, concurrence et ignorance.. 308
4.1.1. Travailler en lien avec les syndicats professionnels 309
4.1.2. Accepter l'APCP ou l'ignorer au motif de sa non représentativité ? 311
4.2. Diffuser ses idées : communication et prises de contact 314
4.2.1. Se rendre visible 314
4.2.2. Rencontrer les hommes politiques 315
4.2.3. Une reconnaissance de l'APCP dans le processus de consultation 317
Conclusion 318

Conclusion (II). Multiplicité d'acteurs et conceptions du journaliste 319

Troisième Partie 321
Trois formes de mobilisation pour l'autonomie professionnelle : résister au changement ou l'accompagner ? 321

Introduction (III). La diversité des mobilisations face à la « normalisation » de l'entreprise et de l'activité journalistique 323

Chapitre 7. Des journalistes salariés triplement indépendants : s'opposer à la réforme des statuts de l'Agence France-Presse 327
Les journalistes de l'AFP face à la remise en cause de leur statut 327
Une mobilisation pour une autonomie rédactionnelle plutôt que financière 328

Méthodologie et corpus 329
Section 1. L'Agence France-Presse : les remises en cause d'un établissement sous statut 331
1.1. Le statut juridique de l'AFP : élaboration et critique 331
1.1.1. La constitution d'un statut *sui generis* 331
1.1.2. Un statut juridique original 333
1.1.3. Ressources et financement de l'Agence France-Presse 334
1.1.4. Les ambigüités de la gouvernance 336
1.2. Une première remise en cause du statut : une mobilisation structurante 337
1.2.1. Le plan Giuily ou la tentative de privatisation 337
1.2.2. Une large mobilisation des institutions représentatives du personnel 338
1.2.3. Une mise en échec par les salariés 339
1.3. Deux tentatives récentes de restructuration de l'Agence 340
1.3.1. L'implication des journalistes 341
1.3.2. Faire entrer des actionnaires publics : le plan « Louette » 342
1.3.3. Clarifier les relations avec les clients et l'État : le plan « Hoog » 343
Section 2. Les mobilisations des journalistes dans un système complexe de relations professionnelles 345
2.1. Les représentants des travailleurs : entre alliances et concurrences 345
2.1.1. Des syndicats pluriels 346
2.1.2. La Société des journalistes de l'AFP : entre allié et concurrent des syndicats 348
2.1.3. Une association restreinte mais influente : l'ADI-AFP 349
2.2. La direction : entre mandat étatique et représentant des salariés 351
2.2.1. Un PDG fonctionnaire ? 351
2.2.2. Le responsable de l'entreprise 353
2.3. L'État : entre client et législateur 354
2.3.1. L'État payeur 354
2.3.2. L'État prescripteur 355
2.3.3. L'État législateur 356
Section 3. Des mobilisations diverses pour la définition de l'autonomie 359
3.1. Entre négociation et délibération collective 359
3.1.1. Une réflexion collective 359

3.1.2. Les échecs de la consultation du comité d'entreprise 362
3.1.3. Un processus de concertation 363
3.2. Défendre son indépendance 364
3.2.1. Des enjeux sur le développement et l'emploi 364
3.2.2. Une focalisation sur les questions capitalistiques 365
3.3. Réformer avec le consentement des salariés 366
3.3.1. Une pluralité d'actions 367
3.3.2. Une alliance de circonstance 368
3.3.3. L'impossibilité à réformer sans le consentement des journalistes 368
Conclusion 370

Chapitre 8. De l'actionnariat salarié au salariat : accompagner les licenciements et la recapitalisation du Groupe Le Monde 371
La participation à l'épreuve des restructurations 371
De l'actionnariat salarié au salariat 372
Méthodologie et corpus 373
Section 1. Des restructurations dans un cadre singulier : être journaliste au Monde ... 374
1.1. D'un quotidien à un groupe de presse 375
1.1.1. Une entreprise dominée par ses journalistes 375
1.1.2. La constitution d'un groupe de presse autour du quotidien 376
1.1.3. Une structure juridique atypique 378
1.2. Des formes multiples de participation des salariés 379
1.2.1. Les instances représentant les salariés travailleurs 380
1.2.2. Les instances représentant les salariés actionnaires 381
1.2.3. Les relations avec la direction 383
1.3. Deux restructurations : les étapes vers la sortie de l'actionnariat salarié 384
1.3.1. Déficits et départs volontaires 384
1.3.2. Le plan de licenciements collectifs de 2008-2009 385
1.3.3. La mise en vente du Groupe en 2010 385
Section 2. Les paradoxes de l'actionnariat salarié en cas de restructuration 387
2.1. Une négociation sur l'emploi 387
2.1.1. La légitimation du plan par les salariés actionnaires 388
2.1.2. La mobilisation des ressources légales par le comité d'entreprise 389

2.1.3. Une négociation parallèle avec les syndicats 390
2.1.4. Une stratégie classique 391
2.2. Restructurations, produit, frontières 393
2.2.1. Une nouvelle formule rédactionnelle 393
2.2.2. Redéfinir les frontières 394
2.2.3. Une stratégie intégrée : aller au-delà de l'emploi 395
Section 3. De l'actionnariat salarié au salariat 396
3.1. La mise en vente du Groupe 396
3.1.1. Renoncer à l'actionnariat salarié 397
3.1.2. Susciter des candidatures 397
3.1.3. Choisir le repreneur 399
3.2. Négocier des garanties avant de renoncer à l'actionnariat salarié 401
3.2.1. Garantir l'indépendance des journalistes : le Pôle d'indépendance et la charte d'éthique 401
3.2.2. Négocier les conditions du rachat : l'information consultation du comité d'entreprise 403
3.2.3. Jouer sur la double représentation des salariés 404
3.3. Être salarié dans le nouveau Groupe Le Monde 405
3.3.1. « Écrire une nouvelle page » 405
3.3.2. Les limites du Pôle d'indépendance 407
3.3.3. Redécouvrir le pouvoir salarial : nouveaux acteurs, nouveaux conflits 409
Conclusion 411

Chapitre 9. L'innovation pour une autonomie technique : accompagner le changement d'outil éditorial au Monde Interactif 413
Innovation et identité professionnelle 413
L'innovation : une forme de restructuration 414
Méthodologie et corpus 415
Section 1. Les travailleurs dans l'innovation : accompagner le changement 417
1.1. La place de la direction dans l'innovation 417
1.1.1. La constitution d'un outil éditorial original 417
1.1.2. Une invention managériale 419
1.2. Traduire au lieu d'appliquer des directives 420

1.2.1. Les travailleurs du Monde Interactif : journalisme Web et informatique... 420
1.2.2. L'innovation comme processus de traduction non linéaire 422
1.2.3. Le processus d'extension : une deuxième version du SEPT..... 424
1.3. Une adaptation au quotidien 425
Section 2. Une mobilisation collective de tous les salariés 427
2.1. Un effacement paradoxal des institutions représentatives du personnel 427
2.1.1. La multiplicité des représentations du personnel au MIA 427
2.1.2. Un effacement paradoxal des instances représentatives du personnel..... 428
2.2. Groupes *ad hoc* et culture projet..... 429
2.2.1. De nouveaux acteurs collectifs dans l'innovation 430
2.2.2. Les limites du droit du travail dans les petites entreprises..... 432
Section 3. Des frontières professionnelles en évolution..... 433
3.1. Les frontières professionnelles en jeu..... 433
3.1.1. Un monde du travail commun 433
3.1.2. Le déplacement des frontières professionnelles 435
3.1.3. Quand l'informatique envahit la rédaction 436
3.1.4. Quand la rédaction se saisit de la technique 436
3.2. Une hybridation favorisée par la restructuration 438
3.2.1. L'intégration de l'ensemble des métiers journalistiques 439
3.2.2. Un journalisme multi compétences..... 440
3.2.3. La coordination des travailleurs..... 441
Conclusion..... 442

Conclusion (III). Dynamiques salariales et professionnelles des journalistes en entreprise 445

Conclusion générale 447
Perspectives de recherche..... 447
1. La catégorisation juridique d'un groupe professionnel. Pour une sociologie institutionnelle des groupes sociaux..... 450
1.1. De la revendication d'une profession au salariat..... 450
1.2. Une sociologie institutionnelle des groupes sociaux 451

2. La multitude de la représentation et des représentés. Pour un élargissement des perspectives de la sociologie des relations professionnelles 452
2.1. Défendre des intérêts matériels et moraux 452
2.2. Multitude et position dans les relations professionnelles 453
3. Les mobilisations collectives. Pour une réhabilitation des capacités d'opposition des salariés 454
3.1. Des journalistes en action pour sauvegarder leur spécificité 454
3.2. Participation et opposition des salariés 456

Bibliographie 457
Articles et ouvrages 459
Rapports 482

Annexes 485
Annexe 1 : Corpus d'entretiens 487
Annexe 2 : Profil des enquêtés 490
Annexe 3 : Groupes, dates et lieux des observations 491
Annexe 4 : Cartes d'identité professionnelle de journaliste délivrées pour l'année 2012 492
Annexe 5 : Corpus de cas de recours devant le Conseil d'État 493
Annexe 6 : Recours devant la CSCIJP (2010) 494
Annexe 7 : Reproduction d'une décision de la CSCIJP (anonyme) 495
Annexe 8 : Reproduction d'un arrêt du Conseil d'État (anonyme) 497
Annexe 9 : Arbre de classification 500
Annexe 10 : Projet de déclaration des droits et des devoirs de la presse libre 501
Annexe 11 : Comparaison droit de la presse et déontologie journalistique 502
Annexe 12 : Thèmes des débats aux Assises internationales du journalisme (2011-2012) 504
Annexe 13 : Code de déontologie des journalistes dit « Code Frappat » (2009) .. 505
Annexe 14 : Synthèse de cinq chartes réalisée par l'APCP 507
Annexe 15 : Le passeport professionnel 511
Annexe 16 : Quelques bulletins du SNJ 513
Annexe 17 : Les déclarations du SNJ-CGT en 2012 514

Annexe 18 : Calcul des effectifs syndiqués 516
Annexe 19 : Les sociétés de journalistes 517
Annexe 20 : Les cinq premiers numéros du bulletin de l'APCP 521
Annexe 21 : Liste des participants aux réunions de l'APCP 522
Annexe 22 : Contribution au *Bulletin de l'APCP* 523
Annexe 23 : Le statut de l'AFP 524
Annexe 24 : Chronologie – AFP 530
Annexe 25 : Chronologie – Groupe Le Monde 532
Annexe 26 : Structure capitalistique du Monde (avant recapitalisation) 533
Annexe 27 : Structure capitalistique du Monde (après recapitalisation) 534
Annexe 28 : Chronologie – MIA 535

Principaux sigles utilisés dans la thèse 537

Table des matières 539

Table des illustrations 556
Encadrés 556
Figures 557
Tableaux 558

Table des illustrations

Encadrés

Encadré 1- Georges Bourdon, la figure mythique du SNJ 58
Encadré 2 - Portraits d'un président journaliste et d'un président employeur..... 96
Encadré 3 - Qui préside la CSCIJP ? 99
Encadré 4 - La catégorie statistique de journaliste (INSEE) 126
Encadré 5 - Extrait du projet de déclaration des droits et des devoirs de la presse libre du FNPF (1945)..... 142
Encadré 6 - Les entreprises d'information générale : extraits du projet de 1975 145
Encadré 7 - La définition des entreprises éditrices par la loi..... 146
Encadré 8 - La charte du Syndicat national des journalistes 156
Encadré 9 - Comment devient-on président de la CNMJ ? 163
Encadré 10 - Préambule du projet de passeport professionnel 165
Encadré 11 - Article 9 du projet de statut d'entreprise de presse d'intérêt général (1973) 168
Encadré 12 - Comment choisir les représentants du public ? Les propositions de l'APCP (maquette de mai 2011)..... 172
Encadré 13 - Projet de statut de la presse adopté par la Commission exécutive de la FNPF le 17 septembre 1946..... 174
Encadré 14 - Article 2 des statuts de l'ODI..... 178
Encadré 15 - Méthode d'évaluation des données manquantes 195
Encadré 16 - La loi du 20 août 2008 et les nouveaux critères de représentativité..... 201
Encadré 17 - La loi du 20 août 2008 et l'exception faite aux syndicats catégoriels de journalistes 202
Encadré 18 - Les trois derniers premiers secrétaires du SNJ..... 210
Encadré 19 - Les secrétaires généraux CGT et CFDT..... 214
Encadré 20 - Extraits de communiqués du SNJ-CGT 218
Encadré 21 - Extraits de la profession de foi de la CFDT pour les élections à la CCIJP (2012) 220
Encadré 22 - La loi du 15 octobre 2010 : mesurer la représentativité dans les TPE 231
Encadré 23 - Hubert Beuve-Méry..... 245
Encadré 24 - Jean Schwoebel 247

Encadré 25 - Les présidents du Forum des sociétés de journalistes (depuis 2005) 274
Encadré 26 - Pourquoi créer un conseil de presse : la justification de l'APCP (extrait de la maquette du conseil de presse, 2011) 291
Encadré 27 - Présentation générale du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011) 292
Encadré 28 - Portrait du président de l'APCP 294
Encadré 29 - Les associations (non journalistiques) membres de l'APCP 301
Encadré 30 - Répartition des huit sièges du collège journaliste du comité délibératif du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011) 309
Encadré 31 - Répartition des huit sièges du collège éditeurs du comité délibératif du conseil de presse proposé par l'APCP (extrait de la maquette, 2011) 310
Encadré 32 - La place des agences dans le circuit médiatique 332
Encadré 33 - Les journalistes de l'AFP 332
Encadré 34 - Objet et obligations de l'AFP (articles 1 et 2 du statut) 333
Encadré 35 - La protection légale de l'existence de l'Agence (article 14 du statut) 334
Encadré 36 - La modification de l'article 13 344
Encadré 37 - Le PDG de l'AFP : nomination et rôle (articles 10 et 11 du statut) 351
Encadré 38 - Le parcours d'Emmanuel Hoog 352
Encadré 39 - Méthode d'analyse systématique des procès verbaux des réunions du comité d'entreprise 359
Encadré 40 - Les créateurs du groupe Le Monde : J.-M. Colombani et A. Minc 376
Encadré 41 - Le directoire du Monde 383
Encadré 42 - Le rôle du comité d'entreprise en cas de plan de sauvegarde de l'emploi 389
Encadré 43 - Indemnités de départ pour les rédacteurs du *Monde* 391
Encadré 44 - Bergé, Niel, Pigasse : les nouveaux propriétaires du Monde 400
Encadré 45 - La direction au MIA 419
Encadré 46 - Le circuit copy au Monde Interactif 439

Figures

Figure 1 - Organisation de l'USJ-CFDT 216
Figure 2 - Résultats de l'analyse des articles du bulletin du SNJ 234
Figure 3 - Synthèse du système de relations professionnelles à l'AFP 358

Figure 4 - Nombre de références au statut dans les procès verbaux des réunions 361
Figure 5 - Structure de l'actionnariat du Groupe Le Monde avant 2010 378
Figure 6 - Synthèse des conséquences de la recapitalisation du Monde 386
Figure 7 - Structure du Groupe après la recapitalisation 406
Figure 8 - Le système éditorial de production et de trafic 418
Figure 9 - Un exemple de traduction : le « lock » dans le SEPT 2 424
Figure 10 - Organisation de l'espace de travail du Monde Interactif 438

Tableaux

Tableau 1 - Suppressions d'emploi et cessations d'activité les plus importantes en 2012 10
Tableau 2 - Points de repères chronologiques 43
Tableau 3 - La section J de la NAF 74
Tableau 4 - Les entreprises de presse écrite (2010) 75
Tableau 5 - Nombre de rédactions par type de support 76
Tableau 6 - Les instances chargées de délivrer la carte de presse 95
Tableau 7 - Décisions de la CSCIJP (14 décembre 2009 -13 décembre 2010) 100
Tableau 8 - Nombre d'arrêts du Conseil d'État par décennie 103
Tableau 9 - Répartition des cas portés devant le Conseil d'État (1972-2007) 104
Tableau 10 - Types d'arguments mobilisés selon les questions 108
Tableau 11 - Principes d'évaluation et registres d'argumentation 109
Tableau 12 - Date de création des syndicats de journalistes 194
Tableau 13 - Effectifs déclarés et estimés des syndicats de journalistes 196
Tableau 14 - Poids respectif des syndicats parmi les journalistes syndiqués 197
Tableau 15 - Poids respectif des syndicats parmi l'ensemble des journalistes professionnels 198
Tableau 16 - Poids respectif des syndicats dans les élections triennales à la CCIJP (2000-2012) 199
Tableau 17 - Répartition des sièges entre les huit représentants titulaires des journalistes à la CCIJP (2000-2012) 200
Tableau 18 - Résultats agrégés pour la branche journaliste (2013) 203
Tableau 19 - Répartition des communiqués selon les thèmes 218
Tableau 20 - Les trois modèles de sociétés de journalistes 239

Tableau 21 - Les présidents de la FFSJ (1967-1998) 255
Tableau 22 - La participation aux réunions de l'APCP 295
Tableau 23 - Les membres du conseil d'administration de l'APCP 296
Tableau 24 - Syndicats, SDJ et associations dans le système de relations professionnelles 320
Tableau 25 - Chronologie restreinte du statut de l'AFP 330
Tableau 26 - Répartition des salariés de l'AFP par catégorie professionnelle 341
Tableau 27 - Résultats pour les sièges titulaires aux élections professionnelles de l'AFP 347
Tableau 28 - Prévisions du montant des abonnements de l'État à l'AFP 354
Tableau 29 - Chronologie succincte du cas Le Monde 373
Tableau 30 - Elus au comité d'entreprise de la Société éditrice du Monde 380
Tableau 31 - Répartition des sièges au Conseil de surveillance de LMPA 382
Tableau 32 - Bilan des départs suite au PSE du *Monde* 392
Tableau 33 - Part des membres des sociétés de personnels ayant voté pour l'offre BNP 400
Tableau 34 - Répartition des sièges au sein du Pôle d'indépendance 408
Tableau 35 - Chronologie succincte du MIA 415
Tableau 36 – Répartition de l'effectif du Monde Interactif 421
Tableau 37 - Mode d'organisation actuel des groupes de réflexion au Monde Interactif 430
Tableau 38 : La diversité des mobilisations en cas de restructurations 446