



La pandémie passe, la presse trépasse

Publié le 22 décembre 2020

Chute des revenus publicitaires, fermeture des points de vente, recul des recettes d'abonnement, le monde des médias français est fortement secoué. Et les journalistes de l'environnement subissent de plein fouet ce séisme majeur.

Le groupe Vivendi, détenu par Vincent Bolloré, devrait prendre le contrôle de Prisma Media. Ce groupe édite notamment Géo, Ça m'intéresse et National Geographic : des titres au fort contenu environnemental.

Quelques jours plus tard, c'est le groupe Infopro Digital qui annonçait la mise à mort du Journal de l'Environnement, quotidien en ligne dédié aux professionnels de l'environnement.

Depuis des semaines, les journalistes de Science et Vie se mobilisent pour la sauvegarde de leur magazine, soutenus par trois cents scientifiques et universitaires.

Nos pensées vont aux adhérents de nos associations qui vont perdre leur emploi, à un moment où la précarité réduit l'attractivité d'une profession réputée utile à la démocratie.

Leur connaissance approfondie des problématiques environnementales et leur engagement pour une information rigoureuse vont nous manquer. Comment ne pas penser aux conséquences de ces restructurations sur le paysage médiatique et la qualité de l'information ?

Nous nous interrogeons aussi sur l'usage qui a été fait par Prisma Media, Infopro Digital, Reworld Media, des aides à la presse distribuées par l'état. Sans omettre, bien sûr, les soutiens exceptionnels distribués depuis le début de la pandémie pour aider les entreprises de presse à passer le cap de la fermeture des réseaux classiques de distribution.

A l'heure où les fausses informations circulent à la vitesse de l'éclair sur les réseaux sociaux et certaines chaînes d'information en continu, nous avons besoin de journalistes qui connaissent leurs sujets, savent mettre des informations en perspective et faire appel au sens critique des lecteurs.

L'information n'est pas une marchandise comme les autres. La rentabilité ne doit pas primer sur la fiabilité des contenus. Cette information doit également rester indépendante de tout intérêt financier.

Par ailleurs, le dispositif d'aide aux PME fragilisées par la pandémie prévoit jusqu'à 10 000 € par mois pour les "régies publicitaires des médias", selon la formulation du site internet de Bercy, mais seulement le dispositif de droit commun, donc 1 500 € par mois, pour les médias eux-mêmes. N'est-ce pas une occasion manquée pour le ministère de la culture de défendre la presse ? Est-il encore possible de prévoir un rattrapage ?

Aussi nous demandons aux ministres de la Culture et de la transition écologique de bien vouloir nous recevoir pour évoquer les mesures qui peuvent être envisagées pour préserver la presse environnementale, à quelques semaines de l'entrée en vigueur du Pacte vert européen...

L'Association des Journalistes de l'Environnement (AJE), Les Journalistes-écrivains pour la nature et l'écologie (JNE)