

Les stratégies des groupes de communication à l'orée du XXIe siècle

Jean-Yves Mollier¹

Résumé

Le début de la décennie 1980 a marqué l'émergence sur la scène mondiale d'« une industrie globale de la communication », se riant des frontières politiques. Ayant choisi le modèle de l'intégration verticale, les firmes les plus entreprenantes sont passées à l'action en multipliant les acquisitions et en restructurant complètement le marché du livre. Pour essayer de comprendre ces mutations, il convient de s'arrêter sur le tournant qu'a représenté la financiarisation de la vie économique depuis une vingtaine d'années. Rien ne serait plus faux cependant que de conclure de cette analyse au triomphe de telle ou telle entreprise sur ses concurrentes. L'étude des mouvements souvent erratiques qu'a connus l'édition mondiale depuis quinze ans confirme le caractère toujours provisoire des équilibres observés à un moment donné.

Mots-clés: marché du livre, industrie globale, financiarisation

Prix Nobel d'économie en 1982, l'Américain George Joseph Stigler définissait alors la structure du marché du livre dans les pays les plus évolués comme celle d'un « oligopole à frange ». Par cette image qui semble, dans sa traduction en français de l'*Inverted Umbrella*, vouloir esthétiser les rapports de domination économique, le chef de file de l'économie de la régulation entendait justifier le phénomène dérangent de l'oligopole qui caractérise un marché de concurrence imparfaite. A sa suite, Bénédicte Reynaud devait appliquer son observation au marché français de l'édition. Sa thèse d'économie, soutenue en 1981, sous le titre *L'Evolution de la structure de la branche d'édition de livres en France*², résumée l'année suivante dans un article de la *Revue d'économie industrielle* (Reynaud, 1982), allait fixer pour longtemps le cadre conceptuel permettant de penser la concentration à l'œuvre dans ce secteur depuis un certain nombre d'années. Puisqu'on assistait, tant aux Etats-Unis que dans la vieille Europe, à un formidable mouvement de Monopoly industriel, il convenait d'interdire aux marxistes de stigmatiser le stade monopolistique d'évolution du capitalisme en leur opposant l'objectivité de l'observation scientifique³. Considérant qu'effectivement les

¹ Professeur de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. Auteur de *L'Argent et les Lettres*, parmi d'autres. E-mail: jean-yves.mollier@uvsq.fr

² Université Paris I, dir. J. Parent.

³ Dans les années 1960-1970, les marxistes théorisent ce qu'ils appellent le capitalisme monopoliste d'Etat alors que la gauche non communiste préfère s'accorder sur l'apparition d'oligopoles qui, comme les monopoles, utilisent leurs relais auprès du pouvoir politique pour orienter les décisions économiques dans un sens favorable à leurs intérêts.

acteurs du marché unissaient leurs efforts avec ceux des décideurs politiques pour obtenir une régulation favorable à leurs intérêts, George Stigler permettait de penser le coup de foudre qui avait frappé l'édition française lorsqu'avait retenti, le 14 décembre 1980, le cri de victoire de Jean-Luc Lagardère qui venait de racheter 41% des actions de la Librairie Hachette. Comme au même moment, le groupe Havas, via sa filiale CEP-Communication, entamait sa marche en avant pour devenir, à la fin de la décennie, le numéro 1 de l'édition française sous le nom du Groupe de la Cité, la holding financière constituée en partenariat avec les Presses de la Cité (Bouvaist, 1983 ; Mollier, 2003), tous les ingrédients semblaient réunis pour placer le marché du livre français sous la coupe de deux géants industriels, le groupe Matra d'un côté, la Compagnie Générale d'Electricité de l'autre⁴. L'un et l'autre s'intéressaient de très près à l'information et à la communication, Matra possédant la station de radio Europe n° 1 et s'installant à parité dans le groupe Hachette-Filipacchi Media tandis que l'Agence Havas dominait le monde des dépêches et de l'affichage.

Aux Etats-Unis, un pas supplémentaire allait être franchi dans cette décennie 1980 qui voit les entreprises industrielles qui avaient investi dans l'édition se désengager et revendre leurs participations à des groupes de communication pour qui le livre doit désormais dégager des bénéfices comparables à ceux obtenus dans les secteurs les plus rentables de l'économie. Ce tournant conduit alors André Schiffrin (1999) à claquer la porte de la maison Pantheon Books, elle-même intégrée à Random House, revendue par RCA à Samuel I. Newhouse, un milliardaire qui avait fait fortune dans la presse, la radio et la télévision. En partant, en 1990, de son bureau d'où il avait dirigé l'édition littéraire new-yorkaise pendant trente ans, André Schiffrin semblait annoncer la fin d'un monde et l'intrusion, dans l'univers des lettres, d'une logique financière qui, bien plus encore que les stratégies industrielles conquérantes des années 1960-1980, allait modifier la nature profonde de l'édition de livres dans le monde. Comme le mouvement semblait identique en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas, avec l'apparition de Pearson, Reed-Elsevier ou Wolters Kluwer, en Italie où les frères Mondadori allaient voir leur maison absorbée par le Cavaliere Berlusconi et en France avec la transformation prochaine de la Compagnie Générale des Eaux en Vivendi puis Vivendi Universal, on pouvait penser que plus rien n'arrêterait cette lame de fond. Telle était d'ailleurs l'opinion d'André Schiffrin quand il

⁴ Après maints rebondissements, la Cie Générale d'Electricité a revendu la Générale Occidentale à la Cie Générale des Eaux qui a, ensuite, absorbé Havas avant de changer de nom et de se muer en Vivendi puis Vivendi Universal, le tout en

réédigeait *L'Édition sans éditeurs* publiée à Paris à l'occasion du Salon du Livre de mars 1999.

Toutefois l'annonce du mariage entre AOL, premier fournisseur d'accès à Internet, et Time Warner, premier empire médiatique au monde, avec CNN, *Time*, *Life* ou Warner Bros, en janvier 2000, devait ajouter une dimension supplémentaire à ces fusions (Mollier, 2002 ; 2003). Avec le départ aux États-Unis de Jean-Marie Messier et la constitution du groupe Vivendi Universal qui entendait rivaliser avec AOL Time Warner, on assistait à la mise en ordre de bataille de groupes mondiaux de communication parmi lesquels on voyait poindre les figures majeures de News Corporation, Walt Disney, Paramount Viacom, Comcast et Bertelsmann, devenu propriétaire, en 1998, de Random House et, par ce biais, premier éditeur américain désormais. Le rappel ultérieur de son PDG en Europe puis son limogeage n'ont pas aidé à comprendre quelle était la stratégie à long terme du leader allemand de l'édition.

De même, la vente en février 2006 de Time Warner Book Group, la division livre de Time Warner, à Hachette Livre, semble destinée à rebattre les cartes de ce secteur et interdire tout essai de clarification de leurs visées en matière de contrôle de l'information et de la communication. La financiarisation accélérée de l'économie, qui substitue une logique du coup par coup à la volonté des groupes géants de demeurer pérennes⁵, est apparemment le trouble-fête qui perturbe toutes les savantes constructions opérées ces dernières années et qui abat comme des châteaux de sable les forteresses édifiées par Jean-Marie Messier et ses semblables.

Vivendi Universal s'est écroulé à l'automne 2002 et a revendu sa branche livre, Vivendi Universal Publishing, fournissant au baron Sellière et à sa société, Wendel Investissement, l'occasion de racheter Editis, 60% de l'ex VUP. Hachette Livre en a récupéré 40%, dont Anaya en Espagne, avant qu'il ne se porte acquéreur de Hodder Headline au Royaume Uni pour talonner Pearson dans la course au leadership mondial.

Avant de reprendre Time Warner Book Group, il a cédé Dalloz à Lefebvre Sarrut tandis que le fonds financier britannique Carlyle, Cinven and Apax qui avait acheté en 2001 le français Masson, spécialisé dans le livre médical, le remet en vente. Wolters Kluwer qui avait souhaité, en 1997, profiter des effets bénéfiques du mariage industriel pour nouer une alliance stratégique avec son concurrent, Reed Elsevier a préféré y renoncer trois ans plus tard. Ces phénomènes déroutants achèvent de rendre ces mouvements passablement erratiques, d'autant que le nouvel ensemble Editis s'est « pacsé » fin 2005, avec Québecor, le numéro 1 de la communication au

moins de dix ans.

⁵ Voir l'excellente analyse de la financiarisation de la planète développée par Antoine Rebiscoul, Directeur Général de Saatchi and Saatchi dans « Le jeu de dupes autour de l'économie de l'immatériel. L'effet Moebius de la financiarisation sur les droits de propriété » in *Mode de Recherche* n° 5/janvier 2006, p. 23-37.

Canada, afin de dominer complètement le marché de la distribution au Québec⁶. Comme on peut s'attendre à de nouvelles offensives à l'échelle planétaire dans le monde de la communication, on tentera d'explorer ici quelques pistes susceptibles de donner du sens à ces oscillations en apparence énigmatiques.

Des logiques industrielles et de leur régression

Globalement, comme l'ont souligné Bernard Guillou et Laurent Maruani dans leur étude de 1991 intitulée *Les Stratégies des grands groupes d'édition. Analyse et perspectives*, le début de la décennie 1980 a marqué l'émergence sur la scène mondiale d' « une industrie globale de la communication » (Guillou & Maruani, 1991 : 34), se riant des frontières politiques et même des métiers de base puisqu'elle marie du son, de l'image et du texte. Ayant choisi le modèle de l'intégration verticale, les firmes les plus entreprenantes sont passées à l'action en multipliant les acquisitions et en restructurant complètement le marché du livre.

Pour citer quelques exemples significatifs, on commencera par rappeler le cas des Pays-Bas qui voient, en 1987, le géant de la presse et de l'édition professionnelle, Elsevier, tenter de s'emparer de son principal outsider, le groupe Wolters Kluwer, lui-même issu, la même année d'une fusion entre Kluwer, spécialiste du livre juridique, et Wolters-Samsom, éditeur scolaire (Ibid . : 113-117). Après avoir échoué dans son OPA boursière, Elsevier qui s'est rapproché du britannique Pearson (Longman, Penguin, *Financial Times*, etc.), va alors se tourner vers un autre éditeur anglais, Reed (Octopus, Routledge, etc.) avec qui il décide de fusionner, en 1992, pour devenir leader dans la presse professionnelle. Cinq ans plus tard, en 1997, Reed Elsevier et Wolters Kluwer envisageaient d'aller encore plus loin et d'opérer un mariage stratégique pour contrôler une part importante du marché du multimédia⁷.

A côté de ce rapprochement qui aboutira d'ailleurs au divorce en 2000, on peut citer l'exemple italien qui a vu, dans un premier temps, l'entreprise Mondadori acquérir le groupe de presse L'Espresso, puis se rapprocher de De Benedetti, en 1986-1987, avant de passer sous le contrôle de Berlusconi qui détient aujourd'hui une sorte de monopole de l'information dans son pays. A côté de ces mouvements, les opérations de concentration qui ont secoué la France, de 1980 à 2002, ont semblé procéder de la même ambition : constituer des ensembles stratégiques susceptibles de détenir des parts majeures dans tel ou tel secteur. Ainsi a-t-on vu le groupe Hachette Livre s'emparer du groupe Didier, en mai 1996, afin de renforcer ses positions dans le

⁶ Voir *Livres-Hebdo* n° 618 du 21 octobre 2005, p. 62-63.

⁷ Il va de soi que la lecture de la presse quotidienne (*Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro* et *L'Humanité* ainsi que *Livres Hebdo*) a constitué la base de notre documentation depuis 30 ans.

domaine scolaire⁸, au moment où son concurrent, le Groupe de la Cité, développait, avec Larousse, Bordas et Nathan, une stratégie comparable. Dans tous ces exemples cependant, la stratégie semblait encore épouser la logique des conglomérats et, si l'on assistait périodiquement à des reventes d'une partie des avoirs, c'était pour disposer d'un trésor de guerre et l'utiliser afin de renforcer sa propre position dans le domaine de la presse, du livre ou du multimédia. Tel fut également le modèle de développement de Bertelsmann qui a triplé son chiffre d'affaires entre 1970 et 1983 et était devenu le numéro 1 mondial dans la communication avant la fusion AOL Time Warner de 2000 (Ibid. : 144-155). Toujours leader aux Etats-Unis où il possède à la fois Doubleday depuis 1989 et Random House depuis 1998, il n'a pas perdu de vue sa stratégie industrielle et le rappel de son PDG, Thomas Middelhoff, en août 2002, a montré que la famille Mohn, fondatrice et propriétaire de la firme de Gütersloh en Westphalie n'entendait pas renoncer à sa vision industrielle du management de ses entreprises⁹.

De la même manière, depuis l'entrée de Matra dans le capital de la Librairie Hachette en 1980, les actifs ont été conservés et si on a bien assisté à des ventes par appartements, il s'est agi, d'abord, des immeubles de la rue Réaumur, siège des NMPP, puis du quadrilatère historique formé par les immeubles des boulevards Saint-Michel et Saint-Germain ainsi que par les rues Hautefeuille et Pierre-Sarrazin. En revanche, les filiales acquises depuis 1954 – Grasset, Fasquelle, Fayard, Stock, Calmann-Lévy, etc. – sont toutes demeurées dans le groupe et ce, même lorsque l'échec rencontré dans la privatisation de TF1 a abouti au fiasco de la 5, chaîne reprise par Jean-Luc Lagardère et Silvio Berlusconi en 1990, deux ans avant sa disparition.

Toutefois si la logique industrielle est conglomérale de ces restructurations semble avoir été maintenue, on observe dans le même temps une financiarisation de ces groupes qui va à contre-courant de cette orientation. Il suffit, sur ce point, de regarder la structure du capital du groupe Pearson qui possède en 1991 la 7^e compagnie pétrolière du monde – Camco-Reda Pump – ainsi que le porcelainier Royal Doulton et 50% de la Banque Lazard Bros, plus 10% de Lazard Paris et autant de Lazard New-York (Ibid. : 126-133), pour se rendre compte que, dans cette holding financière, les intérêts des firmes Addison, Longman ou Penguin sont suspendus aux décisions stratégiques des actionnaires. De même, lorsqu'en 1986 se constitue l'embryon de ce qui formera, deux ans plus tard, le Groupe de la Cité, on trouve une holding financière, la Générale Occidentale, propriétaire des bonbons "La Pie qui chante" ainsi que de la moutarde

⁸ A. Salem, *op. cit.*

⁹ *Livres-Hebdo* n° 478, 23 août 2002, et la presse nationale pour les commentaires de ces événements. Sur Bertelsmann, on consultera également Claudia Schalke et Markus Gerlach, « Le paysage éditorial allemand » in *Actes de la Recherche en Sciences sociales* n° 130, déc. 1999, p. 29-47, et Franck Bödselmann et Hersch Fischler, *Bertelsmann. Hinter der Fassade des Mediensimperium*, Frankfurter-am-Main, Eichhorn AG, 2004.

"Amora", à côté des anciennes Presses de la Cité dominées jusque-là par la famille Nielsen (Mollier, 2002 : 35 ; Reynaud, 1999 : 3-10). Dirigée alors par Jimmy Goldsmith, homme d'affaires britannique à la réputation sulfureuse, la Générale Occidentale allait être rapidement revendue à la Compagnie Générale d'Electricité d'Ambroise Roux puis, dix ans plus tard, par celui-ci à la Compagnie Générale des Eaux, ce qui illustre bien les mutations observables dans l'édition depuis le début des années 1990 et le retrait progressif des groupes industriels de ce secteur (Mollier, 2002 : 35-38).

André Schiffrin le dira avec force lors de sa conférence de presse new-yorkaise de 1991 : l'édition était en train de changer de nature et, puisque les nouveaux propriétaires de Random House, les frères Newhouse, exigeaient une rentabilité immédiate supérieure à 10%, il n'était plus possible de conserver les mêmes politiques éditoriales que dix ans auparavant (Schiffrin, 1991 : 45-62). L'exemple de la firme Paramount, qui s'appelait aux origines Gulf and Western et possédait, dans les années 1960, des actions dans les manufactures de tabac, les raffineries de canne à sucre, les mines de zinc et bien d'autres secteurs, confirme cette évolution.

Pour racheter la grande maison d'édition Simon and Schuster, l'inventeur du livre de poche aux Etats-Unis en 1939, et tenter une OPA agressive sur Time en 1989, elle a dû vendre plus de 150 entreprises et des centaines de millions de dollars de participations diverses (Idem). Son échec et son incapacité à empêcher la fusion entre Time et Warner en 1989 a confiné la financiarisation accélérée à l'œuvre dans les groupes de communication depuis 1980-1985. Warner, propriété de Christ-Craft Industries, avait considérablement investi dans l'industrie musicale et l'industrie cinématographique, ce qui l'amena à souhaiter se doter d'une structure éditoriale plus solide que celle qu'il possédait. En prenant ce virage qui allait conduire la nouvelle entité Time Warner à s'unir avec AOL dix ans plus tard, le groupe démontrait à qui voulait s'intéresser à ses destinées que l'heure des batailles de la communication à l'échelle planétaire avait sonné.

La financiarisation et la précarisation des entreprises d'édition

Pour essayer de comprendre ces mutations, il convient de s'arrêter sur le tournant qu'a représenté la financiarisation de la vie économique depuis une vingtaine d'années. Peu théorisé quoique sous-jacent à l'émergence de figures aussi ambivalentes que celle du financier américain d'origine hongroise, George Soros, capable d'opérer des raids meurtriers sur la monnaie britannique et d'ouvrir un réseau d'universités en Europe de l'Est, ce mouvement de

fond de l'économie de la planète s'oppose radicalement à la logique des conglomérats (Peyrelevade, 2005).

On en a eu une vision caricaturale en France avec la promotion de Bernard Tapie au poste de ministre de la Ville dans le second septennat de François Mitterrand alors que le patron du groupe La Vie Claire avait acheté puis revendu avec une plus-value confortable l'entreprise Adidas. A aucun moment, le fougueux dirigeant de l'Olympic de Marseille n'avait songé à faire entrer la firme spécialisée dans les équipements sportifs dans le noyau d'actifs censés imprimer une identité à son groupe. On le voit, entre le rachat de Citroën par Peugeot pour constituer la marque PSA ou celui de Grasset et de Fasquelle par Hachette pour faire de sa filiale Grasset-Fasquelle la tête de pont de l'assaut lancé contre les prix littéraires qui lui échappaient jusque-là (Mollier, 2005), un fossé s'est creusé qui sépare deux visions de l'entreprise et deux époques, si ce n'est deux univers. Antoine Rebiscoul (2006), directeur général de "The Goodwill Company Saatchi and Saatchi-Groupe Publicis", a résumé ce mouvement de redéploiement du capital dans un récent article au titre volontairement ironique, *Le jeu de dupes autour de l'économie de l'immatériel. L'effet Moebius de la financiarisation sur les droits de propriété*. Après avoir rappelé que, jusque dans la décennie 1980, on pouvait assister à des fusions d'entreprises destinées à renforcer la taille d'un conglomérat, cette stratégie qui visait à atteindre le leadership dans son domaine de compétence a brusquement cédé la place à une volonté de diversification des avoirs, donc du portefeuille de placements.

L'arrivée des fonds de pension et des fonds d'investissement – les premiers majoritaires chez Vivendi Universal, les seconds chez Edfis par exemple – sur le devant de la scène a placé l'actionnaire en position de force. Alors qu'auparavant, il devait faire confiance aux directions des groupes industriels, il dispose, grâce à Internet et aux NTIC, des moyens de gérer directement ses actions et de les déplacer en fonction des informations que lui apporte le web (Idem). N'ayant plus besoin d'attendre les assemblées générales annuelles ou les rapports des organismes chargés d'auditionner les entreprises, il peut cesser de regarder les résultats des sociétés anonymes auxquelles il confie ses investissements et se contenter du cours boursier, en refusant tout autre critère de gestion de son portefeuille¹⁰.

De ce fait, l'entreprise doit, à son tour, modifier sa stratégie et songer à tout instant à la « création de valeur pour l'actionnaire » (Idem), la fameuse *shareholder value*, ce qui conduisit, en 2000-2002, Jean-Marie Messier à se livrer à une débauche d'imagination comptable – la

¹⁰ Que l'actionnaire gère directement son portefeuille ou en confie le soin à un fonds de pension ne change rien à la démonstration. Les fonds de pension américains gèrent d'ailleurs 30 % des capitaux boursiers du pays, ce qui indique bien la tendance, à savoir une gestion plutôt collective ou indirecte des portefeuilles qu'individuelle et directe.

modification permanente du périmètre d'intervention de Vivendi Universal – afin de maintenir le cours du titre à un niveau élevé. La chute brutale de l'automne 2002 n'a fait qu'enregistrer le départ immédiat des fonds de pension ou d'investissement qui l'avaient soutenu avant de lui retirer leur confiance. Dans un domaine voisin, la vente de la division livre de AOL Time Warner à Hachette Livre manifeste, non le caractère irrationnel de la gestion d'un groupe mondial de communication mais l'obligation où il se trouve, début 2006, de dégager un profit tel que le cours de son action – le baromètre de sa santé – demeure attractif pour tous ceux qui le possèdent. Ainsi démolit-on allègrement des pans entiers du conglomérat que l'on avait tenté de constituer quelques années auparavant, quitte à les reprendre ultérieurement si la valorisation de leur capital le justifie.

Comme l'écrit ce spécialiste qu'est Antoine Rebiscoul, « la recherche de "création de valeur pour l'actionnaire" incite à démontrer en permanence que l'entreprise en demande de capitaux est au moins au niveau de ce que l'ensemble du marché des placements est susceptible d'offrir. En ce sens, le capitalisme dit "actionnarial" est aussi et peut-être en premier lieu un capitalisme "actuarial", il organise toute l'entreprise, et toute la chaîne de valeur, en fonction de sa capacité à atteindre un niveau de rentabilité des capitaux engagés supérieur au taux d'actualisation, qui n'est lui-même que l'expression de la puissance de comparabilité des actionnaires » (Idem).

Poursuivant son analyse d'un système qui fait vivre son groupe, le patron de Saatchi-Publicis explique ensuite les bienfaits de la découpe des firmes par appartements, la seule façon au fond de faire miroiter à l'actionnaire des gains rapides que la gestion industrielle d'une entreprise serait incapable de produire. On retrouve alors le constat amer d'André Schiffrin dans *L'Édition sans éditeurs* : ce n'est pas le profit qui pose problème puisque celui-ci a toujours été recherché par les médiateurs culturels, au XIX^e comme au XX^e siècle, c'est la nécessité de dégager une rentabilité telle qu'elle oriente la gestion de la firme vers la production de biens standardisés interchangeables (Schiffrin, 1999).

Dans un monde devenu apparemment étranger à toute conception sociale de l'économie, ce ne sont plus les biens matériels, tangibles, de la compagnie qui gouvernent la stratégie des décideurs, mais des biens immatériels, voire le reflet, comme dit Antoine Rebiscoul (2006), c'est-à-dire l'image qu'elle projette et qui la valorise. On comprend que certains penseurs du capitalisme actuel, de Jean Peyrelevade à Yann Moulier Boutang, déplacent

l'observation du monde réel au monde de l'immatériel, de la spéculation intellectuelle, voire du jeu, et qu'ils mettent l'avent sur le stade "cognitif" atteint par le capitalisme parvenu à l'heure de l'Internet et des NTIC. S'il est indispensable de ne pas oublier que les bulles financières finissent par crever, comme l'a illustré le Japon voici une douzaine d'années, on retiendra de cette mutation radicale des objectifs des entreprises, le fait qu'elle explique bien des contradictions apparentes de la globalisation éditoriale, même si elle n'en constitue sans doute qu'une phase toute provisoire.

On a déjà insisté sur le parcours chaotique de la société Dalloz, passée du Groupe de la Cité à Vivendi puis Hachette et Cinven et on pourrait faire la même observation avec la compagnie fondée par Jean-Baptiste Baillière en 1818. Indépendante pendant 169 ans, cette entreprise familiale qui avait essaimé en Angleterre, en Espagne, en Australie et aux Etats-Unis dès la première génération (Mollier, 2010), a d'abord été vendue en 1987 à la famille Beytout parce qu'elle détenait un certain nombre de journaux professionnels dont la *Revue du praticien*, très lue dans les milieux médicaux. Deux ans plus tard, Jacqueline Beytout, propriétaire des *Echos* – c'est son fils Nicolas qui dirige *Le Figaro* de Serge Dassault – revendait la plupart de ses actions au groupe Pearson qui conservera dix ans la société Baillière dans son escarcelle afin d'utiliser ses liens avec la branche américaine, Baillière-Tindall and Cox dont le siège est à Baltimore. En 1999, l'éditeur britannique qui est le leader mondial en matière d'édition, a cédé à un fonds d'investissement dirigé par Paribas le groupe J.B. Baillière Santé, l'empêchant de passer sous le contrôle des éditions Masson, elles-mêmes devenues, en 1993, une filiale du Groupe de la Cité, donc de Vivendi Universal Publishing un peu plus tard¹¹. L'éditeur de *La Médecine expérimentale* de Claude Bernard qui fut lui-même membre du prestigieux Conseil d'escompte de la Banque de France de 1850 à 1864, était mort immensément riche mais avait fermement dénoncé ce qu'il dénommait la « spéculation » (Idem).

On ne sait ce qu'il aurait pensé de la financiarisation de l'économie qui a conduit la Banque de Paris et des Pays-Bas, elle-même absorbée par la BNP récemment, à réunir *Le Panorama du médecin*, la *Revue du praticien* et les éditions médicales J.B. Baillière dans un fonds d'investissement destiné à rehausser la valeur du titre, mais cette itinérance, comme celle des éditions Masson, revendues en 2001 au fonds d'investissement britannique Carlyle, Cinven and Apax pour permettre à VUP de racheter l'éditeur californien Houghton Mifflin (Idem), illustrent jusqu'à la caricature les conséquences de la mutation opérée par l'économie mondiale

¹¹ J.Y. Mollier, « Jean-Baptiste Baillière, un éditeur homme d'affaires », in *Jean-Baptiste Baillière, éditeur des livres médicaux et scientifiques*, dir. D. Gourevitch, Paris, De Boccard, 2006, p.

depuis quinze ans. Loin de procéder d'une logique conglomérale visant à occuper des positions de force dans le secteur d'activité où elles exercent leur « cœur de métier », les ventes et les reventes d'entreprises d'édition procèdent le plus souvent aujourd'hui d'une vision purement financière de l'économie planétaire.

Finance, gouvernance d'entreprise et volonté de dominer l'information

A côté des logiques que l'on a décrites et qui opposeraient par exemple la gestion industrielle du groupe Hachette Livre¹² à la gestion strictement financière d'Editis dont le repreneur de 2004, Wendel Investissement, a immédiatement mis en œuvre la technique du *leverage buy out* ou LBO qui consiste à inscrire une partie du prix du rachat dans la colonne « dettes » de l'entreprise considérée afin de bénéficier d'une fiscalité très avantageuse¹³ on ne peut cependant négliger les restructurations qui découlent de visées plus politiques. On peut citer ici, pour la France, la construction du groupe Media Participations, fondé en juillet 1985 par Rémy Montagne avec l'aide de son beau-frère, François Michelin, et de Claude Bébéar, le PDG du groupe d'assurances AXA, soutenus par un groupe d'investisseurs lyonnais (Mollier, 2002 : 205-210).

Pour cet ancien secrétaire d'Etat à la Famille et à l'Action sociale de Raymond Barre, la rencontre avec Jean-Paul II avait été déterminante. Renonçant à la politique pour mettre son argent et ses talents au service de la vision du monde du Pape, il avait décidé d'entreprendre une croisade destinée à moraliser les médias français. Bientôt propriétaire des maisons Mame, Le Lombard, Dargaud, Fleurus, Desclée, Le Sarment et quelques autres, il considérait qu'elles devaient se soumettre à la volonté pontificale résumée en une formule-choc : « Dieu, l'Eglise, la Famille, les valeurs chrétiennes », ce qui devait conduire *Témoignage chrétien*, son antithèse en matière de politique, à caricaturer ses intentions dans un article intitulé « Presse : la toile d'araignée des cathos de droite » qui montrait un kiosque à journaux où l'on pouvait lire l'ancienne devise de Vichy « Travail, Famille, Patrie » (Ibid). Au-delà des polémiques qui ont cessé avec la disparition du personnage parce que son fils, Vincent, a beaucoup œuvré pour faire taire les rumeurs et tenter de démontrer le caractère strictement économique de son groupe, on ne peut passer sous silence certains faits qui, en Europe comme aux Etats-Unis, tendent à prouver que l'Histoire n'est pas morte et que l'idéologie demeure un des ressorts qui l'agitent en

¹² Arnaud Lagardère a beaucoup communiqué sur ce point ; voir par exemple l'interview volontairement accordée au journal *L'Humanité* du 15 septembre 2000 et intitulée « Notre stratégie n'est pas financière, mais industrielle ».

¹³ Cela permet d'obtenir un retour plus rapide sur l'investissement puisque les intérêts de la dette sont déduits du

profondeur. André Schiffrin avait montré du doigt l'intrusion du financier et magnat de la presse australienne Rupert Murdoch dans le monde de l'édition américaine dans son pamphlet de 1999. Il stigmatisait les largesses consenties par HarperCollins au conservateur anglais Jeffrey Archer – 35 millions de dollars d'avances consentis pour trois romans policiers (Schiffrin, 1999 :49) et 4,5 millions de dollars donnés à Newt Gingrich, le speaker de la Chambre des Représentants pour ses Mémoires (Ibid. : 76). Dans l'un et l'autre cas, la politique, l'idéologie et l'économie faisaient bon ménage puisque le milliardaire désormais américain consentait les mêmes avantages à la fille de Deng Xiao Ping pour la traduction d'une biographie de son père.

Manifestement, il attendait du dirigeant chinois des facilités pour son satellite et son réseau câblé Sky et il s'était engagé à censurer les BBC News reçues en Chine (Ibid. : 75), exactement comme l'a fait Googel récemment pour devenir le moteur de référence de cet immense pays. Cela nous ramène d'ailleurs au second pamphlet d'André Schiffrin, le plus récent, *Le Contrôle de la parole* (2005), dans lequel il dénonce la prise de possession des marchands d'armes français, Lagardère et Dassault, sur les médias les plus importants¹⁴.

Comme l'on sait qu'en Italie la situation est plus grave encore puisque le Président du Conseil, Silvio Berlusconi, contrôle une grande partie de l'information et qu'aux Etats-Unis, la droite la plus conservatrice a accru son emprise sur les télévisions, les radios et la presse écrite, on ne peut que constater le retour en force des idéologies au début du XXI^e siècle. La couverture de la première guerre du Golfe en 1991, avait déjà montré les ravages que pouvait exercer une presse circonscrite par l'un des camps en présence mais la seconde, qui a vu l'armée américaine, littéralement « embarquer » les journalistes dans les chars pour leur faire vivre en direct et en *live* l'événement, a définitivement démontré la nocivité d'une vision manichéenne et diabolisante des rapports entre nations. Puisque l'empire du Mal, soviétique, s'était écroulé, il convenait de lui en substituer un autre pour continuer à imposer l'hégémonie des Etats-Unis sur le monde.

A ce niveau de réflexion, il faut bien constater que l'intrication entre les motivations économiques, politiques et idéologiques est si grande que la financiarisation

bénéfice avant impôt mais cela rend la firme achetée extrêmement dépendante du seul critère financier de sa gestion.

¹⁴ Il faut noter que l'auteur néglige la différence observée dans l'orientation de Lagardère Groupe entre Jean-Luc et Arnaud Lagardère. Ce dernier semble vouloir se désengager progressivement du capital d'EADS, donc d'Airbus et des hélicoptères de combat, pour se recentrer sur les médias, ce qui ne cadre pas avec l'analyse d'André Schiffrin.

de la planète, qui semble la tendance lourde – le *trend* – de ces quinze dernières années, ne peut pas être retenue comme la seule explication des phénomènes qui accompagnent la globalisation éditoriale. Après le rachat de Time Warner Book Group par Hachette Livre, on voit très clairement ce nouveau géant mondial affirmer son ambition d’être présent dans le monde anglophone tout en confirmant son ancrage en Espagne et, par cette aire linguistique, en Amérique du Sud. Par ce biais, on retrouve une partie des orientations qui avaient conduit, en 1998-2000, AOL Time Warner, News Corporation, Walt Disney, Paramount Viacom, Comcast, Bertelsmann et Vivendi Universal à privilégier les deux marchés de l’*éducation* et de l’*entertainment* – l’*educainment* en quelque sorte – et à afficher leur intention de décliner leurs productions imprimées ou cinématographiques et télévisuelles dans les langues les plus rentables de la planète, l’anglais, l’espagnol, le français en priorité¹⁵.

La volonté du moteur Google de numériser des millions de volumes en anglais procède de la même orientation stratégique, comme l’habitude prise par les dessinateurs de cartoons de Walt Disney de travailler en harmonie avec les services des restaurants McDonald’s avant de lancer un film afin que les hamburgers et les frites accompagnent les petites figurines en plastique destinées à populariser le nouveau dessin animé (Schiffrin, 2005 : 58). Devenu le premier producteur de jouets aux Etats-Unis, le groupe Walt Disney a parfaitement compris les avantages de la coopération avec le premier distributeur de *fast-food* dans le monde. Grâce à cette imbrication de leurs intérêts, l’un et l’autre sont en mesure d’imposer au monde, de New-York à Moscou, de Pékin à New Delhi et de Santiago du Chili à Mexico, leurs produits symboliques d’un univers globalisé.

Rien ne serait plus faux cependant que de conclure de cette analyse au triomphe de telle ou telle entreprise sur ses concurrentes. L’étude des mouvements souvent erratiques qu’a connus l’édition mondiale depuis quinze ans confirme le caractère toujours provisoire des équilibres observés à un moment donné. Tout classement et tout hit parade en la matière sont soumis au risque de se voir infirmés à peine l’encre de leur impression séchée. De ce point de vue, la financiarisation généralisée de la planète combat toute volonté hégémonique des individus et des Etats-Unis.

On a vu, ces derniers mois, Carl Icahm, l’investisseur boursier qui voulait

¹⁵ J.Y. Mollier, « L’évolution du système éditorial français depuis l’*Encyclopédie* de Diderot », in *Où va le livre ?*

démanteler Time Warner, échouer tandis que, du côté de Walt Disney, le risque de connaître des revers sérieux se faisait plus grand au moment où son sous-traitant habituel, le studio Pixar, lui ravissait une partie de son leadership. La possession par la Chine d'une quantité considérable de Bons du Trésor américain fait de ce pays le véritable protecteur du billet vert mais aussi le maître redouté de sa stabilité. Dans un monde où les évolutions constatées sont souvent en train de disparaître et de céder la place à d'autres mouvements, encore souterrains quand on les met en évidence, la plus grande prudence s'impose en matière de diagnostic.

On en a analysé certains avatars, telle l'aventure américaine de Bertelsmann, partiellement interrompue par la famille d'actionnaires majoritaire. On aurait pu en développer d'autres qui montrent que le modèle d'interprétation du champ éditorial – l'oligopole à frange – est en train de changer sous les coups de boutoir de la fameuse « création de valeur pour l'actionnaire ». Cela rend plus nécessaire que jamais la vigilance critique de tous ceux qui continuent à penser que la diversité culturelle demeure l'arme la plus efficace contre tous les Big Brothers du passé ou de l'avenir.

Références

- Bouvaist, Jean-Marie. Crises et mutations de l'édition française. In.: GUILLOU, Bernard & Maruani, Laurent. *Cahiers de l'économie du livre*. Paris: Hors Série n° 3/1993.
- MOLLIER, Jean-Yves. *O Dinheiro e as Letras*. História do Capitalismo de Edição. São Paulo : Edusp, 2010.
- _____. Un siècle d'édition des Goncourt. In. : CABANÈS, J.L. ; DUFIEF, R. Kopp e MOLLIER, J.Y. (dir.) *Les Goncourt dans leur siècle. Un siècle de « Goncourt »*. Villeneuve d'Ascq : Presses du Septentrion, 2005.
- _____. (org.) *Où va le livre ?* Paris : La Dispute, 2002.
- PEYRELEVADE, Jean. *Le capitalisme total*. Paris : Ed. du Seuil, 2005.
- REBISCOUL, Antoine. *Mode de recherche* n° 5, janvier 2006.
- REYNAUD-CRESCENT, Bénédicte. « La dynamique d'un oligopole avec frange: le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle* n° 22, 4^e trimestre 1982, p. 61-71.
- _____. « L'emprise des groupes sur l'édition française au début des années 1980 ». In. : *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 130, déc. 1999, p. 3-10.
- SCHIFFRIN, Andre. *L'Edition sans éditeurs*. Paris : La Fabrique éditions, 1999.
- _____. *Le Contrôle de la parole*. Paris : La Fabrique éditions , 2005.
- STIGLER, George J. «The Dominant Firm and the Inverted Umbrella». In.: *The Organization of Industry*, Homewood: Richard D. Irving, 1968, p. 108-122.

This text was received at 27 December 2010 and accepted at 26 January 2012.