

Berlusconi, pas si exceptionnel que ça

Author : admin

Date : 15 mai 2013

Le come-back « imprévisible » de Silvio Berlusconi sur la scène politique italienne offre à la presse internationale l'occasion de disposer d'un de ses sujets d'indignation préféré. On pourra mettre en avant ses mœurs douteuses, dénoncer ses dérapages volontairement incontrôlés. Et puis, il y a cet entrelacement suspect entre pouvoirs économique, politique et médiatique qu'il incarnerait comme nul autre. Au-delà d'un style particulièrement grossier, cette soi disant exception tient-elle vraiment la route ?

Les trois décennies de dérégulation qui ont profondément transformé les économies européennes impactent considérablement le secteur des médias. Un peu partout sur le vieux continent, cette réorganisation aura eu pour effet de permettre aux grosses sociétés d'englober les plus petits acteurs. Les géants de la communication et de l'information nés de cette mutation politique se composent à partir des plus puissants groupes industriels, bancaires et financiers. Autrement dit, les holdings européens ont aussi des activités médiatiques.

Contrairement aux États-Unis, où les plus grands groupes du secteur appartiennent aux acteurs de la finance, dans la plupart des pays européens, ceux-ci restent la propriété des entreprises familiales : l'Italie en est un exemple.

Une économie familiale dominante

Qui dit paysage médiatique italien dit forcément Silvio Berlusconi. L'homme, controversé, se situe à la croisée de la vie politique, du monde des affaires, du domaine de l'information et du spectacle : on le considère bien volontiers comme un cas emblématique du conflit d'intérêts. Toutefois, l'histoire de sa montée en puissance ressemble à celle de la plupart de tous les patrons d'entreprises décrits comme les archétypes du self-made man. Savant mélange de financements semi-occultes, d'amitiés influentes et d'opérations flirtant avec les deux côtés de la frontière de la légalité. La fabuleuse histoire de l'ascension de Berlusconi mériterait d'être confrontée à celle de ses homologues avant d'être jugée problématique.

L'Italie possède une structure économique familiale. Les chiffres d'affaires y sont très polarisés : ils tendent à rester dans les poches d'un nombre restreint de groupes éditoriaux – eux-mêmes propriété de grandes familles. D'après une étude plus approfondie sur ce qu'on peut définir le « noyau dur » de l'économie italienne, on peut affirmer que ce n'est pas qu'avec le cas Berlusconi que le conflit d'intérêt se manifeste. Ainsi, les PDG du conseil d'administration du groupe de presse *Rcs Mediagroup*, appartenant à la famille Agnelli, ont en même temps des participations dans plusieurs autres entreprises – parfois en concurrence entre elles. Les intérêts des Agnelli apparaissent comme très diversifiés et vont de l'automobile – avec *FIAT* – au football, avec le plus titré des clubs du pays, la *Juventus F.C.* de Turin.

Dans ce noyau dur qui constitue la classe dirigeante italienne, à chaque famille correspond un important titre de presse : les De Benedetti possèdent *L'Espresso* ; les Caltagirone, *Il Messaggero* ; la famille Monti-Riffeser, *Il Giorno*, pour n'en citer que quelques-unes.

Nous trouvons donc des structures de contrôle très familiales et nationales ; des structures sociales liées au vieux capitalisme, comme l'absence absolue de concurrence, les logiques endogamiques des familles, les participations croisées des dirigeants, les liens tissés entre banques, assurances et organismes financiers – des rapports qui ont survécu et persistent au fil des années et contredisent la thèse selon laquelle il existe une réelle économie des médias ¹.

Un parallélisme avec la Belgique

La composante très domestique des entreprises italiennes permet de tracer un parallélisme avec le système belge. Geoffrey Geuens ², maître de conférences à l'université de Liège, a effectué de nombreuses recherches dans le domaine de la socio-économie des médias et nous détaille ce parallélisme : « *Dans le secteur des médias, comme dans d'autres secteurs de la production des biens et services, on peut considérer la Belgique comme le "paradis du capitalisme familial", avec des familles souvent liées par des relations matrimoniales et des relations de participations croisées. Des acteurs étrangers existent, comme par exemple Bertelsmann (RTL Belgium) ou Sanoma, le groupe scandinave leader de la presse magazine. Mais, dans la plupart des cas, il s'agit d'actionnaires privés belges familiaux* ».

Le réseau économique local semble se protéger. Le caractère consanguin des conseils d'administration assurerait le maintien du contrôle familial des sociétés. Cette organisation permettrait de réaliser des bénéfices liés aux soutiens des investisseurs étrangers sans pour autant concéder à ceux-ci des possibilités d'intromission dans l'administration des affaires nationales. Ou comment garder le pouvoir décisionnel et tirer parti de capitaux étrangers – qui a dit qu'on ne pouvait pas avoir le beurre et l'argent du beurre ?

Dans cette perspective, le cas du sulfureux Cavaliere perd en particularité pour réintégrer les rangs. Geoffrey Geuens confirme ce réalignement : « *Ne soyons pas naïfs : Silvio Berlusconi est certes excessif, mais on aurait tort de croire qu'il constitue une « anomalie » ou qu'il incarne un « dysfonctionnement » à l'échelle de l'Europe. L'étroitesse des liens entre médias et pouvoirs n'est pas une spécialité italienne. La Belgique, par exemple, n'échappe pas complètement à la règle, et ce même si le cas Berlusconi semble tout à fait spécifique* ». En définitive, on pourrait lire Berlusconi comme une sorte de « caricature » qui pousse à l'extrême des traits communs aux autres dirigeants européens du secteur. Ceux-ci les intègrent également, mais de manière un peu plus souple – ou moins grossière.

D'aucuns affirmeront alors que Silvio Berlusconi conservera au moins cette particularité d'avoir fait fortune loin du monde de la communication avant d'y conquérir un pouvoir certain, notamment dans le secteur de la construction. Or, de nouveau, il n'y a dans cette trajectoire rien de bien original. Dans la péninsule, les Agnelli ont d'abord dirigé la fabrication d'automobiles et la famille De Benedetti construit l'origine de sa fortune dans le domaine de

l'industrie du matériel informatique. Le clan Caltagirone commence aussi son histoire entrepreneuriale dans les constructions et Attilio Monti, fondateur de l'actuel groupe Monrif, fonde son empire sur le marché du pétrole.

Le piège consiste à se laisser tenter par l'hypothèse hâtive d'une spécificité italienne. La famille Dassault vend d'abord et surtout des avions de chasse avant de prendre des participations dans le monde de la presse. Les Lagardère développent leur patrimoine dans l'armement, l'aéronautique et le secteur automobile avant de s'attaquer à l'*entertainment*. À l'origine, le groupe Bouygues s'occupe de construire des bâtiments et ne se découvre un intérêt pour les mass media ³ et les télécommunications que dans un second temps.

Un réseau des réseaux

Ne nous y trompons pas : le fait que les administrateurs des grandes sociétés du secteur restent nationaux n'est pas de nature à freiner la dérégulation – au contraire, cela la favorise. La « multipositionnalité »⁴ des hauts dirigeants induit un mélange entre le business des médias, le secteur industriel et le monde financier – une même personne peut siéger simultanément ou dans un laps de temps réduit dans plusieurs conseils d'administrations d'entreprises de secteurs différents, y occupant des mandats divers.

À ce propos, Geoffrey Geuens nous rapporte quelques exemples éclairants pour comprendre comment ce petit monde fonctionne : « *Dans la plupart des cas, on pourrait parler de concurrence de "courtoisie" : les réseaux d'administrateurs et les organisations patronales comme la FEB ou le VOKA-VEV garantissent notamment la circulation des informations en circuits croisés. À quoi il faut rajouter toutes ces sociétés de médias contrôlées à part égales par des groupes "concurrents" : Mediafin (L'Echo, De Tijd) appartient au De Persgroep et à Rossel, VTM à Roularta et De Persgroep, etc...* »

Le système économique médiatique fonctionnerait d'avantage comme un réseau de réseaux résultant des liens tissés entre des familles de dirigeants dont le pouvoir se croise à travers des grandes entreprises. Cette structure favorise l'important phénomène de concentration, notamment dans le domaine de la presse. Ce qui n'est pas sans signifier un sérieux problème : à partir du moment où les oligopoles détiennent le contrôle du secteur de la production d'information, ils risquent d'empêcher qu'elle puisse circuler correctement – du moins selon des critères démocratiques. Il paraît plus vraisemblable que le journal La Stampa, dirigé par John Elkan (un des derniers rejetons du clan Agnelli), ne sera guère enclin à dénoncer la politique sociale du groupe FIAT, une des multiples propriétés du holding détenu par l'illustre famille turinoise.

En Belgique, cette tendance à la concentration se vérifie également. Ces dernières années, elle aurait même eu tendance à s'intensifier. « *Actuellement, seule une petite poignée d'acteurs se partagent le marché de l'information en Belgique avec, qui plus est, des liens étroits avec le secteur privé et les métiers de la banque-assurance. Cela, on peut aisément l'imaginer, n'est pas sans poser une série de questions quant à l'avenir d'un pluralisme. On voit, chaque jour, les dégâts provoqués par cette marchandisation croissante de l'information : précarisation des*

conditions de travail des journalistes et débouchés limités pour les nouveaux diplômés en sont les signes les plus manifestes. Sans oublier ce que l'on appelle les "synergies" et qui ont pour effet de voir un même article paraître dans deux quotidiens distincts mais appartenant tous deux au même groupe. Ce qu'il faut comprendre, c'est que les journalistes et leurs lecteurs sont en réalité tous deux perdants! », soutient Geuens.

En Italie comme en Belgique, l'économie de l'information et de la communication tend à rester la chasse gardée d'une poignée de dynasties d'affaires locales. Et ce modèle pourrait, d'ailleurs, s'appliquer avec succès à la plupart des autres pays européens. Ce réseau de réseaux provoque d'importants effets de concentration. Un phénomène qui semble n'avoir rien d'étranger à la « crise de la presse » et aux conditions de travail des journalistes. De quoi rajouter un paramètre de taille pour penser le problème – quand on a la fâcheuse tendance à le réduire à la seule dimension de l'émergence d'Internet.