

Sorti de http://pedagogie.ac-limoges.fr/hist_geo/IMG/pdf/doc_txt_havas-1.pdf

Période 1, 1835-1940

Avec le développement nouveau de la presse, à partir de la première moitié du XIXe siècle, l'apport et la connaissance d'informations « primaires » deviennent des enjeux majeurs. Il peut être intéressant de s'interroger sur les modalités de construction des informations diffusées dans la presse puis d'autres médias.

-Dans la première moitié du XIXe siècle, apparaissent les grandes agences de presse, et dans le cas français l'Agence Havas, sous la Monarchie de Juillet, comme Reuter au Royaume-Uni, Wolff (Continental) en Allemagne et Associated Press aux États-Unis. Initialement il y a une volonté de Charles-Louis Havas, fondateur de l'agence qui est aussi une agence de publicité, de fournir des informations aux milieux économiques mais les ambitions s'élargissent ensuite à la faveur de l'accroissement de l'offre de journaux d'informations. Il y a une certaine dépendance de la presse française aux dépêches de l'Agence Havas, souvent et longtemps les seules disponibles.

-Avec le développement de l'Agence, il y a la construction de réseaux de correspondants, d'abord des personnes vivant dans les États concernés, dont les informations sont traduites à Paris, puis progressivement des agents à temps plein, arrivés de France et installés sur place. Les métiers se diversifient aussi avec une progressive spécialisation des fonctions exercées, ainsi celle de reporter de guerre. Léon Pognon, avec la guerre russo-turque de 1877-78, initialement chargé de la correspondance pour l'Agence à partir de Bucarest, est ainsi le premier reporter de guerre de l'Agence.

Au départ les communications des informations se font via les réseaux télégraphiques, puis se fait jour une progressive adaptation aux renouveaux technologiques et notamment la radio.

-Progressivement s'affirme une entente entre les trois agences européennes (premiers accords en 1859 et 1870), et plus particulièrement Havas et Reuter pour mutualiser des informations « primaires » et se répartir leur diffusion selon différentes parties du monde à avec la diffusion d'informations apparaît un marqueur nouveau de la puissance des États

2

d'origine de ces agences (forme de soft power). Havas obtient la diffusion exclusive d'informations pour la France, la Suisse, l'Europe du Sud « latine », l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud, assure une diffusion partagée avec Reuter pour la Belgique, l'Égypte, la Grèce et l'Empire ottoman. Reuter obtient la diffusion pour l'ensemble de l'empire britannique, ainsi que l'extrême Orient. Wolff, devenant l'agence Continental en 1865, diffuse à destination de l'Allemagne, des Pays-Bas, des pays scandinaves de Saint Pétersbourg et Moscou. Il y a une situation de monopole de la vente d'informations dans les États concernés et une situation de relative dépendance de la presse aux dépêches de l'Agence Havas. Cependant une évolution vers une mise en concurrence des agences se fait jour, notamment après la Première guerre mondiale et la montée en puissance manifeste des agences étatsunaises...

-Un questionnement sur la neutralité et la sélectivité de l'information peut être à envisager du fait de la double nature de l'agence Havas qui est aussi une agence de publicité. Par exemple, au moment de la guerre russo-japonaise de 1904-1905, alors que l'agence Havas œuvre à des actions de publicité pour les emprunts russes, elle reçoit également des fonds secrets du gouvernement russe, le conseiller du ministre des finances russe résidant en France, Arthur Raffalovitch, précisant ainsi qu'il « en espér(ait), dans la mesure du possible, un certain adoucissement aux mauvaises nouvelles qui, seules, avaient jusqu'ici accès dans les colonnes de Havas et des abonnés ». Selon X. Baron : « compte-tenu de sa position dominante sur le marché de l'information et de la publicité, Havas gagne sur deux tableaux : en bénéficiant de la publicité officielle pour les emprunts russes et en touchant des fonds secrets. Cette face sombre de l'agence, qui n'est certes pas la seule dans ce cas, suscitera d'incessantes critiques pendant l'entre-deux guerres, et particulièrement les

attaques de Léon Blum pendant le Front populaire. »

-Des périodes de tensions existent ainsi avec certains gouvernements, notamment avec le gouvernement de Front Populaire. A l'inverse, dans le contexte de l'Occupation, l'Agence Havas, pour sa composante « information », devenue l'Office Français d'Information, devient l'agence officielle du régime de Vichy.... Il y a alors une séparation de l'agence de publicité et de celle d'information... séparation qui n'allait plus être remise en cause ensuite.

Période 2, depuis 1940

-Au sein de l'agence, s'est affirmée une éthique journalistique des correspondants de l'agence. Ce phénomène, allant de pair avec le développement de l'agence dans la seconde partie du XIXe siècle et les premières décennies du XXe, est pleinement mis en lumière durant la Seconde Guerre mondiale. Il est ainsi à relever, en France, le départ de nombreux journalistes de l'Office Français d'Information, soucieux de rester fidèles à leur volonté d'informer. Certains s'engagent dans la Résistance. A Londres, à partir du bureau Havas, se développe l'Agence Française Indépendante voulant maintenir une information libre. Il s'agit d'un moment central de ce fait dans l'affirmation de l'éthique de l'Agence de presse qui se retrouve avec les fondateurs de celle-ci après la libération. Pierre Bourdan, cité par X. Baron, donne ainsi en 1948 cette définition de la fonction de l'Agencier : « C'est le droit pour le public d'être informé des faits eux-mêmes et non pas des faits enveloppés d'interprétation qui forment autour de lui une sorte de gangue. Il n'y a et ne peut y avoir dans la presse d'information qu'une seule règle saine : c'est de donner au public le maximum de fait et même d'opinions diverses en se réservant de les commenter séparément. »

L'émergence de l'Agence France Presse après la guerre, construite sur les restes de la composante information de l'Agence Havas d'avant-guerre, est un moment majeur de refondation de celle-ci sur des bases nouvelles... désormais garanties par l'État. L'AFP, devient une agence commerciale, publique, avec une indépendance garantie par la loi à partir de 1957, même s'il y a parfois eu des interventions de l'État dans le fonctionnement de l'AFP, notamment pour la nomination ou la démission de ses directeurs.

-Depuis les années 1960/70 l'agence évolue dans un contexte de libéralisation accrue. Ainsi, les accords avec Associated Press établis dans les années 1870, un première fois dénoncés en 1927 mais ayant fait l'objet d'arrangements ultérieurs, sont définitivement non 3

renouvelés en 1995. Il y a par exemple une plus forte pénétration de l'AFP aux États-Unis. A l'inverse d'autres agences interviennent en France, ainsi Reuters.

En parallèle, l'AFP, dans le souci de répondre aux demandes d'un marché évolutif et à l'accélération de la circulation de l'information, s'adapte aux grandes évolutions technologiques. Elle s'engage ainsi dans le développement d'équipements lourds en matière d'émission/réception radio dans les années 1950. L'AFP est ainsi la première agence occidentale à capter et diffuser les informations sur la mort de Staline en 1953, ce qui lui vaut un grand succès. Elle développe aussi le photojournalisme puis la vidéo. L'entrée dans l'ère de l'informatique (années 1970) puis du numérique (années 1990) est au cœur de la diversification de son offre avec le développement de la vidéo, de l'infographie, la présence sur les réseaux sociaux... Selon X. Baron : « en 2013, 44 % du chiffre d'affaires commercial de l'AFP, d'un montant de 165 millions d'euros sur un chiffre d'affaires global de 282 millions, sont constitués de produits qui n'existaient pas il y a 30 ans : photos, vidéos, infographies, journal Internet, mobile. (...) La production de textes, quant à elle, n'en représente plus que 56 %. Parallèlement, le chiffre d'affaires de la presse quotidienne nationale et régionale française, autrefois ressource dominante de l'agence, ne compte plus que pour 7% du chiffre d'affaires. (...) L'AFP doit désormais composer avec des acteurs d'un type de nouveau, comme Google, Twitter, Facebook, YouTube et des chaînes internationales

d'information en continu, qui se placent comme des concurrents sur certains segments de l'information, comme les alertes, et qui accordent une très large place à l'image.»

D'une situation où elle avait le quasi-monopole de l'information l'agence Havas devenue AFP est devenue une agence proposant, parmi d'autres acteurs, une offre d'informations. Elle conserve au demeurant un rôle clé, un rôle de repère dans les flux d'informations contemporains, du fait de la réputation reconnue de ses journalistes, réputation patiemment construite à travers leurs reportages sur plusieurs générations. La dissociation des deux branches originelles de l'Agence, publicité et information, associée au traumatisme constitué par la mise sous la coupe du gouvernement de Vichy de la branche « informations », ont également conduit à l'affirmation de l'indépendance de l'Agence, et à sa garantie par l'État après la Seconde Guerre mondiale. L'histoire de l'AFP, avec le statut de 1957, est ainsi également celle de l'affirmation de modalités nouvelles d'action de l'État, après la loi de 1881, pour garantir la liberté de l'information et de la presse.