

# Le Canard, 100 ans et toujours aussi fringant

Une diffusion élevée, des bénéfices importants, un chiffre d'affaires conséquent... A 100 ans, *Le Canard enchaîné* fait figure d'exception. Nous avons rencontré Nicolas Brimo, journaliste et administrateur du journal, pour connaître les recettes du succès.



« Il y a cent ans, *Le Canard* prenait son envol », peut-on lire en Une du « journal humoristique paraissant tous les mercredis », le 6 juillet 2016. Le tout premier numéro du *Canard enchaîné* est paru en septembre 1915, mais pour seulement 5 numéros. La naissance « bis » est actée le 5 juillet 2016. 100 ans. « Et toutes ses dents », comme le dessine Delambre, qui barbotte au *Canard* depuis trente ans. Drôle ? C'est en tout cas avec cet humour que l'hebdomadaire s'amuse. Car le Palmipède détient un ton qui lui est propre. La satire, c'est sa patte. On trouve dans *Le Canard* des jeux de mots et références immédiates au contexte contemporain. « Parfois, trente ans plus tard, on ne les comprend plus ! » avoue

Nicolas Brimo, journaliste au *Canard* depuis les années 1970 et administrateur depuis 1991. C'est vrai qu'il a un petit côté franchouillard, notamment pour les étrangers, cela a un côté « mots croisés ». Il utilise tout un univers sémantique. Nous créons une complicité avec le lecteur ». Et le public semble apprécier : en 2015, l'hebdomadaire a diffusé 392 214 exemplaires par numéro, soit une progression de 0,7 %, selon l'éditeur, qui publie ses comptes chaque année à la rentrée.

## Un journal fidèle à lui-même

La recette de ce succès ? « Il n'y a pas de miracle. Si vous vendez, c'est que les gens ont envie de vous lire », répond simplement Nicolas Brimo. Pour

lui, un journal doit correspondre aux besoins « idéologiques, politiques et informatifs » de ses lecteurs, leur proposer de la qualité.

Quoi de plus ? Un prix (1,20 euro) qui reste inchangé depuis vingt-cinq ans. Une exception de la presse : « avant, *Le Monde* coûtait le prix d'un café », rappelle l'administrateur, historien de formation. Maintenant, le quotidien vaut le double du *Canard enchaîné*. Pourtant, « la presse française ne satisfait pas ses lecteurs, estime-t-il. Elle est incapable de leur offrir des services ».

Mais *Le Canard*, c'est plus qu'un ton, c'est aussi un mode de vie. Dans les années 1970, le journal évolue vers l'investigation, dénonçant les « coups tardus » et « petits arrangements » des pouvoirs politiques, économiques et religieux. Un virage pris notamment par Roger Fressoz (directeur de 1969 à 1992) et Jean Clémentin, qui souhaite faire de l'hebdo « un journal sans exclusive politique, sans esprit partisan ». Les scandales politico-financiers révélés par l'hebdo font sa renommée, et entraînent des ventes record : 1,2 million d'exemplaires pour l'affaire Papon en 1981 (parue dans le numéro précédent l'élection présidentielle) ; 1 million en 1973 pour l'affaire des « micros », qui reste omniprésente dans l'esprit des journalistes, puisque dans une salle de la rédaction, le trou dans le mur n'a pas été rebouché ; 900 000 exemplaires pour les diamants de Giscard en 1979...

« La qualité de l'information aujourd'hui est bien meilleure que sous la III<sup>ème</sup> République, y compris dans le



reste de la presse », souligne le journaliste. Pour lui, l'organisation du *Canard* est aussi un ingrédient du succès : « Michel Gaillard (directeur de la publication) et moi, nous sommes opposés à ce qu'on appelle le "tout à l'égo journalistique". Par exemple, on ne signe jamais en page 2 du journal ». La collaboration entre personnalités expérimentées et jeunes journalistes entre en jeu aussi : « nous croyons beaucoup au travail en commun. Pour reprendre Bourdieu, un journal, c'est un "intellectuel collectif" ». Autre spécificité de la ligne éditoriale : ne pas trop se spécialiser :

« sinon, vous prenez les mauvais réflexes de la profession que vous étudiez », explique Nicolas Brimo.

Vous ne connaissez pas son visage ? C'est normal. Le journaliste refuse d'être pris en photo. La raison ? Justement, ne pas être identifiable et pouvoir exercer son métier en toute discrétion. Car c'est ça aussi, le *Canard*. Un côté presque mystique. D'ailleurs, en arrivant devant la porte, dans le premier arrondissement de Paris, aucune surprise. Comme vous vous en doutez, pas d'écriteau sur la grande porte en bois vert foncé. Aucun signe extérieur de la

présence d'une rédaction. On entre dans une cour aux murs de pierre, et rien ne laisse penser que dans ces murs se trouve le célèbre hebdomadaire satirique.

### Libre des pouvoirs commerciaux

Emblématique, donc. Mais le fruit de son succès est aussi dû à son indépendance. Son crédo : « la liberté de la presse ne s'use que lorsqu'on ne s'en sert pas ». Dans son spécial centenaire, la rédaction le souligne : « depuis un siècle, le *Canard* a vécu sans jamais accepter un centime de publicité.

## Dates clés

**10 septembre 1915.** Fondé par Maurice Maréchal, qui fait appel au dessinateur H-P. Gassier (Henri-Paul Deyvaux-Gassier), le premier numéro du *Canard enchaîné* paraît, pour cinq numéros.

**5 juillet 1916.** Le *Canard « bis »*, paraît, avec pour devise : « tu auras mes plumes, tu n'auras pas ma peau ».

**5 juin 1940.** Après un numéro de deux pages uniquement, dû aux restrictions de papier, le *Canard* cesse sa parution à cause de la deuxième guerre mondiale.

**1942.** Mort du fondateur, Maurice Maréchal.

**6 septembre 1944.** Le *Canard* reparait, quatre ans plus tard.

**Années cinquante.** Le journal, qui accuse des pertes, reçoit des propositions de rachat (dont une venant d'Hachette). Jeanne Maréchal, veuve du fondateur, refuse.

**1958.** L'arrivée au pouvoir du général de Gaulle donne une nouvelle dimension au journal.

**1967.** La propriété du journal est reversée aux salariés à la mort de Jeanne Maréchal.

**Années soixante-dix.** Le journal évolue vers l'information, l'investigation, dénonçant les scandales politico-financiers.

**1972.** Diffusion de la feuille d'impôts de Jacques Chaban-Delmas, alors

Premier ministre, qui n'a pas payé ses impôts pendant quatre ans, selon l'hebdomadaire.

**1973.** L'affaire des « micros » [ou « affaire des plombiers » ou « Water-gaffe »] sort dans le *Canard* : des agents de la Direction de la surveillance du territoire, déguisés en plombiers, sont pris en flagrant délit en train de poser des micros dans les locaux dans lesquels la rédaction du *Canard* doit s'installer. Le journal passe de 450 000 exemplaires à une diffusion d'un million.

**1979.** L'affaire des « diamants » de Giscard éclate. Celui-ci aurait accepté des diamants de grande valeur de la part de Bokassa I<sup>er</sup>, empereur de Centrafrique, dans les années soixante-dix.

**1981.** Le *Canard* révèle que Maurice Papon, alors ministre du Budget, aurait aidé à déporter des juifs sous l'occupation. L'homme sera condamné en 1997 pour « crime contre l'humanité ». L'affaire sort entre les deux tours de l'élection présidentielle, le journal est vendu à plus d'1,2 million d'exemplaires.

**1991.** Le prix du *Canard* passe à 8 francs [un peu plus d'1,20 euro, son prix actuel] et n'a jamais augmenté depuis.

**1992.** Michel Gaillard, toujours en poste actuellement, prend la direction du journal.



Avec 1 record du *Canard enchaîné*

**2009.** Le *Canard* est touché par la crise, comme toute la presse. La diffusion commence à baisser et perd environ 60 000 exemplaires en un an.

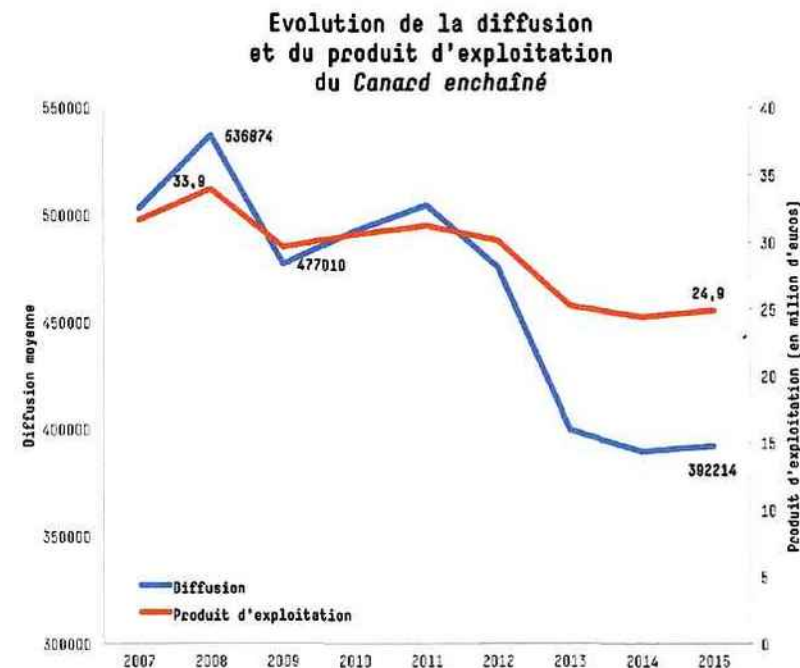
**2012.** Louis-Marie Horeau succède à Claude Angeli, rédacteur en chef arrivé au journal quarante ans auparavant. Erik Emptaz est également rédacteur en chef, depuis 1990.

**2016.** Le *Canard* fête ses 100 ans. Un numéro anniversaire sort le 5 juillet, titré « En route pour le bicentenaire » !



De même qu'il n'a jamais emprunté un centime à une banque ». Même au bord de la faillite dans les années 1950, le journal a refusé d'être racheté par Hachette. Et en 1967, à la mort de Jeanne Maréchal, veuve du fondateur Maurice Maréchal, la propriété du journal a été transmise à ses salariés. Chacun y investit, sans s'enrichir, et récupère ses actions à son départ. « Nous n'avons pas besoin de passer sous les fourches caudines des actionnaires », renchérit Nicolas Brimo. En cas de coup dur, l'entreprise, une « petite vinaigrierie » comme il la qualifie, dispose de plus de 120 millions d'euros de réserve, soit près de cinq ans d'activité. Avec un bénéfice de 2,259 millions d'euros en 2015 (pour 25 millions d'euros de produits d'exploitation), le *Canard* est une exception mondiale : « aucun journal ne fonctionne comme lui », s'enorgueillit l'hebdo dans ses colonnes. Et avec une quarantaine de salariés, dont 27 journalistes, il profite de la « souplesse des petites entreprises ».

Et cette transparence, les lecteurs l'apprécient. Le *Canard* n'est pas enregistré à l'ACPM : « ce sont les annonceurs qui paient », explique l'administrateur. Nous, on ne les intéresse pas ». Mais il sait pourtant qui le lit : un lectorat d'en moyenne 47-48 ans, plus jeune que la moyenne des hebdomadaires, un tiers de femmes, une classe socioprofessionnelle plus large que celle des autres newsmagazines, de l'ouvrier au chef d'entreprise, et réparti de manière égale sur le territoire national. « Avant, nous étions surtout lus dans les terres de



gauche. C'est moins le cas aujourd'hui : si nous ne sommes pas aimables avec l'électorat de gauche, les lecteurs ne nous en veulent plus ».

Car la politique est tout de même au centre des préoccupations du *Canard*. Plutôt de gauche ? Pas vraiment. Le journaliste se justifie : « nous n'avons jamais aussi bien vendu que sous Mitterrand ! » A l'approche de l'échéance de 2017, le journal remonte déjà un peu : « nous vendons mieux dans les périodes électorales. Puis, un peu moins bien lors des premières années des mandats : le type vient d'être élu, les gens viennent de l'élire, le regard sur lui n'a pas encore changé ».

### Un concept pérenne ?

En revanche, ce qu'il manque (peut-être) au Palmipède, ne serait-ce pas un *Canard 3.0* ? Car le journal ne publie pas d'information sur le Web. Un refus ? « Aujourd'hui seulement », nuance Nicolas Brimo, qui affirme examiner la piste « très sérieusement ». Pour lui, « il n'y a pas de modèle économique viable sur Internet ». Il n'écarte donc pas la possibilité de débarquer un jour dans la « cyber-mare », d'autant que le nombre de points de vente est en forte baisse (6000 de moins depuis 2010), déplore-t-il.

Pour l'heure, le service numérique est minimum : « pour ne pas être piraté ». Le site met en ligne ses Unes, et un compte Twitter poste les gros titres le mardi, la veille de chaque parution. L'un des freins à l'arrivée du volatile sur le Web est aussi son recours massif au dessin de presse, car ce format est moins efficace sur écran. Mais « nous n'échapperons pas à ce monde mouvant », concède l'administrateur.

De la censure aux guerres mondiales, de la concentration des médias à la crise de la presse, le *Canard*, en 100 ans, en a connu d'autres. Et il détient sûrement la palme du journal le plus fidèle à son identité. Que ce soit dans la cyber-mare ou sur la terre ferme, peu importe. Inflexible, il semble déterminé à barboter vers son prochain objectif : le bicentenaire. Justine Cantrel

## || En savoir plus ||

● **A lire.** *Les 100 ans du Canard*. Écrit par Patrick Rambaud, Laurent Martin et Bernard Comment, il relate un siècle d'histoire de l'hebdomadaire satirique à travers un roman riche d'anecdotes. Parution le 27 octobre. Editions du Seuil. 608 pages. 49 euros.

● **L'Incredible histoire du Canard enchaîné.** En bande dessinée, les auteurs Didier Convard et Pascal Magnat racontent cent ans d'histoire politique, avec humour. Sorti le 14 septembre. Editions les Arènes, 176 pages. 22,90 euros.

● **A regarder.** *Face au pouvoir : les 100 ans du Canard enchaîné*. Ce documentaire, dévoilant les coulisses du journal, retrace 100 ans de rapports de forces avec le premier pouvoir. 52 minutes. Réalisé par Michaël Moreau, produit par Troisième œil production. Diffusé le 26 octobre sur Paris première.

● **A écouter.** *Les plaisirs du journalisme*, sur RFI. Présentée par Pierre-Edouard Deldique, huit émissions reviennent avec Claude Angeli, ancien rédacteur en chef du *Canard*, sur les grandes affaires révélées par le journal. En podcast sur RFI.fr