

Les Couvertures sur Sarkozy dans les magazines d'information

Olivier Duhamel APPM-SPMI 15 avril 2010

De mémoire, la première couverture d'un news magazine français comportait une photo quasi pleine page du général de Gaulle. C'était en 1964. Jean-Jacques Servan-Schreiber importait en France la formule de *Time*, le grand magazine hebdomadaire américain. A cette occasion, Jean Daniel quitte *L'Express* et fonde *Le Nouvel Observateur*. Sept ans après, Claude Imbert et une partie de la rédaction, las de l'engagement JJSSien du journal, s'en vont et fondent *Le Point*. Ainsi, trois de notre quatre news magazines ont la même matrice, et le fondateur du quatrième, Jean-François Kahn œuvra lui aussi longtemps à *L'Express*.

Même matrice, fondations très politiques, quatre news magazines, autant de spécificités françaises. Et du côté du pouvoir, une exception française aussi, du moins parmi les démocraties, le présidentielisme. Comment ces deux particularités gauloises se marient-elles aujourd'hui ? On voit bien l'intérêt de la question que les responsables du SPMI m'ont demandé d'étudier : que révèle l'examen des covers consacrées à Nicolas Sarkozy ces deux dernières années ? Après étude de ses couvertures, et de leurs ventes, quatre enseignements peuvent être dégagés.

1. Nicolas Sarkozy est un bon produit

Les news magazines doivent vendre. Mais les hebdomadaires d'actualité doivent aussi parler de politique. Et la politique ne fait pas vendre. Sauf exception, par exemple en campagne présidentielle. Et encore, là, c'est la presse quotidienne qui rafle l'essentiel de la mise. Nos hebdos ne peuvent cependant pas faire toutes leurs Unes sur le prix de l'immobilier, le classement des hôpitaux ou des lycées, la franc-maçonnerie ou autres marronniers. Il faut de temps en temps une cover politique. Ne serait-ce que pour préserver l'image du journal.

A cet égard, la présidence de Nicolas Sarkozy a offert une divine

surprise. Un homme jeune, actif, parfois imprévisible, intervenant tous azimuts, et, en prime, avec une vie personnelle parfois complexe et toujours très people. Le rêve. Et du coup les covers sur Sarko ont proliféré. Pour nos quatre news, L'Express, Marianne, Le Nouvel Observateur et le Point, dans l'ordre alphabétique, pas moins de 80 couvertures sur les deux années 2008 et 2009. Pratiquement une sur cinq, chiffre considérable, très probablement le record absolu dans l'histoire du présidentielisme français.

Sarkozy n'est pas seulement le moins mauvais des sujets politiques. Il offre aussi un thème de cover aussi vendant que les autres. Les quatre hebdomadaires confondus, l'indice moyen des ventes tourne autour de 100, autrement dit dans la moyenne de toutes les ventes. Encore une fois pour un sujet quand même politique, ce résultat mérite d'être salué.

Nos quatre news se sont donc emparé du président. Mais pas tous autant, et chacun différemment.

2. A chacun son Sarko

Sur les deux années, trois des 4 news ont chacun fait 21 ou 22 covers. Seul se distingue *Le Nouvel observateur*, avec un petit 15. Différence sensible, quoique pas considérable.

Nos news ne prennent pas les mêmes angles, et trouvent le succès dans des spécialités différentes.

Marianne fait son miel dans l'antisarkozysme. Record absolu avec la **cover du 3 mai 2008 « Putain , 4 ans »**, indice 127. Et pour 2009, meilleures ventes avec la **cover du 21 mars Le divorce**». A noter que deux jours avant, *L'Express* titrait **Pourquoi la France devient anti-Sarko** et n'a recueilli qu'un banal 97 d'indice.

Les lecteurs de *L'Express* ne sont pas ceux de *Marianne*. Ils ne demandent pas de la polémique mais des faits. Enfin des faits... des histoires. Ce qu'ils aiment, ou du moins ce qui les captive, c'est la saga

Sarkozy, le couple, la famille, la famille royale, le couple people. Meilleur indice de *L'Express* avec Sarkozy, 119 avec la **cover du 5 février 2009 « La dynastie Sarkozy »**, des mois avant le feuilleton de l'EPAD, Nicolas et Jean à la Une. Deuxième meilleur indice, 114 avec la **cover du 3 avril 2008 Un couple au pouvoir**. Et encore n'ont été retenus par *L'Express* pour la sélection que les couvertures sur lesquelles apparaissait Nicolas Sarkozy lui-même, son nom ou son image. Ce qui a exclu celle du **14 février 2008 avec Carla Bruni**, et son interview exclusive par Christophe Barbier. Tous les chiffres ont explosé, l'indice s'est élevé à 253.

Le Point aime à donner dans un autre genre. Plus classique. Plus en harmonie avec son lectorat sagement de droite. On y fait donc dans le presque neutre, parfois laudateur, parfois critique, toujours discrètement. La cover implicite, subliminale, récurrente, pourrait s'appeler « Notre Président » ou « Le Président ». La meilleure vente : ***L'acrobate***, le 10 janvier 2008, indice 119. Mais dès la semaine suivante, ***La Cour***, nettement plus critique. Second meilleur score, ***L'omniprésident*** le 24 juin de la même année. La formule est au moins aussi admirative que critique.

Quant au *Nouvel Observateur*, à la différence de ses confrères, il snobe plutôt Sarko. Et lorsqu'il ne le fait pas, son angle diffère. Il traite moins l'homme, ou le couple, que sa politique. Et là, il n'attaque pas frontalement, comme *Marianne*, il annonce plutôt qu'il informe, qu'il révèle. Une des meilleures ventes est celle du **10 janvier 2008** titré « ***Ce qu'il nous prépare*** » - indice 116. Assez bonne aussi, dans la même veine ***Ce qui va changer pour vous***, le **4 septembre 2008**, indice 115. Ou, pour l'année 2009, ***Où il nous embarque***, le **12 février**, indice 104. Mais le meilleur, pour *Le Nouvel Observateur*, vint d'ailleurs...

3. Les mêmes tops pour tous

Quel que soit le magazine, le top reste l'interview exclusive. Top pour *L'Obs* avec l'entretien publié le **2 juillet 2009, Nicolas Sarkozy**

face à l'Obs. Il provoqua quelques protestations dans la rédaction, quelques humeurs chez quelques lecteurs, mais il connut un grand succès . Indice 139. Le record dans notre échantillon. Et le résultat aurait pu être encore plus élevé, avec une mise en place plus importante qui aurait évité de nombreuses ruptures de stock.

Autre exemple d'interview aux œufs d'or, celle de Carla Bruni dans *L'Express*, déjà cité, avec son famaneux indice 253.

Bref, dans notre vieux pays monarchique et césaro-papiste, l'entretien avec le Roi ou la Reine garantira toujours le triomphe.

Autre élément qui relativise la spécificité de chacun des magazines dans sa relation à Sarkozy, l'ainsi nommé « actualité ». Si l'intéressé se trouve au cœur de l'actualité, tous vendront avec lui. **10 janvier 2008** *L'Express* indice 106 avec le couple, *Le Nouvel Observateur*, indice 116, « Ce qu'il nous prépare », *Le Point*, indice 119 avec l'acrobate, *Marianne* indice 122, « L'argent, la vie privée et lui ». Tous ont titré sur lui. Tous ont vendu plus que d'ordinaire. En janvier 2008, avec Nicolas, c'était du sérieux.

4. Un produit périssable ?

Reste une interrogation pour finir. Cela dure-t-il, cela va-t-il perdurer, Nicolas Sarkozy est-il devenu un marronnier, un sujet obligé parce qu'un succès assuré ?

Rien n'est moins sûr. Et nos magazines semblent eux-mêmes en douter. Si l'on compare le nombre de leurs covers avec Sarkozy en 2009 par rapport à 2008, impressionnant apparaît le déclin de l'empire sarkozien. *Le Nouvel Observateur* est tombé de 11 à 5. *Marianne*, pire encore, de 17 à 4. *Le Point* de 14 à 7. Seul *L'Express* plie mais ne rompt pas, en passant de 12 à 9.

Tout concourt à ce repli. Sur lui, tout ou presque a été dit et redit. Le sujet a donc perdu l'attrait de la nouveauté. Par ailleurs, le président est devenu tellement impopulaire que l'attaquer n'est même plus

stimulant et le défendre guère payant. Enfin, on invite de tous côtés Nicolas Sarkozy à prendre de la distance, de la hauteur, de la présidentialité. Il finit par écouter, s'assagir, se banaliser. **Nicolas Bonaparte** titrait *Le Point* en janvier 2009. Il ne le ferait plus aujourd'hui. Non que le prétendu Premier Consul d'hier vive désormais forcément ses sept fois cent derniers jours. Les médias exagèrent trop souvent, dans l'encensement comme dans l'enterrement. Juste que le héros est fatigué.

Tempérons cependant le bémol. Nicolas Sarkozy est installé dans l'impopularité. Il n'en continue pas moins à faire, fût-ce à son corps défendant l'actualité. Regardez les Unes de cette semaine. *Marianne* photo de Carla et lui, « L'homme qui fait d'une rumeur une affaire d'Etat ». *Valeurs actuelles*, Carla et lui, « Rumeurs et affaires d'Etat. Les coups tordus de la République ». *L'Express*, Rachida Dati pour la photo, et en texte, « Les 10 jours qui ont fait trembler l'Elysée. La rage du président. Le nouveau rôle de Carla. » *Le Nouvel Observateur*, lui et Carla. Les secrets d'une étrange affaire. ». Seul *Le Point* diffère, et pour rivaliser avec Nicolas Sarkozy, on ne trouve donc que ... Sigmund Freud.

Nos grands hebdomadaires peuvent donc remercier Sarko. Il leur offre un sujet politique qui ne fait pas baisser leurs ventes. Mieux, certains lui doivent, à lui ou à son épouse, leurs plus beaux succès. Les politiques donneurs de cover ne sont pas légion. Et pour un Obama, combien de Socrates ou de Merkel, de Zapatero ou de Brown ?

Nul ne sait de quoi demain sera fait. En attendant, parmi tous nos présidents successifs, de la presse magazine, Nicolas Sarkozy mérite certainement un prix.
