LA PUBLICITÉ, OBSTACLE À LA LIBERTÉ DE LA PRESSE ?





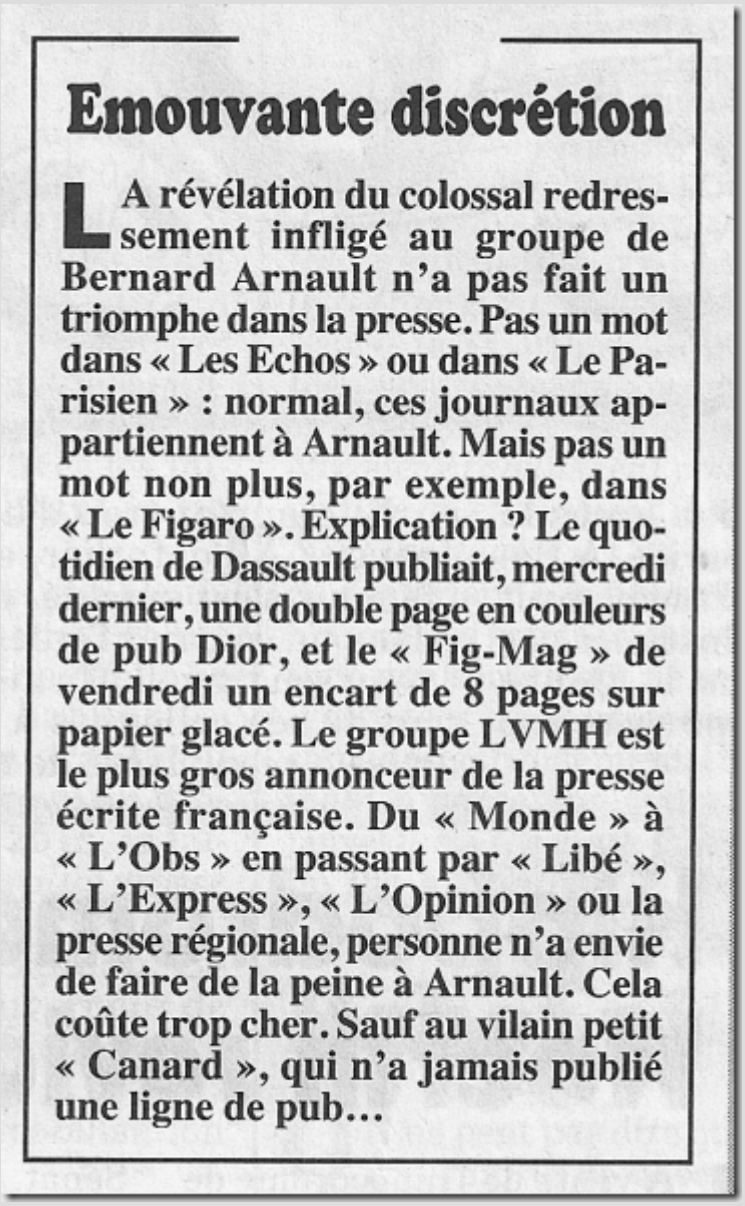
Photo : 20h de France 2

M. Bernard Arnault était l'invité du journal de 20h sur France 2 ce dimanche 23 octobre 2016. Nous avons appris lors de l'interview que le richissime industriel avait deux passions : le piano et la peinture. C'est à ce dernier titre qu'il était l'invité de Laurent Delahousse (il se déroule actuellement à la fondation Louis Vuitton l'exposition de tableaux Chtchoukine, des œuvres provenant de Russie). Le groupe LVMH est le N° 1 mondial dans le domaine du luxe. Il emploie 130.000 personnes de par le monde et le pays lui doit beaucoup tant sur le plan économique que culturel. Mais M. Arnault aussi doit beaucoup au pays qui vient de lui infliger une amende de 499 millions d'euros pour dissimulation de plus-value au Luxembourg.

Le journaliste s'est bien gardé d'en faire allusion comme d'ailleurs la Presse en général si l'on en croit le « Canard enchainé » du 19/10/16

(voir l’article ci-dessous).

Comme pour Enedis (ex ERDF) dont je parlais dans le billet précédent, la Presse sait parfois se montrer reconnaissante à l’égard de ses annonceurs.



Emouvante discrétion

LA révélation du colossal redressement infligé au groupe de Bernard Arnault n’a pas fait un triomphe dans la presse. Pas un mot dans « Les Echos » ou dans « Le Parisien » : normal, ces journaux appartiennent à Arnault. Mais pas un mot non plus, par exemple, dans « Le Figaro ». Explication ? Le quotidien de Dassault publiait, mercredi dernier, une double page en couleurs de pub Dior, et le « Fig-Mag » de vendredi un encart de 8 pages sur papier glacé. Le groupe LVMH est le plus gros annonceur de la presse écrite française. Du « Monde » à « L’Obs » en passant par « Libé », « L’Express », « L’Opinion » ou la presse régionale, personne n’a envie de faire de la peine à Arnault. Cela coûte trop cher. Sauf au vilain petit « Canard », qui n’a jamais publié une ligne de pub…