

A la une des hebdo : moins de francs-maçons, plus de psycho et de « valeurs »

Le Monde.fr | 11.05.2015 à 08h34 • Mis à jour le 11.05.2015 à 18h04 | Par [Alexandre Piquard](#) ([journaliste/alexandre-piquard/](#)), [Samuel Laurent](#) ([journaliste/samuel-laurent/](#)), [Maxime Vaudano](#) ([journaliste/maxime-vaudano/](#)) et Leïla Marchand

« *L'analyse des unes de newsmagazines est une science ancienne et assez inexacte* », ironise Etienne Gernelle, directeur de la rédaction du *Point*. On détecte pourtant certaines tendances quand on dénombre, comme LeMonde.fr l'a fait, les 273 couvertures publiées sur un an (du 1^{er} mars 2014 au 9 avril 2015) par cinq hebdomadaires généralistes français :

Le *Nouvel Observateur* (du groupe Le Monde, 448 000 exemplaires vendus en moyenne, dont 46 000 en kiosques), *L'Express* (400 000 ex., dont 54 000 en kiosques), *Le Point* (381 000 ex., dont 72 000 en kiosques) *Marianne* (155 803 ex. dont 67 374 en kiosques) *Valeurs actuelles* (112 000 ex., dont 25 000 en kiosques)



(Voir notre méthodologie détaillée en fin d'article)

Parmi les 14 catégories définies, on constate une part importante de sujets dits « magazine », qui ne sont pas liés à l'actualité, politique ou autre. Notamment dans les unes de la catégorie culture/loisirs/santé/« marronniers », qui inclut l'histoire ou le cinéma, mais aussi les sujets récurrents comme les palmarès et classements sur l'immobilier.

```
#container_14309925725 { padding:5px 5px 0px 10px; width:100%; background-color:#f8f9fb; border:1px solid #d2d6db!important; } #graphe_14309925725 { height:500px; } #container_14309925725 .titre { position:relative; z-index:5; } #container_14309925725 .titre:before { font-size:13px; content:">"; vertical-align: middle; } #container_14309925725 .subtitle { display:block; } .highcharts-tooltip span { height:auto; min-width: 170px; z-index: 9998!important; overflow: auto; opacity: 1; white-space: normal !important; } .tooltiplarge { width: 230px; } #container_14309925725 .credits { text-align: right; margin-right: 5px; padding-bottom: 5px; }
```

► Répartition des sujets de "une" des newsmagazines

Par thèmes, en %, sur un an et une sélection de cinq titres. Cliquez sur un élément de la légende pour filtrer l'affichage.

« Médicaments qui guérissent », « derniers jours d'Hitler », « folie De Funès », diplômes qui donnent du travail ou palmarès des hôpitaux... avec 57 couvertures, cette catégorie représente 20 % des unes des cinq newsmagazines. Et en particulier un tiers des unes de *L'Express*, un quart de celles de *L'Obs* et 27 % de celles du *Point*.

« *Les unes d'actualité politique pure vendent moins bien ces temps-ci* », explique Christophe Barbier, directeur de la rédaction de *L'Express*, en précisant que son titre est le seul des trois grands hebdomadaires à avoir titré sur les élections départementales après le 1^{er} tour, en évoquant « La Gauche en ruines ». Cette même semaine, *Le Point* avait fait sa une sur Winston Churchill et *L'Obs* sur les mémoires des époux Klarsfeld (avec toutefois un entretien évoquant la montée du Front national).

« *La période est peu favorable au politique. Il y a une désaffection, on la voit dans les chiffres de vente*, abonde Etienne Gernelle. *Michel Onfray vend mieux que Hollande ou Sarkozy*. » Le numéro du 12 mars sur « Le Philosophe qui secoue la France » a permis au *Point* d'écouler « 30 % d'exemplaires en plus que la moyenne », alors que la dernière couverture consacrée au président de la République (« Et maintenant on fait la sieste ? », le 2 avril) a fait l'objet d'une vente « normale ».

Les unes géopolitiques ont également des résultats de vente incertains, selon le patron de *L'Express*. Christophe Barbier note un paradoxe : « *Les gens demandent de l'actualité internationale mais ne l'achètent pas forcément...* » Les sujets internationaux sont donc mis en avant quand l'actualité l'impose vraiment, résume le directeur de *L'Express*, citant en exemple « Poutine super-tsar » (paru en janvier 2014, et donc absent de notre étude).

Moins de « marronniers » et de francs-maçons qu'on ne croit

Evoker les sujets hors actualité, pour les hebdomadaires, fait immédiatement penser aux « marronniers », ces sujets que l'on a l'impression de voir revenir sans cesse : le classement des meilleurs lycées, les francs-maçons... Pourtant, la pratique a changé et s'est éloignée de certains clichés, insistent les dirigeants de newsmagazines. « *Cela fait plusieurs années que nous n'avons pas fait de couverture sur les francs-maçons. Idem pour les classes moyennes. Pourtant, on nous en parle toujours. Il y a chez les gens un effet de persistance rétinienne* », s'amuse Etienne Gernelle. De fait, aucun newsmagazine n'a mis les francs-maçons en une depuis plus d'un an.

```
#container_14309930038 { padding:5px 5px 0px 10px; width:100%; background-color:#f8f9fb; border:1px solid #d2d6db!important; } #graphe_14309930038 { height:500px; } #container_14309930038 .titre { position:relative; z-index:5; } #container_14309930038 .titre:before { font-size:13px; content:">"; vertical-align: middle; } #container_14309930038 .subtitle { display:block; } .highcharts-tooltip span { height:auto; min-width: 170px; z-index: 9998!important; overflow: auto; opacity: 1; white-space: normal !important; } .tooltiplarge { width: 230px; } #container_14309930038 .credits { text-align: right; margin-right: 5px; padding-bottom: 5px; }
```

► Les sujets "magazine" dans les newsmagazines

Ventilation des 53 unes de la catégorie "culture/loisirs/santé/marronniers dans les cinq newsmagazines étudiés.

« *Les gros marronniers, il en reste peu*, expose Christophe Barbier de *L'Express*. *Nous en avons surtout gardé deux : le "spécial immobilier", deux fois par an, et le classement des hôpitaux, qui est pour les lecteurs un service dans un domaine important*. » Le classement des lycées n'existe désormais plus que sous la forme d'un moteur de recherche sur le site de *L'Express*, explique M. Barbier.

Le refus des marronniers est un parti pris beaucoup plus franc pour *Valeurs actuelles*. Son directeur, Yves de Kerdrel, raille les couvertures des autres hebdo sur la santé ou les derniers jours d'Hitler. Chez *Valeurs actuelles* et *Marianne*, deux titres au tirage plus faible, les sujets culture/loisirs/santé/« marronniers » ne représentent que 5,5 % et 10 % des unes.

« *Ces sujets sont guidés par les régies publicitaires. Et ils se vendent même parfois plus mal que la moyenne !* », critique M. Kerdrel, citant le cas de l'immobilier. *L'Express* affirme que son « spécial immobilier » ne répond pas à un impératif de publicité (les budgets seraient intéressants en mars à l'occasion d'un salon de l'immobilier, mais pas tellement en septembre) mais de diffusion. Selon M. Barbier, le moteur des ventes est local : l'édition nationale du numéro sur l'immobilier de septembre réalise une performance moyenne, mais les 36 éditions régionales apportent un plus qui fait de ce numéro « *une des meilleures ventes de l'année* ». D'autres dossiers sont plus directement réalisés par les hebdomadaires pour des raisons de la publicité (sur les vins, le numérique ou les flottes automobiles d'entreprises) mais ils sont très rarement en une, note-t-il.

« *C'est un pur métier d'offre. On ne sait pas vraiment ce que souhaitent les gens. On est souvent surpris quand on essaye de deviner les ventes*, philosophe Etienne Gernelle. *Les gens imaginent qu'on a des experts marketing et des recettes mais ce n'est pas le cas. Il faut donc une stratégie de long terme*. »

L'histoire, la psychologie et la morale sont « tendance »

Parmi les sujets « magazine », on trouve beaucoup de thèmes historiques (11 unes), mais aussi de vie pratique et de conseils (« manuel de culture générale », « comment éviter le burn-out »...) Les sujets psycho (« la revanche des introvertis », « les hypernarcissiques ») sont également souvent tentés. Autre tendance : le grand portrait d'un artiste ou d'un intellectuel.



Parmi les titres, chacun a ses spécialités : *Le Point* aime par exemple les dossiers historiques (Hitler, chute de Rome, Débarquement de 1944...). *L'Express* se pique de sujets psycho (« L'esprit qui soigne le corps », « Les Hyper narcissiques », « Les Manipulateurs »...). *L'Obs* navigue entre les deux, mais garde une appétence pour les valeurs sûres que sont « Les Diplômes qui donnent du travail » ou « Immobilier, pourquoi acheter ? »

« *L'histoire, c'est une tendance de longue date* au Point, confirme M. Gernelle. *Notre stratégie, c'est de proposer du fond. Et donc d'écrire souvent sur des intellectuels : des philosophes des historiens...* »



« *Il y a deux ans, nous avons choisi de relancer la thématique psychologique sous l'angle de l'univers personnel*, explique de son côté Christophe Barbier, de *L'Express*. *Le domaine avait fait de belles performances il y a dix ans avec des psychologues comme Marcel Rufo ou Boris Cyrulnik, notamment sur la question du bonheur. Aujourd'hui, il faut trouver les nouvelles tendances*. »

M. Barbier estime que les couvertures sur les pervers narcissiques, ou celle sur le « burn-out » ont réalisé de très bons scores, en augmentant les ventes de 20 à 30 % par rapport à un numéro comparable. Dans le même esprit, *L'Express* a fait sa dernière couverture sur l'éducation : « Comment rendre nos enfants heureux ? ». *Le Point* a déjà titré sur « Les Jaloux, enquête sur une maladie qui gâche la vie » et *L'Obs* sur « La Revanche des introvertis ».

« *Les philosophes sont à la mode* », constate enfin M. Barbier. « *Les questions sur la République, les valeurs, la France, la laïcité, cela préoccupe les gens*, estime M. Gernelle. *On voit d'ailleurs que Le Nouvel Observateur a consacré sa une à Emmanuel Todd (pour son livre qui est Charlie ?)*. Le directeur du *Point* affirme ne pas avoir mis Alain Finkielkraut ou Michel Onfray en couverture pour les ventes, mais note que ces numéros ont bien fonctionné. « *Il y a cinq ans, la une que nous avions dédiée à Michel Onfray, pour son livre sur Sigmund Freud, s'était moins bien vendue* », compare-t-il.



Quelques une de newsmagazines analysés par lemonde.fr

La catégorie « valeurs et morale » comprend ainsi 29 unes des cinq newsmagazines étudiés, en un an. Les frontières entre catégories sont parfois poreuses et les questions de « valeurs » rejoignent des enjeux politiques : c'est clair avec des auteurs comme Michel Houellebecq, Michel Onfray, Alain Finkielkraut ou Emmanuel Todd, tous liés aux débats sur la laïcité et l'islam, notamment. Idem pour des unes de l'hebdo de droite *Valeurs actuelles* comme « Zemmour l'insoumis - comment *Le Suicide français* annonce la révolte d'un pays qui refuse de mourir » ou « De l'ordre - Etat, banlieues, école, les Français veulent de l'autorité ». Dans le même esprit, *Le Point* a mis en une « Les mal-élevés - Comment ils font la loi dans les transports - Sarkozy, Hollande et le savoir-vivre », quand *Marianne* titrait « Laïcité - pourquoi il faut se ressaisir » ou distinguait « Vrais et faux rebelles - De B comme Booba à Z comme Zemmour ».

Leïla Marchand

([journaliste/maxime-vaudano/](#)) [Maxime Vaudano](#) ([journaliste/maxime-vaudano/](#))

Journaliste au Monde.fr [Suivre](#) [Aller sur la page de ce journaliste](#) ([journaliste/maxime-vaudano/](#)) [Suivre ce journaliste sur twitter](#) ([https://twitter.com/mmaximevaudano/](#))

[Alexandre Piquard](#) ([journaliste/alexandre-piquard/](#))

Journaliste médias [Suivre](#) [Aller sur la page de ce journaliste](#) ([journaliste/alexandre-piquard/](#)) [Suivre ce journaliste sur twitter](#) ([https://twitter.com/apiquard/](#))

([journaliste/samuel-laurent/](#)) [Samuel Laurent](#) ([journaliste/samuel-laurent/](#))

Journaliste au Monde.fr [Suivre](#) [Aller sur la page de ce journaliste](#) ([journaliste/samuel-laurent/](#)) [Suivre ce journaliste sur twitter](#) ([https://twitter.com/samuel laurent/](#))