A l'Obs, rien de nouveau

samedi 25 octobre 2014, par Bruno

Pour fêter ses 50 ans, le Nouvel Observateur taille dans le vif et se rebaptise l'Obs. Pour le reste, l'hebdo de la gauche réformiste bien-pensante ne change rien : un édito nombriliste de Jean Daniel et de la pub à tous les étages.

En Une, Manuel Valls vous fixe dans les yeux tellement près qu'on peut compter les poils du menton. « Il faut en finir avec la gauche passéiste », dit-il. Un slogan que la rédaction de l'Obs pourrait sans problème faire sienne. Que trouve-t-on dans cette nouvelle formule lancée pour les cinquante ans de l'hebdomadaire ? On va la feuilleter ensemble.

Après Valls et sa tête au carré, passons aux choses sérieuses : une double page de pub pour Chanel. Puis une autre double pour la Mercedes Classe C. La page 6 nous montre un type en train de lacer ses Church's (en équilibre sur une jambe, c'est assez casse-gueule), et enfin un premier article. Enfin, si on veut : il s'agit du quatre cent vingt millième édito de Jean Daniel, 94 ans depuis le mois de juillet. Pas de doute, c'est bien lui : la première phrase commence par « Me voici » et finit par « un éditorial déjà signé de moi ».

Continuons. Une pub pour Emporio Armani, un deuxième édito signé Matthieu Croissandeau, qui nous sort un blabla de communicant sur les 5 D (décrypter, dévoiler, débattre, divertir, défricher) sensés rythmer les séquences du journal (les séquences sont à la presse ce que l'ADN est aux entreprises), une pub pour les fringues Paul Smith (avec un type qui boude au bistro), un sommaire, une double page de pub pour les meubles Roche Bobois (une table et quatre chaises dans une sorte de squatt de luxe), dix choses à savoir sur Woody Allen, une pub pour des pompes respirantes et enfin, pages 16 et 17, la première double de rédactionnel (une grande photo légendée de Kobané).

On va s'arrêter là dans l'effeuillage systématique, il y a 156 pages dont 55 de pub. Certes, c'est une nouvelle formule, et les annonceurs aiment les nouvelles formules qui dopent toujours les ventes. Mais que reste-t-il dans les 100 pages de rédactionnel ? L'interview de Manuel Valls, donc, qui n'apprendra rien à personne sinon qu'il n'en a rien à faire du socialisme (on l'avait compris) et que son prédécesseur à Matignon était une buse, un reportage intéressant sur l'île-prison de Rikers Island (celle où DSK a passé quatre nuits, ceci explique sans doute cela), un article sur Isabelle Adjani (une jeune actrice qui monte et dont la presse parle si peu), les réseaux russes de la famille Le Pen, les grandes manœuvres à la tête d'EDF, les coulisses du Goncourt… Rien que du très prévisible donc.

Et bien sûr une petite rubrique Tendances (clôturée par l'inamovible page Propriétés & Châteaux), dix pages à peine, mais pas de panique : Matthieu Croissandeau annonce pour décembre un mensuel « consacré aux plaisirs de la vie », ce que dans le métier on appelle plus prosaïquement le lifestyle. En clair, un catalogue publicitaire de produits de luxe entrecoupé de pseudo-reportages sur des actrices branchées et des auteurs désabusés (ou le contraire). Ça vous tente ? Ne manquez pas l'offre d'abonnement exceptionnelle, 40 numéros pour 79 euros seulement, soit 118 euros de réduction avec une montre chronographe offerte. Ah oui, mais attention, c'est une montre Lip ! C'est à ça qu'on reconnaît un journal de gauche, sans doute.

Sinon, pour s'informer vraiment, il y a Mediapart. Et le Canard Enchaîné, qui va fêter ses cent ans bientôt. Sans pub.