

La synthèse

La note de synthèse est un des grands classiques des concours des écoles de commerce. Il convient de le dire dès à présent : cette épreuve se prépare au même titre que n'importe laquelle et répond à des compétences identifiables et assimilables.

Certes, devant le nombre de documents, on peut craindre d'être submergé. Mais là comme pour tout le reste du concours, tout est question de méthode. C'est celle-ci, dans le détail de ses étapes, que vous allez devoir assimiler. Pour faciliter votre apprentissage, elle sera immédiatement illustrée par un exercice à partir du Cahier d'entraînement 2012. Ce cours comporte donc la partie Synthèse d'un des 3 concours blancs de ce livre.

Se préparer toute l'année

Comme on doit le faire pour la partie Compréhension de la section Ouverture culturelle, vous serez d'autant plus à même d'assimiler rapidement le contenu de textes variés et choisis pour leur qualité que vous aurez l'habitude de lire des ouvrages et des contenus bien différents. Les mêmes conseils doivent donc être répétés : lisez toute l'année et lisez de manière structurée. N'attendez pas le jour du concours pour investir des articles longs écrits par des historiens ou des sociologues. Soyez curieux des meilleurs journaux et des revues de vulgarisation scientifique.

Le sujet

On vous remet le jour du concours un dossier d'une douzaine de documents. Il comporte essentiellement des textes mais parfois également un croquis ou un dessin. Le dossier fait environ 25 pages et vous disposez de 4 heures pour préparer votre réponse. La contrainte récente est de 400 mots avec une tolérance de 10 %, autrement dit vous devez rendre une synthèse de 360 à 440 mots.

On vous demande de proposer une synthèse structurée. Attention : à la différence d'autres concours, vous ne devez pas indiquer les documents dont vous

vous servez dans votre synthèse. Enfin, vous devez indiquer chaque groupe de 50 mots par une étoile *.

Pour réussir cette épreuve, vous aurez intérêt à suivre scrupuleusement les étapes suivantes et dans les temps indiqués.

● **1^{re} étape: Lire en diagonale le dossier pour en connaître le thème et opérer les premiers regroupements (10 minutes)**

La toute première lecture du dossier a pour but de vous familiariser avec son contenu et de vous faire gagner du temps par la suite. En effet, en 10 minutes, il est bien entendu impossible de connaître comme il faut tous les textes. Le but n'est donc pas de proposer d'emblée une lecture précise et encore moins un plan. Cependant, vous devez pouvoir répondre à 2 questions au terme de ces 10 minutes :

- De quoi parle le dossier ?
- Quels textes vont *a priori* ensemble ?

Dans quel but ? Tout d'abord, il est plus facile de lire des textes quand on connaît le thème du dossier plutôt que de le savoir seulement au bout d'une heure de lecture ! C'est donc un gain de temps et de confort. Ensuite, vous irez plus vite à comprendre et analyser les contenus si vous êtes capable de regrouper certains textes. En effet, il est plus facile de lire des textes qui convergent à la suite, plutôt que de changer d'idée principale d'un texte à l'autre. C'est un peu sinon comme regarder plusieurs films en même temps : c'est fatigant et désagréable.

Comment faire pour pouvoir donner ces deux réponses en 10 minutes ? En ne lisant pas tout, et cela volontairement. Ces 10 minutes vont vous permettre de viser l'essentiel et vous devrez pour cela lire le plus utile. De quoi s'agit-il ? Voici la liste précise des informations les plus denses et les plus faciles à assimiler rapidement :

- Les titres
- Les sous-titres
- Les sources des textes
- Les légendes des dessins
- Les résumés en début de texte
- Les premières et dernières lignes des paragraphes
- Les conclusions s'il y en a

Ce sont en effet quelques phrases seulement dans chaque document mais c'est par habitude et convention académique dans ces aspects que l'on trouve les informations les plus synthétiques. Vous vous apercevrez vite que vous pouvez même déjà bien saisir le contenu de certains documents en 1 minute seulement, du moins pour les moins complexes.

Exercez-vous sur le sujet suivant extrait du cahier d'entraînement ACCES 2012 :

Lisez attentivement les instructions suivantes avant de vous mettre au travail.

Il vous est demandé de faire la synthèse et non une suite de résumés de l'ensemble des 11 documents présentés, en 400 mots avec une tolérance de 10 % c'est-à-dire de 360 à 440 mots.

Document 1

En vieillissant, notre rapport à la gratuité évolue. Ce qui explique les différentes manières de s'engager dans la société, selon l'âge. Les différentes générations entretiennent-elles un même rapport à la gratuité ?

Le besoin de donner est inhérent à l'être humain, qu'il soit jeune ou vieux. Mais entre la vocation qui engage au don de soi pour toute une vie, le mouvement de compassion qui pousse à faire un geste ponctuel et la pratique plus ou moins ritualisée du cadeau d'anniversaire, il existe toute une gamme de comportements. Sans tomber dans un stéréotype passéiste, on peut penser que les jeunes ont généralement plus de mal à inscrire leur générosité dans la durée. Enseigner, travailler en milieu hospitalier, devenir prêtre, ces choix de vie ne font plus recette. Si les jeunes s'en détournent, c'est que l'abnégation et le désintéressement financier qu'ils exigent ne sont plus compensés par une reconnaissance sociale ou une meilleure image de soi. Les institutions qui incarnent ces formes de don de soi n'inspirent plus suffisamment confiance : les jeunes – mais ils ne sont pas les seuls – sont souvent sceptiques et désabusés, ils ne veulent pas se « faire avoir ». Quoi qu'il en soit, la générosité tend à s'exprimer de préférence dans

deux types de contexte : sous l'effet d'une émotion, d'un appel à la solidarité immédiate – le succès du Téléthon en témoigne – et, d'une manière très différente, dans le cadre de la famille et d'un groupe d'amis proches. Dans les deux cas, le don répond à une interpellation directe, sans qu'intervienne aucune médiation, ni adhésion préalable à un idéal. Est-ce à dire que les dons perdurent mais que le don de soi, lui, recule chez les jeunes ? On peut dire en effet que les jeunes restent ouverts au don mais vont plus difficilement que leurs aînés jusqu'au don de soi. En d'autres termes, les jeunes optent pour le don, leurs aînés valorisent le don de soi. Quelle que soit la cause servie, le sens du sacrifice avait souvent pour contrepartie des comportements rigides et intolérants. De nouvelles manières d'incarner la générosité et la fidélité, plus en phase avec la sensibilité actuelle, sont à inventer. L'accès gratuit en ligne aux films, musiques et journaux – que plébiscitent largement les plus jeunes préfigure-t-il un bouleversement fondamental des relations marchandes ?

Il est, pour l'heure, difficile de répondre. Mais le constat est là : la nouvelle génération expérimente avec l'internet une nouvelle manière de s'émanciper vis-à-vis de l'argent. Il y a bien sûr un élément d'irresponsabilité : on profite gratuitement des musiques sans se préoccuper de la rémunération

des artistes. Mais il y a l'autre versant, plus positif, le temps passé à faire profiter ses amis de ce que l'on a téléchargé. Sans oublier, de manière encore plus significative, les communautés d'internautes qui développent gratuitement les logiciels libres, il s'agit certes davantage de coopération que de don, mais c'est quand même une forme de gratuité. Force est de constater qu'un certain manque de loyauté vis-à-vis de la collectivité fait finalement bon ménage avec une forte implication vis-à-vis des communautés de taille réduite, famille, amis ou clan. Celles que les sociologues appellent les nouvelles « tribus »...

La gratuité peut avoir un coût. Un soutien – humain ou financier – peut rendre ses bénéficiaires dépendants, en tout cas redevables. Les jeunes générations sont-elles plus conscientes que leurs aînés de ce risque ? Il est vrai – et on l'oublie trop souvent – que l'échange marchand est synonyme d'émancipation. Payer pour ce que l'on reçoit évite la dépendance. Inversement, donner de manière apparemment gratuite peut être un moyen pervers de dominer : la « charité » d'autrefois n'était pas exempte de paternalisme. La société actuelle est prévenue contre cette dérive. Je perçois les jeunes comme attachés à maintenir un style égalitaire dans les rapports humains, même s'ils s'accommodent des inégalités de richesse. Le développement de pratiques telles que l'économie solidaire, la finance solidaire et le commerce équitable témoigne de cette mentalité : il s'agit toujours de contourner l'écueil de l'assistance. Le but recherché est de développer l'échange social sur de nouvelles bases pour construire une société plus solidaire, plutôt que donner sans contrepartie. Peut-il y avoir une part de gratuité, et notamment de don de soi, dans les échanges marchands ? La gratuité est bien présente dans la vie économique ordinaire, et notamment au travail. La conscience professionnelle et l'amour du travail bien fait sont des réalités sans lesquelles le système économique ne pourrait fonctionner. Il nous est arrivé à tous de travailler très tard sans y être obligé et sans attendre de récompense pécuniaire. Donner de soi-même est d'ailleurs le seul

moyen de trouver du sens au travail, et l'on voit bien les dégâts humains de pratiques managériales qui soumettent les travailleurs à de telles contraintes de productivité qu'ils n'ont plus d'autonomie pour s'investir librement dans leur tâche. J'ajoute que la gratuité est également présente dans les actes de consommation, dans la fidélité amicale qui nous lie à tel ou tel commerçant.

La crise est susceptible de provoquer deux mouvements contraires. Elle risque, d'un côté, de réduire les dons aux associations, à cause des difficultés financières immédiates et des craintes pour l'avenir. Mais elle peut aussi accélérer l'évolution des mentalités et contribuer à faire émerger de nouvelles valeurs, moins utilitaristes et plus ouvertes à la gratuité. La crise nous fait toucher du doigt la fragilité d'une société qui accorde une trop grande place à l'argent.

D'après Marie Boëlon, « Entretien avec Bernard Perret », *La Croix*, 5 décembre 2009.

Document 2

Annoncée lors de la campagne électorale par les deux candidats au second tour, selon les mêmes formulations, la promesse de mettre en place la gratuité dans les musées nationaux relève de la décision politique, les professionnels de la culture n'étant que rarement demandeurs d'une gratuité généralisée, sans discrimination. La ministre elle-même, issue du sérail, s'avéra d'abord très critique et peu encline à favoriser une telle solution. De même que dans de nombreuses collectivités territoriales, la mise en place de la gratuité semble résulter d'une réponse symbolique à une volonté de démocratisation, trop souvent en échec.

Sans revenir sur une histoire longue, il faut mentionner que ce sont les seuls musées, et en moindre mesure les monuments historiques qui sont concernés, les autres secteurs de la culture demeurant peu concernés par la démarche, ainsi le théâtre ou l'opéra. Jusqu'à la fin des années 80, les prix d'entrée dans les musées demeurent modiques, essentiellement symboliques, c'est

l'effet conjugué des rénovations des sites et d'une idéologie libérale qui va conduire à l'augmentation des droits d'entrée, voire de la suppression de la gratuité pour certaines catégories de publics.

Ceux qui sont opposés à la gratuité ont retenu des études de Bourdieu en sociologie de la culture que le handicap à la fréquentation était d'ordre culturel, oubliant un peu vite qu'il était aussi d'ordre économique et que les freins se cumulaient davantage qu'ils ne se substituaient l'un à l'autre. Toutefois, plusieurs facteurs vont jouer dans le retour de la gratuité comme modalité d'action possible. L'évolution des institutions culturelles de plus en plus perçues comme des industries culturelles, accusées de dérives vers le tout marchand, et de manière consubstantielle, le fait que les droits d'entrée deviennent une part mineure du budget général, même s'il n'est pas anecdotique dans les lieux les plus fréquentés. Notons aussi des facteurs conjoncturels qui conduisent des collectivités territoriales à placer la gratuité comme axe politique pour leurs espaces d'expositions permanents, et enfin une action du Louvre, acquise après de longues luttes internes dans les années 90, pour (ré)-instituer la gratuité lors du premier dimanche du mois. Or, les études conduites dans ce cadre vont démontrer des effets non négligeables en matière de diversification des publics, les catégories sociales les moins privilégiées étant alors numériquement nombreuses, même si l'évolution en pourcentage demeure modeste. Si l'effet de démocratisation est indéniable, cela demeure lié à une gratuité exceptionnelle, événementielle, et non une banalisation du principe. Il restait donc à étudier les effets sur le long terme en cas de généralisation.

La ministre de la culture, Christine Albanel, propose à son arrivée la mise en place d'une phase d'expérimentation dans une douzaine de sites en 2008 pendant six mois, avant les deux mois d'été. A son terme, l'enquête démontre que des effets positifs sont à apprécier. D'autres études conduites par des chercheurs indépendants, dans le cadre d'appels d'offres lancés par le ministère, apportent

également des renseignements précieux. Ainsi la gratuité est intéressante, essentiellement parce qu'elle change le rapport entretenu avec l'institution. Elle rend familière la sortie qui sans cela demeure souvent exceptionnelle. Les conditions de visites, plus courtes et plus fréquentes, font que des stratégies différenciées peuvent s'opérer. Le vecteur de démocratisation le plus important est dans un rapport plus familier et plus décomplexé au lieu, comme le montrent aussi les usages dans d'autres pays, comme l'Angleterre. Dès lors, il semble pertinent de proposer la gratuité, non pas que cela n'ait pas un coût, mais que la collectivité choisisse de la prendre à sa charge. Cependant, les responsables de musées sont évidemment inquiets que les politiques fassent des cadeaux à bon compte, sans s'engager durablement sur les nécessaires compensations pour abonder le budget de l'établissement. D'autres font remarquer judicieusement que la mesure va surtout profiter aux touristes, notamment étrangers qui sont majoritaires dans les grands établissements, alors que l'on peut estimer qu'ils peuvent financer une entrée, somme toute modeste au regard du budget global d'un voyage. La mesure qui consistait à consentir la gratuité aux seuls nationaux, ou aux seuls administrés d'une collectivité territoriale, sous prétexte que ce sont des contribuables, devient intenable devant le principe d'équité des citoyens européens, notamment. Toute mesure discriminatoire de ce type est alors rejetée comme stigmatisante et faussant le principe d'égalité. Devant les sommes en jeu, notamment dans les grands musées nationaux, comme le Louvre qui reçoit 8 millions de visiteurs, mais aussi Versailles, ou Orsay, il est compréhensible que des hésitations se manifestent. Sans parler de la Cité des Sciences dont on ne parle guère, comme si la culture scientifique était moins importante à démocratiser que la peinture du grand siècle ! Notons du reste que durant l'expérimentation, aucun établissement disposant réellement d'une forte fréquentation payante, ne faisait partie du dispositif. Bref, une façon de limiter la contrainte budgétaire est surtout de demander à ceux qui

connaissent une fréquentation modeste de faire des efforts... Ils y trouvent une légitimité nouvelle puisqu'ils peuvent ainsi voir doubler ou tripler leur fréquentation, ce qui n'est pas inintéressant en soi. Des études au Québec ont montré qu'il est parfois plus coûteux pour une petite institution de faire payer que de recevoir gratuitement, mais c'est surtout le rapport symbolique qui s'en trouve changé.

Certains estiment que c'est dévaluer la culture que de la rendre gratuite, selon un credo psychanalytique, ce à quoi d'autres réfutent que, bien au contraire, payer transforme l'utilisateur en consommateur, alors que le don appelle le contre-don, selon un argument anthropologique. C'est-à-dire que l'hôte sera reconnaissant et donc plus attentif au cadeau qu'on lui fait. En réalité, les deux arguments peuvent être recevables, ce qui va infléchir dans un sens ou un autre, ce sont les conditions dans lesquelles ces formules sont mises en place, comment elles sont ou non accompagnées. On peut estimer que la mesure de gratuité aux moins de 26 ans, dans les musées nationaux, finalement retenue, est un compromis. Elle cherche à initier durablement une habitude de fréquentation. Mais si l'on veut être critique, il est permis de se demander pourquoi un jeune de bonne famille se verrait invité alors qu'un nécessaire plus âgé devrait verser son écot.

D'après Serge Chaumier, « Gratuité des musées: outil de démocratisation ou leurre à bon compte? », *Le Mensuel de l'Université*, 3 avril 2009.

Document 3

Dans le passé, était mécène celui qui aimait l'art et les artistes et en devenait le protecteur. La pratique du mécénat paraît liée à trois conditions : c'est un acte libre, un acte protecteur, un acte en faveur de l'art. Progressivement, le mécénat s'est élargi aux lettres, aux sciences et à la médecine, aux œuvres philanthropiques, éducatives ou sociales et, plus récemment, aux œuvres à caractère humanitaire. Était donc mécène celui qui protégeait

les arts et, en général, toute activité relevant du talent. Si cela n'est plus l'apanage de quelques-uns, si le mécénat est appelé à être exercé largement, quelques problèmes d'adaptation peuvent se poser. Mais il faut garder au beau mot de mécénat ses trois attributs constitutifs. Le mécénat est un acte librement consenti par celui qui veut et peut agir en faveur de la culture, prise dans le sens de civilisation. Sans le confondre avec le sponsoring plus marqué par la publicité commerciale, généralement appliqué au sport, auquel nous préférons le mot de parrainage.

Sponsor, en latin, avant de désigner en anglais un protecteur financier, avait donné, dans sa forme masculine en français, époux, celui qui portait la charge financière et la responsabilité civile. De nos jours, il désigne l'intervenant extérieur d'une opération médiatique et publicitaire. Cela peut aussi bien être un événement, une manifestation ou une production sportive. Un sponsor cherche toujours à être identifié pour la valorisation de son image de marque.

« Le mécénat rapporte du plaisir, le sponsoring de l'argent », a dit avec humour Pierre Vozlinski, qui, en sa qualité de Directeur de l'Orchestre de Paris, sait reconnaître un vrai mécène d'un faux protecteur. Le vrai mécène agit d'abord en vertu du principe du « bon plaisir », avec ce relent de majesté royale qui n'a jamais cessé de le caractériser tout au long des siècles. C'est par désir, et là où il y a désir il y a plaisir, que le mécène, obscur ou éclatant, assume librement son acte de participation à la création d'une œuvre originale. Car l'art est toujours l'expression d'une foi avant d'être création.

Dans sa démarche moderne, en tant qu'élément de la politique de communication de l'entreprise, le mécénat est une forme d'expression, une rencontre, une proposition de dialogue : manière d'exprimer sa prise de responsabilité civique, communautaire, culturelle. Sans doute, ce faisant, l'entreprise mécène cherche à briller et cela paraît normal car la gratuité n'est pas de son domaine. Si elle n'en tirait aucun

avantage, l'entreprise pourrait même être passible de l'accusation d'abus de biens sociaux.

Voilà un comble dans un contexte défini par le sens de la convivialité et de la responsabilité civique ! Non, le mécénat d'entreprise n'est pas gratuit, et il ne peut l'être. Mais, plus qu'à l'aune de la générosité c'est à celle de l'efficacité qu'il convient de le considérer.

Mais les bilans de plusieurs centaines d'entreprises pratiquant le mécénat depuis quelques années, nous fournissent des informations sur leurs motivations : dans la plupart des cas, il s'agit d'une recherche de renommée et, ce qui revient au même, d'un élément de leur politique de communication. Parfois, d'une manière plus circonstancielle, elles recherchent une meilleure insertion dans l'environnement dans lequel elles s'implantent, ou la sensibilisation ponctuelle d'un nouveau marché. Peut-être que la plupart répugne encore à parler d'esprit civique tout simplement parce qu'un tel langage n'est pas habituel en France, dans ce milieu, alors qu'il l'est, aux États-Unis, depuis longtemps.

D'après Remo Vescia, *Le Mécénat*, Edition Economica, 1987.

Document 4

La question des frais de scolarité dans les établissements français d'enseignement supérieur mérite d'être posée pour au moins trois motifs. Une augmentation du financement du système d'enseignement supérieur par ses usagers se justifie car le rendement des formations supérieures est en grande partie privé, c'est-à-dire qu'il bénéficie aux étudiants eux-mêmes. Suivre une formation supérieure est un investissement dont les personnes diplômées perçoivent l'essentiel des revenus tout au long de leur vie active. Il n'est donc pas anormal que les individus soient sollicités pour contribuer au financement de leur formation – même si ce financement ne peut être intégralement à leur charge. La faiblesse de la part du financement du système de l'enseignement supérieur prise en

charge par ses usagers est source d'inéquité. A travers les dotations allouées par l'État, l'enseignement supérieur est majoritairement financé par les impôts de tous. Or, en dépit de l'augmentation continue du nombre des étudiants et de la durée de leurs études depuis plusieurs décennies, ce sont majoritairement des personnes issues des classes moyennes et surtout supérieures qui suivent des études supérieures. Un récent rapport consacré par l'institut Montaigne à l'ouverture des grandes écoles à la diversité rappelait que les enfants issus de ménages modestes ont 20 fois moins de chances que ceux issus des ménages ayant les revenus les plus élevés. Enfin, des frais de scolarité plus élevés, se rapprochant du coût réel des formations supérieures, peuvent remplir une double fonction d'aiguillon de la concurrence entre les établissements et de responsabilisation des étudiants dans leurs choix d'orientation. Des étudiants sollicités pour financer une partie de leurs études sont enclins à attendre en retour des enseignements de qualité. S'ils sont libres de choisir l'établissement où ils souhaitent étudier – ce qui suppose de lever les obstacles à la mobilité liés notamment aux difficultés d'accès au logement – un montant significatif de frais de scolarité est donc en mesure de favoriser la concurrence entre établissements et d'influer positivement sur la qualité des formations offertes. Au surplus, une plus grande contribution financière des étudiants les responsabilise quant à leur choix d'orientation et, en les incitant à l'effort, maximise leurs chances de succès.

Tous les pays de l'OCDE ayant augmenté le niveau des frais de scolarité dans leurs systèmes d'enseignement supérieur ont parallèlement mis en place des systèmes d'aide pour assurer la solvabilité des étudiants confrontés à l'augmentation du coût de leurs études supérieures. Quatre principaux modèles de financement de l'enseignement supérieur se dégagent parmi les pays de l'OCDE. Dans les pays d'Europe du Nord, la gratuité de l'accès aux études supérieures se conjugue avec une tradition d'indépendance financière des étudiants vis-à-vis

de leur famille. En conséquence, ces pays ont mis en place de généreux dispositifs de soutien financier permettant à tous les étudiants qui le souhaitent de prendre en charge leurs dépenses courantes pendant la durée de leurs études. Les aides sont le plus souvent universelles, c'est-à-dire indépendantes du revenu des familles. Dans plusieurs pays, la part des prêts a augmenté comparativement à celle des bourses dans le système des aides directes aux étudiants. La Suède est le seul pays de ce groupe à avoir mis en place un système de prêts dont le remboursement dépend des revenus futurs. En Italie et en Espagne, les frais de scolarité dans l'enseignement supérieur ont été substantiellement augmentés dans la période récente. Mais, à la différence du modèle de l'Europe du Nord, les étudiants y sont considérés comme étant à la charge de leur famille. Les aides directes aux étudiants se résument donc à des bourses d'un montant peu important et réservées aux étudiants issus des familles les plus modestes. L'Allemagne et la France se caractérisent par la gratuité ou la quasi-gratuité des études supérieures. Les étudiants demeurant majoritairement à la charge de leur famille, le système d'aide directe aux étudiants se fonde donc sur une logique d'aide sociale ciblée sur les étudiants issus des familles les plus modestes. En Allemagne, les aides aux étudiants se répartissent pour moitié entre bourses et prêts. En France les aides directes, bourses et aides au logement, coexistent avec des aides indirectes importantes prenant la forme d'avantages fiscaux concentrés de fait sur les seules familles redevables de l'impôt sur le revenu soit seulement 50 % des foyers fiscaux, ceux dont les revenus sont les plus élevés. Dans les pays ayant significativement élevé leurs frais de scolarité dans l'enseignement supérieur durant les deux dernières décennies, les études disponibles montrent que ces changements, grâce à la mise en place conjointe de dispositifs de soutien financier adaptés, n'ont pas eu d'impact négatif du point de vue de l'équité. Les courbes de participation à l'enseignement supérieur n'ont été significativement infléchies ni au Royaume-Uni, ni en Nouvelle-Zélande, ni en

Australie. Quant à l'accès à l'enseignement supérieur des groupes sociaux les plus désavantagés, il est demeuré stable au Royaume-Uni et en Australie et a même augmenté significativement aux Pays-Bas et en Nouvelle-Zélande.

D'après Nicolas Colin. « Pour une contribution plus juste au financement de l'enseignement supérieur ». Institut Montaigne, Octobre 2008.

Document 5

À peine lancée à Paris, en février et mars 2002, la presse quotidienne gratuite rejoignait les caniveaux, sa destination naturelle, à écouter alors un grand nombre de voix dans les médias. Tôt le matin, Métro, puis 20 Minutes, n'étaient pas encore distribués par des colporteurs ou installés dans des présentoirs à la sortie des transports en commun que des syndicalistes ouvriers du Livre, affilié à la Confédération Générale du Travail (CGT), les éparpillaient sans ménagement sur le pavé. En étant imprimés à l'étranger ou dans des entreprises françaises échappant au contrôle du syndicat, les quotidiens gratuits créaient en effet un précédent de nature à rompre le fragile équilibre garantissant, dans les imprimeries de presse, des salaires et des conditions de travail bien plus favorables.

Le monde médiatique ne condamna pas ces coups de mains. Que reprochaient-ils aux « gratuits » ? Les directeurs de médias craignaient une concurrence déloyale et la captation d'une part d'un marché publicitaire déjà insuffisant. Les distributeurs de presse redoutaient la perte de contrôle de ce nouveau marché et la désaffection de leurs boutiques, la presse quotidienne constituant un produit d'appel vers les magazines et livres. Les journalistes accusaient aussi la presse gratuite de dénaturer leur métier en développant des formats courts, voire racoleurs, et de tirer le lecteur vers la facilité.

Quelques années plus tard, la presse quotidienne gratuite a connu en France, comme dans presque tous les pays où elle s'est implantée, une première fortune : elle a survécu. Elle s'est même