LA PRESSE ET L'ARGENT

À partir de 1836, la presse élargit progressivement son lectorat et devient une industrie qui attire le monde de la finance. Le succès d'un journal dépend de sa capacité à répondre à la demande de la clientèle et à séduire les annonceurs : la publicité constitue un mode de financement incontournable. Les journaux deviennent de grandes entreprises prospères à l'exception de certains titres de presse d'opinion qui se battent pour conserver leur indépendance.

« Mon fauteuil vaut trois trônes »
Maurice Bunau-Varilla, homme d'affaires et directeur du *Matin*

Parmi les grands noms de l'histoire de l'imprimerie gravés sur cette frise, Marinoni fait figurer son propre nom !

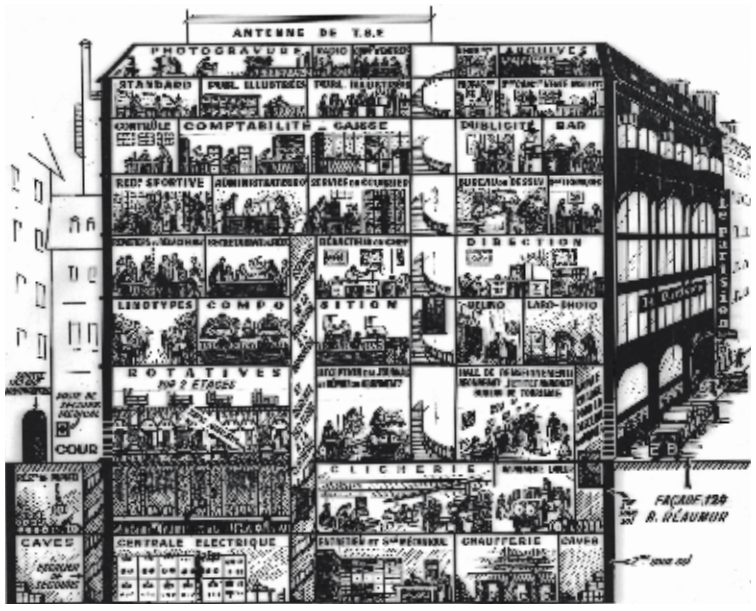
Le Petit Journal – supplément illustré, 2 juin 1901, n° 550, page 5

La réussite d'Hippolyte Auguste Marinoni est révélatrice des « self made men » de la presse du XIXe siècle : cet ancien apprenti devient entrepreneur, fabricant de rotatives, puis patron du *Petit Journal* en 1882.

De plus en plus contrôlés par des groupes extérieurs (secteur du luxe, banque, fournisseur d'accès à internet…) rares sont les journaux qui disposent d'une réelle indépendance économique. Des sites tels que *Mediapart* tentent de résoudre ce problème grâce à une politique d'abonnements en ligne.

Page d'accueil du site *Mediapart*, 10 juillet 2012
© Mediapart, 2012

À la fin du XIXe siècle, les journaux acquièrent de splendides immeubles en centre ville. Symboles de leur puissance financière et de leur influence sur l'opinion, ils abritent l'ensemble des services du journal, de la rédaction à l'impression.



Coupe de l'immeuble abritant ***Le Parisien libéré*** au 124, rue de Réaumur à Paris, 1948

Archives *Le Parisien – Aujourd'hui en France*

EXPLORER L'IMMEUBLE