

## Des régressions programmées sur trois décennies

### De 1796 à aujourd'hui

La nécessité d'apporter des aides à la presse en facilitant sa diffusion s'imposait déjà en 1796. Pour la Révolution française, «*la circulation des lumières [était] aussi nécessaire parmi nous que la circulation de l'air*». Une «*circulation*» qui n'a pas toujours été aussi fluide que ses initiateurs l'avaient souhaité, quand les intérêts dominants ont pu faire obstruction.

Ce n'est que près d'un siècle et demi plus tard que les auteurs du programme du CNR ont réussi, à la Libération, à donner une priorité forte à la circulation des idées et au pluralisme. Favoriser la liberté d'expression apparaissait alors comme le meilleur moyen pour éviter l'apparition de nouvelles horreurs.

S'affichant idéologiquement comme des défenseurs des libertés et des valeurs associées, les néolibéraux ont pris leur temps et de nombreuses précautions pour mettre en cause les principes et les dispositifs qui donnent à la presse la possibilité de faire vivre ces valeurs. Les exigences démocratiques de Mai 68 une fois affaiblies, ils ont commencé, au début des années 80, à imaginer, puis à mettre progressivement en œuvre, le processus de démantèlement des aides à la presse. L'objectif premier qu'ils affichaient était de «faire des économies», pour, d'abord, ouvrir de nouveaux

champs au profit capitaliste. Pour ceux qui voyaient loin, la privatisation de La Poste était en perspective ; elle était déjà liée dans leur esprit au développement des sociétés de portage qui donne au privé la possibilité de capter d'emblée un marché appelé à s'étendre.

La réalisation de cet objectif a favorisé d'autres régressions : divers réacs et idéologues opportunistes ont saisi l'occasion pour restreindre l'audience d'idées dissidentes et pour accentuer simultanément le formatage des esprits à l'ordre dominant. Durant plus de trois décennies, droite et «gauche» se sont passées le témoin dans le respect d'une continuité parfaite, dans ce domaine comme dans d'autres. La méthode n'a guère changé au cours des années : sur ordre du pouvoir, des hauts fonctionnaires ou/et des magistrats ont concocté des rapports dont les conclusions, toujours présentées comme irréprochablement objectives, ont permis à chaque fois de donner un peu plus de force destructrice au rouleau compresseur libéral qui a broyé sur son passage des milliers de bulletins et de revues qui donnaient vitalité à autant de lieux de réflexion et de démocratie. Si 14 000 périodiques bénéficiaient de l'agrément de la CPPAP au début de années 90, ils sont moins de 10 000 aujourd'hui.

geste de clémence extravagante de Sarko en décidant de tirer simultanément le 1<sup>er</sup> janvier 2014 la cartouche non utilisée en 2009 et celle prévue pour 2014 ! Les protestations de quelques éditeurs<sup>(2)</sup> ont amené le gouvernement à

### Paru dans notre n° 41 (Février 1993)

«(...) Depuis ses débuts en janvier 1989, ACC est resté au même tarif de 50 Francs les 10 numéros. Et ce, malgré une augmentation des tarifs postaux pour les journaux qui frôle les 40% sur la même période (+ 90% en 6 ans !). Hausse infligée par les socialauds-libéraux qui font tout pour tuer la liberté d'expression (...).»

C'est en février 1993 que ces lignes ont été écrites. Preuve que le problème n'est pas nouveau. Il date de la période de nos débuts (en 1986, avec le bulletin «Renouveau Syndical 68»). Nous connaissions à cette époque une forte augmentation du nombre de nos abonnés qui nous a permis d'absorber ces hausses de tarifs, certes très fortes en pourcentage, mais qui partaient de valeurs initiales basses - vraiment préférentielles - grâce auxquelles on a pu démarrer.

### «Accords» Schwartz : jusqu'à fin 2015

Pour rappeler l'essentiel de ce que nous avons déjà détaillé depuis plus de deux ans à l'occasion de nombreux articles<sup>(1)</sup>, évoquons simplement les derniers «accords» (Schwartz) qui ont débouché sur un «protocole Etat-Presses-Postes» destiné à couvrir les années 2009 à 2015 incluses. Sur ces 7 ans, l'augmentation programmée du coût des envois postaux pour une petite revue comme la nôtre est de 34%, auxquels doivent s'ajouter, bien sûr, l'augmentation résultant de l'inflation : ces 34% sur 7 ans sont nets ; ils peuvent être brandi comme un trophée par un Kessler, si acharné à «défaire méthodiquement le programme du CNR». Ces 34% constituent le bouquet final d'un feu nourri d'augmentations, qui ont résulté d'autres accords tripartites conclus depuis le début des années 90. Le seul répit a été accordé par Sarko (!) qui a ordonné un cessez-le-feu d'un an en 2009. Notons au passage cette performance de la «gauche» à guillemets : Hollande et Filippetti ont prévu de corriger ce

créer une «mission d'expertise sur les conditions de sortie du moratoire tarifaire instauré en 2009» ; en attendant les conclusions de cette «mission», l'augmentation due à l'inflation est remise à plus tard. Une embrouille pour cacher un sale... coût : pour une revue comme la nôtre, la hausse est finalement de plus de 10% ! Insupportable.

Les augmentations ne peuvent attendre : les responsables rappellent que La Poste s'est engagée, le 1<sup>er</sup> janvier 2016, qui est la date de fin d'application des «accords» Schwartz, «à considérer la question du déficit [dû à l'acheminement de la presse] comme réputée définitivement réglée»<sup>(3)</sup>. Ce qui veut dire que La Poste renoncera en 2016 à exiger les 180 millions d'euros qu'elle aura reçus de l'Etat en 2015 pour distribuer la presse (pour 2014, l'Etat lui versera 200 millions d'euros, toujours en compensation du déficit supposé de la distribution de la presse). Pour atteindre cet objectif et se passer de ces millions, les intégristes du libéralisme et de la privatisation ont programmé un montant équivalent d'«économies» que devra s'imposer La Poste ; elles sont présentées comme une nécessité absolue et devront être pour l'essentiel réalisées aux dépens de la petite presse.



Dessin paru dans ACC n° 25 (juin 1991)

Par contre, quand il s'agit de sauver un titre «important» qui connaît des difficultés, le gouvernement accepte, comme l'ont fait ses prédécesseurs, de verser sans délai des dizaines de millions. Dans ce genre de situations, on ne se demande pas si Schwartz et les signataires de son protocole avaient prévu ces générosités. Quand une «entreprise» de presse - en particulier quand elle est capable de fabriquer un bon béton idéologique pour système déliquéscent - est sur le point de disparaître, le pouvoir paie sans mégoter. Il hésite encore moins lorsqu'une société privée comme Presstalis, chargée de la diffusion en kiosque d'une grande partie de la «production» éditoriale est en danger : ne pas payer immédiatement ferait courir le risque d'une fragilisation dangereuse de piliers politiques essentiels.

La publication récente de l'exercice 2013 de La Poste vient souligner cruellement qu'on aurait pu épargner à ce pauvre M. Schwartz la mise au point hypocrite et l'application laborieuse de son plan liberticide. Il s'est décarcassé pour programmer des économies sur une durée de 7 ans, pour finalement faire moins bien que les auteurs du CICE, qui sont parvenus, involontairement et très rapidement, à faire bénéficier La Poste, aux frais du contribuable, d'un cadeau de 297 millions pour la seule année 2013. 297 millions en un an ! Vous avez l'air de quoi M. Schwartz ?...

## Tarification discriminatoire

La Poste a signé ce protocole Schwartz - comme les précédents - avec les représentants de l'Etat et ceux de la «grande» presse, sans qu'évidemment les premiers concernés, à savoir les petits éditeurs, puissent dire ou empêcher quoi que ce soit. Pour que cela paraisse plus démocratique, les textes et commentaires officiels présentent ces grands patrons de presse comme les représentants des «organisations professionnelles unanimes». «Unanimes», sans doute, pour organiser la farce que représente ces accords tripartites qui sont cautionnés, sur ordre du pouvoir, par des magistrats et des membres de la «haute» fonction publique, des élus, députés ou sénateurs.

Sans gêne, tout ce beau monde a mis en place depuis longtemps une tarification discriminatoire. Pour légaliser la rupture manifeste d'égalité, ils ont fait appel aux copains du Conseil Constitutionnel ; lequel, dans une décision du 27 décembre 2001, a estimé que «contrairement à ce qui est allégué, cette mesure [la tarification postale à la tête du client] n'entraîne pas de rupture injustifiée d'égalité ; qu'elle participe de la volonté de préserver le pluralisme (...) des quotidiens (...)

nécessaire à l'exercice effectif de la liberté (...)». Une décision hallucinante, passée totalement inaperçue à l'époque. Il est vrai que la «grande presse», principale bénéficiaire de ces contorsions juridiques, n'allait pas protester... Résultat : les augmentations citées ci-dessus ne s'appliquent qu'à certains éditeurs, dont nous sommes. Des «grands» signataires se sont aménagés, pour eux et pour les copains de la même caste, des tarifs vraiment intéressants. C'est variable d'une «catégorie» de presse à l'autre. Pour ne pas donner trop de chiffres, précisons que la catégorie la plus favorisée, celle des journaux quotidiens dits «à faibles ressources publicitaires» payent aujourd'hui, 5 ou 6 fois moins que le tout-venant des petits éditeurs. La discrimination est devenue tellement énorme au fil des évolutions tarifaires annuelles qu'elle achève de discréditer totalement le Conseil Constitutionnel qui l'a légalisée en 2001. Mais cette légalisation présente au moins un mérite : celui de nous indiquer ce que nous devrions payer aujourd'hui si le tarif postal préférentiel avait été maintenu pour tout le monde, et pas seulement pour quelques privilégiés qui continuent de bénéficier du barème appliqué il y a une vingtaine d'années (voir nos propositions d'action [«pour reprendre l'offensive» pages 14 et 15](#)).

## Du postage au portage = Du public au privé

Sans contre-offensive forte de la part des petits et moyens éditeurs, les choses vont encore se gâter, dans un processus qui pourrait même s'accélérer. Il suffit de lire le rapport d'un pote à Hol-

lande, le député Françaix, qui a été chargé de préparer la réforme des aides à la presse annoncée par Filippetti durant la campagne des présidentielles. Françaix est un accroc des recettes libérales. Au point qu'il est allé jusqu'à considérer le «portage» (revues distribuées aux abonnés par La Poste) comme archaïque. Il ne jure que par le «portage» (distribution par des entreprises qui surexploitent des salariés précaires ; tout est prévu depuis longtemps : La Poste a créé une filiale, «Média-post», qui fait du portage en sous-payant et maltraitant son personnel). Il suffit de changer une lettre pour effacer les dernières traces laissées par le service public. Une com' bien conçue fait le reste : le nouveau PDG de La Poste, Philippe Wahl, s'est dit résolu à relever le défi de la baisse de moitié, en quelques années, du nombre d'objets distribués par son «entreprise», en gagnant la bataille du numérique et en organisant la diversification des activités du facteur... auquel il refusera progressivement de confier la distribution de la presse !

Pour dénoncer efficacement les esroqueries intellectuelles du PDG qui seront sans doute suivies de mauvais coups en cascade, il faudrait, au minimum, que quelques organisations syndicales de La Poste exigent que cette dernière soit à nouveau investie d'une mission de service public en devenant le pôle de distribution de toute la presse, pour les abonnés comme pour les kiosques. Mais il est vrai que pour être investie d'une mission de service public, il faudrait que La Poste redevienne... un service public.

Rendez-vous [pages 14 et 15](#) où vous retrouverez cette revendication, intégrée dans une plate-forme plus complète.

1) De nombreux documents et les 9 articles que nous avons consacrés à ce sujet sont disponibles sur notre site [www.acontrecourant.org](http://www.acontrecourant.org) catégorie «[presse libre en danger](#)». Vous trouverez aussi les 9 articles dans la catégorie «[anciens numéros en PDF](#)» en consultant : [le n° 228](#) - Octobre 2011, [le n° 229](#) - Novembre 2011, [le n° 230](#) - Décembre 2011, [le n° 231](#) - Janvier/Février 2012, [le n° 232](#) - Mars 2012, [le n° 236](#) - Août 2012, [le n° 238](#) - Octobre 2012, [le n° 240](#) - Décembre 2012, [le n° 249](#) - Novembre 2013.

2) Quelques éditeurs ont protesté : voir notre [numéro 249](#) daté novembre 2013.

3) Page 3 du «Protocole d'accord Etat - Presse - La Poste» du 23 juillet 2008.



# Presse libre : reprendre l'offensive

On peut craindre le pire de la « mise à plat » des aides à la presse annoncée dès 2012 par Hollande et Filippetti. Parce qu'ils sont empêtrés dans le doxa libérale, nos dirigeants n'ont jamais pu dégager les quelques principes simples qu'il suffirait de respecter pour (re)construire un système démocratique d'aides à la circulation des idées et des informations. Pire : le capital et son idéologie sont si pesants que même les victimes les plus politisées des régressions des deux dernières décennies - à savoir la petite presse écrite, militante ou sociale - n'ont que rarement trouvé les bonnes ripostes. Nous en proposons une, ici, conscients de la difficulté de l'organiser. Nous plaçons la barre assez haut. Trop haut ? Mais pourra-t-on faire l'économie d'une mobilisation forte si on veut espérer faire obstacle au rouleau compresseur libéral qui nous écrase tous, les uns après les autres ?

Pour être efficace, toute initiative doit être précédée d'une élaboration collective d'un ensemble cohérent de revendications. Nous l'avons petitement tenté ces deux dernières années en essayant de faire vivre un collectif de dimension réduite regroupant des éditeurs et des syndicalistes, que nous avons appelé le PPLED (Petite Presse Libre En Danger). Ses activités ont fait l'objet de courriers et d'articles publiés dans nos colonnes qui sont disponibles sur le site [www.acontrecourant.org](http://www.acontrecourant.org), catégorie «[presse libre en danger](#)». Il a lancé [une pétition](#) contre certains méfaits liberticides de La Poste, toujours en ligne.

Un autre réseau, beaucoup plus vaste et solide, s'était constitué en 2005 au plan national sous l'intitulé «[Etats généraux pour une information et des médias pluralistes](#)» (voir [ACC n° 232](#) - Mars 2012) ; peut-on espérer lui redonner vie ? La qualité de ses analyses et surtout [la grande diversité des organisations qui s'étaient impliquées](#), ferait de cette structure [le cadre idéal](#) à partir duquel les médias à but non lucratif pourraient reprendre l'offensive.

Nous ne pourrions pas faire mieux ici qu'énumérer quelques revendications, et faire quelques propositions d'action. Dans l'immédiat, nous nous engageons à mettre l'adresse électronique [courrier@acontrecourant.org](mailto:courrier@acontrecourant.org) et notre site [www.acontrecourant.org](http://www.acontrecourant.org) à disposition de tous pour collecter et diffuser informations et initiatives, dans l'espoir de nous retrouver rapidement avec beaucoup d'autres dans une structure plus large qui prendrait le relais.

## Des repères pour orienter les revendications

- **La publicité formate idéologiquement les esprits**, quand elle n'abrutit pas. Un comble : les victimes de cet abrutissement le financent sans le savoir, à travers une taxe sournoisement instaurée sur tout ce qu'elles achètent. Cette taxe invisible imposée au consommateur se transforme de fait en soutien à la presse qui se finance par la pub. Il faut refuser que cet apport financier se cumule avec d'autres types d'aides. Un choix certes inacceptable pour qui s'accroche à des idéaux libéraux ; il relèverait pourtant d'une saine gestion des deniers publics ; il permettrait aussi de souligner la duplicité de ceux qui prétendent faire réfléchir et informer correctement leurs lecteurs tout en encourageant la manipulation des esprits par la publicité.

- **L'engouement actuel, voire la fascination, pour le numérique peut faire dangereusement oublier ses limites**. Il doit être prudemment et simplement considéré comme un outil auxiliaire facilitant certains échanges ; il ne pourra pas prendre la place des médias «traditionnels», irremplaçables dans certains domaines touchant à la structuration de la pensée.

- **Les aides ne doivent pas dépendre du bon vouloir du pouvoir. Elles doivent être automatiques** dès lors qu'un agrément est accordé à un média.

- **Cela pose, d'une part, la question de la composition et du fonctionnement de l'organisme chargé de délivrer cet agrément**. La CPPAP, aujourd'hui, est l'exemple même de ce qu'il ne faut pas faire : entre les mains de hauts fonctionnaires désignés par le pouvoir, eux-mêmes sous l'influence de «patrons de presse» qui siègent dans cette commission et qui décident de presque tout pour le plus grand profit des grandes entreprises qu'ils représentent, la CPPAP n'a vraiment rien de démocratique. Seule une commission indépendante, composée majoritairement de représentants élus de tous les médias dans toute leur diversité et quelle que soit leur taille, serait à même d'offrir le maximum de garanties au déploiement du pluralisme et de la liberté d'expression.

## Quelles aides ?

- **Cela pose, d'autre part, la question de la nature de ces aides**. Le fonds de subvention abondé par les gouvernements successifs soucieux de favoriser leurs complices idéologiques, de calmer d'éventuels opposants ou de



sauver de «grands titres» en perdition est encore une fois l'exemple de ce qu'il ne faut pas faire. Parce que l'information n'est pas une marchandise, les activités d'un média ne peuvent être qu'à but non lucratif. Le seul type de «subvention» qui ne soit pas contestable est celui qui est automatique, c'est à dire qui contraint la puissance publique à payer. **L'aide à l'acheminement postal possède ces qualités**. Sous réserve, bien entendu, qu'elle ne soit pas accordée n'importe comment, c'est à dire en fonction des critères libéraux qui font des dégâts depuis des lustres. Ce qui suppose, bien sûr, que la Poste redevienne un service public auquel on confiera la mission d'organiser en son sein le pôle public de diffusion de toute la presse (et d'autres supports de connaissances et de culture<sup>(1)</sup>); que ce soit en direction des abonnés ou à destination des kiosques.

Si, pour la presse écrite, le coût de l'acheminement postal des premiers exemplaires expédiés pourrait être quasiment nul, il faudrait prévoir une augmentation progressive du coût pour des envois plus volumineux, par tranche de nombres d'exemplaires, sur le modèle de la progressivité de la courbe de l'impôt sur le revenu<sup>(2)</sup>. Avec, pour ceux qui expédient de très gros volumes, un «plafond» de coût à l'exemplaire qui se situerait au-dessus du prix coûtant d'acheminement. En effet, on ne voit pas pourquoi on apporterait une aide à la diffusion postale dès lors que l'éditeur réussit par lui-même à équilibrer ses comptes; on voit, par contre, l'utilité de faire payer davantage les plus gros en faveur des plus petits : à l'exact opposé de ce qui se passe actuellement, il s'agirait là d'une forme de redistribution favorable au développement du pluralisme.

Autre précaution à prendre dans la définition d'un procédé de calcul démocratique : «rehausser» la courbe du coût à hauteur du montant encaissé par l'éditeur du fait de la pub qu'il aura imposée aux lecteurs de sa publication. Mesure simple et pratique pour, à la fois, diminuer l'envahissement publicitaire et abonder le financement du service public postal.

Rien qu'en utilisant judicieusement les 600 millions actuellement consacrés aux aides à la diffusion de la presse écrite, on pourrait déjà sensiblement améliorer la situation en faveur des médias libres et du pluralisme. Et pour un objectif social aussi important que celui-là, 600 millions est une somme dérisoire<sup>(3)</sup> que des démocrates dignes de ce nom devraient augmenter sans hésiter.

L'utilisation de critères démocratiques comme ceux qui viennent d'être esquissés pour la presse écrite est pareillement envisageable pour soutenir d'autres médias (radios, télévisions, journaux électroniques), dès lors qu'ils seraient à but non lucratif. L'usage d'une TVA réduite est une technique possible, déjà en vigueur pour certains d'entre eux. De loin pas tous : ainsi, face à la discrimination que les pouvoirs publics maintenaient obstinément, «Arrêt sur image» et «Médiapart» ont pris la décision de s'auto-désigner comme bénéficiaires du taux de TVA réduite. Une

méthode originale et radicale pour obtenir une «subvention» de la part d'un pouvoir qui préfère en accorder à d'autres, sur des critères plus que contestables. La méthode d'«Arrêt sur image» et de «Médiapart» a été efficace. On pourrait s'en inspirer...

## L'action

Si les analyses, propositions, pétitions et revendications sont nécessaires, elles ne suffisent évidemment pas. **Il faut agir.** Nous faisons une suggestion dans l'encadré ci-dessous : s'auto-facturer pour réduire sans tarder le coût des envois postaux sous régime CPPAP. Mise en oeuvre par suffisamment d'éditeurs, cette action ne laisserait certainement pas indifférent !

Par ailleurs, on suggère aux équipes militantes éditrices, ou potentiellement éditrices, qui n'ont jamais osé déposer de demande d'agrément CPPAP, de le faire. Après l'obtention de l'agrément provisoire qui suit généralement le dépôt du dossier, elles pourront se joindre au mouvement d'auto-facturation et peut-être même tenir le coup si le coût d'envoi redevenait ce qu'il était il y a trente ans.

L'action proposée n'a de sens que dans la perspective d'un service public postal revigoré qui prendrait totalement en charge la distribution de la presse. Et qui le ferait pour remplir une mission

de service public, pas pour atteindre un objectif économique d'équilibre budgétaire, voire pour en tirer profit. Une telle perspective n'est envisageable qu'avec l'engagement de postiers déterminés, et de leurs organisations syndicales, qu'il faut inviter à se joindre au mouvement.

1) Avant que les néolibéraux ne puissent sévir, les livres bénéficiaient aussi de tarifs postaux préférentiels qu'il faut étendre à tout ce qui participe à l'élévation du niveau de connaissance et de culture.

2) Pour ceux que la technique mathématique ne rebute pas trop, précisons que la «courbe» de l'impôt sur le revenu se fabrique en mettant bout à bout des segments à pente progressive : c'est une «fonction continue, affine par morceaux» qui n'est guère plus compliquée à utiliser - surtout avec une machine - que ne l'est une «fonction affine», d'un seul tenant (une ligne droite), que La Poste utilise déjà pour calculer le coût d'envoi d'un exemplaire en fonction de son poids. Où une machine est aussi nécessaire, tant les coefficients sont compliqués (voir le tableau et les calculs ci-dessous où ce procédé est utilisé).

3) Pour comparaison : quand les critères libéraux s'appliquent à plein, on a pu voir un tribunal arbitral, présidé par un ancien Président du Conseil Constitutionnel (voir encadré ci-dessous), accorder généreusement 400 millions à Bernard Tapie qui en a utilisé une partie pour acheter des journaux... Pour promouvoir la liberté d'expression ?!...

## Une seule solution : l'auto-facturation !

### QFRP Départementaux

Tranche	Tte France non méca		DPT non méca		Code postal		Facteur		Multiples		
	Prix au kg	Prix / objet	Prix au kg	Prix / objet	Prix au kg	Prix / objet	Prix au kg	Prix / objet	Prix au kg	Prix / objet	
QFRP D	0 - 100g	0,4844	0,0546	0,4844	0,0440	0,3689	0,0416	0,2420	0,0372	0,7257	0,0257
	Plus de 100g	0,8796	0,1683	0,8785	0,1545	0,6175	0,1599	0,6556	0,1354	0,7257	0,0257

Le tableau ci-dessus est extrait du site de La Poste qui fournit les tarifs 2014 applicables pour la presse «QFRP Départementaux» (Quotidiens à Faibles Ressources Publicitaires); c'est une des sous-catégories de journaux sous régime CPPAP imaginées par des «experts» qui cherchaient un prétexte pour protéger les copains de la «grande presse» des hausses vertigineuses provoquées par l'application stricte de tous les «accords tripartites, Etat, Presse, Poste» concoctés ces trente dernières années, et dont la version «Schwartz» n'est que le dernier avatar.

Une protection efficace. Qu'on en juge : pour l'envoi d'un exemplaire d'ACC de 51 grammes (c'est le poids du numéro 251 que vous avez entre les mains) classé dans la catégorie «département non mécanisable» (la plus courante) nous payons 0,342 euros; tandis que l'éditeur d'un journal ciblé «QFPR départementaux» paie :  $0,4844 \times 0,051 + 0,0440 = 0,0687$  euros. Plus de 34 centimes pour l'un ; moins de 7 centimes pour l'autre. Un rapport de 1 à 5 ! Pourtant, si on en croit la décision du 27 décembre 2001 du Conseil Constitutionnel, le fait que nous payons 5 fois plus que la «QFRP» «n'entraîne pas de rupture injustifiée d'égalité», et même «participe de la volonté de préserver le pluralisme». Substantiellement grotesque !

Quand les «élites» sont à ce point défailtantes, «l'insurrection est, pour chaque portion du peuple, le plus sacré des droits et le plus indispensable des devoirs», comme on disait en 1793. Sans aller jusqu'à couper des têtes, nous proposons, dans un premier temps, de rappeler aux «sages», à nos gouvernants et à la Poste ce que le mot égalité veut dire, en suggérant à toute revue détentrice d'un agrément CPPAP d'auto-facturer ses envois jusqu'à l'adoption de règles démocratiques régissant les aides publiques à la circulation des idées et des informations. **Cela consistera à ne payer, lors de la réception de la facture rédigée par La Poste, que le montant calculé à partir du tableau tarifaire ci-dessus.**

Cette action forte suppose l'entente préalable d'un nombre suffisant de revues volontaires. Faudra-t-il qu'elles représentent au total au moins 50 000 lecteurs? Ou 100 000 ? Ou plus ? C'est à voir avec les équipes éditrices décidées à passer à l'action. Le site d'A Contre Courant pourra servir au départ à collecter les titres et à dresser la liste des publications prêtes à l'affrontement. Mais il serait plus que souhaitable qu'une structure comme celle qui a animé «[Les Etats généraux pour une information et des médias pluralistes](#)», où figuraient des organisations syndicales, (re)voit le jour. En tout cas nous nous efforcerons de faire circuler sur la toile - avec, nous l'espérons, l'aide de nombreux internautes et de sites amis - des pages d'informations comme celles-ci (que l'on va chercher à enrichir) pour que chaque lecteur incite les publications auxquelles il est abonné à s'associer à l'action.