

« Le risque avec la concentration des médias est celui d'une "capture médiatique" de l'opinion publique, au profit d'intérêts politiques et industriels particuliers »

La concentration dans les médias et les industries culturelles a atteint en France un niveau qui suscite de vives inquiétudes. La captation de l'attention se trouve au cœur de la concurrence à laquelle se livrent les grands groupes pour s'approprier le temps disponible du public. Cette dynamique apparaît d'autant plus préoccupante quand elle est mise au service d'un projet politique. En témoigne l'orientation idéologique de [l'empire médiatique de Vincent Bolloré](#), aux visées à la fois ultraconservatrices et populistes, susceptibles de constituer une menace pour la diversité culturelle, le pluralisme de l'information et la vitalité du débat public, pourtant essentiels au bon fonctionnement d'une société démocratique.

Si la concentration des médias fait l'objet d'une régulation, cette dernière apparaît de plus en plus inadaptée au contexte contemporain. Les lois de 1986, relatives à la presse écrite et aux médias audiovisuels, fixent des seuils au-delà desquels un même propriétaire ne peut détenir ou contrôler plusieurs médias. Le droit commun de la concurrence s'applique également lorsque des opérations de rachat atteignent certains niveaux de chiffre d'affaires. Cependant, cette régulation fonctionne encore largement en silo : les différents secteurs demeurent cloisonnés et les dispositifs juridiques ne sont pas articulés entre eux.

La logique réglementaire en vigueur ne permet pas de répondre correctement aux défis posés par les concentrations diagonales, dans lesquelles un même groupe rassemble des activités relevant de secteurs distincts mais complémentaires, comme la presse, la radio, la télévision, le

cinéma, l'édition de livres, la communication et la publicité, entre autres. Un groupe plurimédia est ainsi susceptible de maîtriser de multiples points d'accès entre le public et les contenus culturels, sans pour autant contrevenir à la réglementation. En synchronisant stratégiquement ses activités, il est en mesure de renforcer sa capacité à capter l'attention du public et à mettre à l'agenda des imaginaires, des esthétiques, des idées et des visions du monde. Le risque identifié par l'analyse économique est celui d'une « capture médiatique » de l'opinion publique, au profit d'intérêts politiques et industriels particuliers.

Dans ces conditions, comment réformer le dispositif anticoncentration ? Cette question n'est pas nouvelle et a fait l'objet d'un rapport en 2022 de l'inspection générale des finances et de l'inspection générale des affaires culturelles. Après avoir souligné le caractère obsolète du cadre juridique actuel, ce rapport propose d'adopter un dispositif plus souple, inspiré du modèle britannique. Dans cette perspective, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique se verrait confier la responsabilité d'autoriser les opérations capitalistiques impliquant des médias, au regard de leur impact sur le pluralisme.

Pouvoir attentionnel

Son appréciation s'appuierait sur une grille d'analyse multifactorielle combinant des critères qualitatifs (diversité des contenus, indépendance de l'information...) et quantitatifs (audience, couverture géographique, données économiques...). Cette approche a notamment été mise en œuvre au Royaume-Uni en 2017, à l'occasion du projet de fusion entre Sky News et 21st Century Fox. Validée par la Commission européenne au titre du droit de la concurrence, cette opération a finalement été bloquée par le régulateur britannique à l'issue d'un test d'intérêt public conduit par l'Office of Communications, en raison des risques qu'elle faisait peser sur le pluralisme. Un nouvel outil de mesure de la concentration des médias a alors été introduit : la « part d'attention ».

Conceptualisé par Andrea Prat, professeur d'économie à l'université

Columbia, à New York, la part d'attention désigne la proportion d'attention qu'un individu accorde à différentes sources médiatiques. Elle se mesure à partir du temps consacré à chaque média et de la fréquence de consultation de ces sources. A partir d'enquêtes et de sondages, il devient ainsi possible d'analyser la manière dont l'attention se répartit, au sein d'une population donnée, entre les différents médias disponibles. En France, cette méthode a été mobilisée par les chercheurs Sylvain Dejean, Marianne Lumeau et Stéphanie Peltier dans une étude publiée en 2025 dans *La Revue économique*.

Leurs travaux mettent en évidence une forte concentration de l'attention dans le pays : les huit principaux groupes médiatiques capteraient à eux seuls 70 % de l'attention des Français. L'étude souligne également que la France figure parmi les dix pays où la concentration de l'attention est la plus élevée. Les parts d'attention les plus importantes seraient détenues par les médias de service public (près de 20 % pour France Télévisions et Radio France), devant Meta, le groupe TF1 et Vivendi (autour de 10 % chacun). La portée de cette concentration ne revêt évidemment pas la même signification selon que les groupes concernés disposent de [mécanismes de gouvernance garantissant l'indépendance éditoriale](#), ou s'ils sont au contraire susceptibles de subir des influences politiques ou actionnariales fortes.

Lire aussi | [Marius Dragomir, spécialiste des médias : « Les gouvernements doivent empêcher les médias de tomber entre les mains d'une poignée d'acteurs puissants »](#)

L'intérêt d'une telle approche est qu'elle permet d'appréhender plus précisément le pouvoir attentionnel détenu par certains acteurs en position de force. Un même groupe peut en effet exercer une influence considérable non pas parce qu'il domine un marché précis, mais parce qu'il contrôle simultanément plusieurs canaux de diffusion et de production de contenus. Les analyses existantes se concentrent pour l'instant sur les médias, mais une extension à l'ensemble des supports (livres, films, séries, podcasts...) serait tout à fait précieuse afin de saisir

l'emprise globale des grands groupes sur l'espace public et culturel, ainsi que leur influence potentielle sur les individus. Les dispositifs anticoncentration gagneraient ainsi à changer de cadre conceptuel et à prendre en compte le pouvoir attentionnel à l'œuvre au sein des industries culturelles et médiatiques.

Louis Wiert est professeur en communication à l'Université libre de Bruxelles.

[Réutiliser ce contenu](#)