

**Thème 4**  
**S'informer, un regard critique sur les sources et les modes de communication**

**L'information entre le marché et l'Etat : histoire de l'agence Havas et de l'AFP**

*« L'ancien directeur de l'Agence Havas pendant l'entre-deux-guerres, Charles Houssaye, donnait cet exemple : la mort à Sainte-Hélène, le 5 mai 1821, de Napoléon Bonaparte, l'homme le plus puissant et le célèbre de son époque, ne fut connue que deux mois plus tard en Europe. Annoncée le 4 juillet dans les journaux anglais, elle n'est publiée que le samedi 7 juillet à Paris, dans Le Moniteur. Autre exemple de la lenteur avec laquelle les informations les plus importantes circulaient dans le monde, l'assassinat du président Abraham Lincoln, décédé le 15 avril 1865, n'est annoncé en France que le 27 avril par le Journal des débats qui cite « une nouvelle des plus imprévues » reçue de l'Agence Havas. Ainsi, en un demi-siècle, les agences de presse ont permis de réduire singulièrement les délais. » in Xavier BARON.*

*« Moscou, mars 1953 : Staline est frappé d'hémiplégie. Le vendredi 6 mars, le service des écoutes de l'AFP, place de la Bourse à Paris, capte un flash de Radio-Moscou annonçant la mort du leader soviétique et diffuse la nouvelle avec une douzaine de minutes d'avance sur ses concurrents, succès considérable pour une agence » in Michel Palmer*

Introduction :

Les progrès techniques, apparus avec les révolutions industrielles, ont permis une propagation et une généralisation de l'information dans les sociétés. Très rapidement, cela devient un enjeu entre les pouvoirs qui veulent en contrôler le contenu et des supports privés qui songent d'abord à en préserver la liberté. L'Agence Havas noue dès le départ des liens très forts, mais pas forcément toujours très sains, avec l'Etat, au point que Léon Blum l'appelle « la servante-maîtresse ». Au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale, en pleine recomposition du paysage audiovisuel à la suite du régime de Vichy et de la collaboration, l'AFP est créée par l'Etat pour remplacer une Agence Havas du secteur privé qui est naufragée.

Développement autour de plusieurs axes :

- Charles-Louis Havas, un homme d'affaire contrarié.  
Il est né le 5 juillet 1783 à Rouen dans une famille d'origine hongroise. Son père est inspecteur de la librairie et fait donc respecter la censure royale. Durant ses études, en plus

du latin et du grec, il apprend l'anglais et l'allemand. A 23 ans, il se lie avec un ami de son père qui travaille dans la finance : il part à Nantes et se charge du ravitaillement des Armées impériales. Cela lui permet de nouer des liens avec des hommes de pouvoir. Avec le Blocus continental mis en place en novembre 1806, il part au Portugal pour acheter du coton brésilien et l'envoyer en France. Il prend alors conscience de la nécessité de la rapidité de la circulation des informations pour être le premier sur un marché ou un mouvement de navire. C'est à Lisbonne qu'il épouse sa femme issue d'une grande famille commerçante française installée là-bas. En 1809, de retour à Paris, il travaille dans le milieu bancaire et devient, en 1811, copropriétaire de *La Gazette de France*, un des quatre seuls journaux autorisés à paraître. Avec l'effondrement du régime napoléonien, il est totalement ruiné. Il repart dans le monde des affaires durant quinze ans en vivant et en étant accablé de dettes. C'est alors qu'il se lance dans un nouveau métier, celui de traducteur d'articles de presse de journaux étrangers qui vont être publiés dans le journal des libéraux, *Le Constitutionnel*. Il se charge de la presse anglaise et allemande tandis que sa femme s'oriente vers la presse espagnole et portugaise. Mais, Charles X signe les Ordonnances de Saint-Cloud le 26 juillet 1830 qui décrètent la suppression de la liberté de presse et vont donner lieu aux Trois Glorieuses dès le lendemain. C'est en août 1832 qu'il ouvre un vrai bureau d'information au 3 rue Jean-Jacques Rousseau, dans l'hôtel de Bullion. En 1835, son bureau prend le nom d'Agence Havas dont la devise va être « Rapidement renseigné, renseigne rapidement ». C'est alors une structure familiale. L'Agence est protégée et soutenue par les gouvernements successifs, dans ses premières années.

- En quoi ces agences adoptent les progrès techniques pour diffuser l'information et de nouvelles stratégies économiques pour s'imposer ?
  - Havas choisit d'implanter son bureau stratégiquement près de la grande poste centrale du Louvre (pour récupérer rapidement la presse étrangère et le courrier), de la rue du Bouloi où se trouvent les Messageries générales (point d'arrivée de la malle-poste qui va partout en France). De plus, il est dans le quartier des journaux, de l'imprimerie et de la bourse (le Palais Brongniart a été inauguré en 1826).
  - Il constitue un premier réseau de correspondants en Europe et se borne à diffuser des informations originales aux journaux en se limitant à des faits bruts et précis que ses abonnés peuvent commenter ensuite. Les dépêches ne sont pas signées. A partir de 1840, il utilise des pigeons voyageurs pour aller plus vite que la malle-poste : « *Les informations de la presse belge du matin sont à Paris à midi et celles de Londres vers 15 heures* ».
  - Dès les années 1830, l'Agence utilise la presse lithographique [La lithographie a été mise au point par Aloys Senefelder en 1796]. Le groupe en achète huit et sort trois feuilles de grand format, autographiée sur quatre colonnes tous les jours.
  - En 1845, Havas est autorisé à utiliser le télégraphe électrique par le gouvernement : il peut alors transmettre les informations à tous les départements qui sont équipés (le réseau s'étend alors le long des voies de chemin de fer et dépend du Ministère de l'Intérieur) => l'information arrive ainsi avant les journaux de Paris. En 1854, apparaît la formule « La

**Commenté [CL1]:** Je supprimerais tous les « va » car c'est lourd à l'écrit... et puis finalement on est ds le passé !!!!  
Je te les repère en jaune

télégraphie privée Havas nous communique.. ». Ensuite, et jusqu'à la Première Guerre mondiale, Havas ne cesse d'intégrer les inventions comme le téléphone et le téléscripteur.

- Il a racheté les feuilles de correspondance concurrentes et se retrouve donc en situation de quasi-monopole en France (ce qui plaît aux gouvernements sous la Monarchie de Juillet car cela permet de mieux contrôler les informations). Il a trois grandes catégories d'abonnés : les journaux parisiens et étrangers, les banquiers et les particuliers. La *Correspondance Havas* est très chère (350 francs par mois en 1849, soit dix fois plus chère que ses concurrents) mais c'est la plus complète, la plus rapide et la mieux informée.

- En 1848, il accueille deux émigrés allemands : Bernhard Wolff et Paul Julius Reuter. Le premier crée le Wolff's Bureau en 1849 à Berlin (devenu Continental Telegraphen Compagnie en 1865) et le second, l'agence Reuter en 1851 à Londres (Reuter 's Telegram Company). Les télégraphes français, anglais et allemands font alors leur jonction (pose d'un câble sous-marin entre Calais et Douvres qui fonctionne à partir de novembre 1851) => mise en place d'une « grande alliance » pour un « partage du monde », dans le domaine de l'information, à partir de 1859 : c'est une forme de cartel pour écarter toute nouvelle concurrence. 26 agences vont progressivement en faire partie et couvrir toute l'Europe. En 1875, l'Associated Press de New York entre dans l'alliance (pose d'un câble sous-marin entre Terre-Neuve et l'Irlande en 1866 et entre le Brésil et l'Angleterre en 1874)

- A partir de la guerre de Crimée (1854-56), l'Agence Havas est présente sur les terrains de guerre et utilise la télégraphie pour annoncer au plus vite les faits mais aussi relayer les messages des Etats étrangers. Elle envoie un correspondant pour écrire sur la défaite de Sedan (publication du 6 septembre 1870). Léon Pognon devient son premier correspondant de guerre à la fin des années 1870 (il est présent en Roumanie quand éclate la guerre dans les Balkans (1877-1878).

- En 1857, Auguste Havas s'associe avec la Société générale des Annonces qui a le monopole de la publicité dans six journaux. Havas et ses associés procuraient aux journaux des recettes qui permettaient à ceux-ci, en retour, d'acquitter l'abonnement dû pour l'information ; en tant qu'intermédiaires ils prélevaient, en outre, une commission => l'information était liée à la publicité. Se posent alors des problèmes d'éthique pour l'information.

- L'Agence Havas devient une société anonyme en 1879, avec un capital de 8.500.000 francs. Cette société gère les dépêches, correspondances et traductions mais aussi l'exploitation de toutes les insertions dans les journaux de province et de l'étranger (seule la publicité dans les journaux de Paris lui échappe) => Forte emprise sur la presse.

- Après 1918, il y a une prise de conscience de la concurrence de la radio qui fait que nul n'est propriétaire de l'information et qu'elle est diffusée plus rapidement. Havas obtient des concessions pour l'installation de postes-récepteurs en Amérique du Sud et assure, à ses frais, la propagation des nouvelles en passant des accords avec les compagnies radioélectriques et les postes (diffusion à partir de Bordeaux, Saint-Pierre-des-Corps et Lyon-La-Doua ; en 1929, Havas paie la construction de postes émetteurs à Pontoise afin de transmettre en ondes courtes des informations jusqu'en Extrême-Orient et en Océanie. En

effet, en 1927, l'Associated Press a demandé et obtenu la liberté de distribution en Asie, Amérique centrale et Océanie.

- Des liens étroit avec l'Etat, les Etats

- Dès 1835, l'Agence réalise une revue de presse journalière pour les journaux mais aussi pour les hommes de la finance : elle est livrée tous les matins au Président du Conseil (*Bulletin universel*). En 1838, le gouvernement charge l'Agence de la correspondance ministérielle pour les préfets, sous-préfets et procureurs.

- Durant la Belle Epoque, les Russes souhaitent financer leur développement et cherchent à attirer l'argent des épargnants. Chaque collecte est précédée d'une période de publicité => le gouvernement russe met en place un système de financement des journaux français, par l'intermédiaire d'Havas, pour acheter la complaisance des journaux français. C'est Arthur Raffalovitch, conseiller du ministre russe des finances qui s'en charge (*Le Figaro, Le Matin, Le Gaulois, Le Radical, Le Journal des débats, Le Temps...* sont concernés). Durant les six premiers mois de l'année 1904, les journaux reçoivent 600.000 francs de la part de la Russie.

- A l'approche de la Grande Guerre, et encore plus après celle-ci, le système d'alliance des agences de presse vole en éclat pour deux raisons : tout d'abord, avec les hostilités à venir, elles ont de plus en plus tendance à défendre leur propre pays au détriment des autres ce qui altère la transmission d'informations. D'autre part des concurrents émergent en particulier aux Etats-Unis (United Press Association en 1907 et International News Service en 1909) et la montée des régimes totalitaires fait voler en éclat ce partage du monde (Agence Tass créée en 1925)

- Au moment de la Grande Guerre, la censure qui était installée d'abord rue de Grenelle au Ministère de l'Instruction publique est déplacée à la Bourse, dans le quartier des journaux et de Havas pour éviter de trop longs trajets dans Paris. Havas suit la volonté du gouvernement en ne diffusant que les communiqués officiels et en interrompant celle des communiqués ennemis. Depuis 1909, existent des dépêches « Tractatus » : ce sont les gouvernements belligérants qui veulent faire connaître leur politique aux journaux étrangers qui les paient « Havas expédie en 1915 pour 160.000 francs de « Tractatus », remboursés par le gouvernement français, pour 550.000 francs en 1916 et pour 600.000 francs en 1917 ».

- En 1924, le ministère des Affaires étrangères verse de l'argent à l'Agence Havas pour qu'elle maintienne ses bureaux aux Etats-Unis et desserve l'Amérique latine. Puis, en 1931, il lui octroie un crédit de 800.000 francs pour qu'elle maintienne ses bureaux à l'étranger et lutte, en particulier, contre la propagande anti-française, en Asie. Ce même ministère met à sa disposition un fonctionnaire pour faciliter son implantation au Canada et au Mexique après la crise mondiale de 1929. Avec la baisse des recettes publicitaires liée à cette crise, c'est encore ce même Ministère qui prend à sa charge pour dix ans le déficit de sa branche information à partir de 1938.

- Dans les années 1930, l'Agence Havas est critiquée par tout l'échiquier politique de fait de sa toute-puissance dans la publicité et ses subsides publiques. La presse de gauche « la présente comme l'instrument des trusts, au service des intérêts du grand capital ». Léon

Blum, dans *Le Populaire*, s'en prend à « l'oligarchie financière » qui contrôle la presse et le gouvernement de Front populaire pense interdire aux agences d'information de vendre de la publicité. Le gouvernement doit abandonner son projet face aux difficultés de ce démembrement.

- Sous le régime de Vichy, l'Agence Havas ne garde que la publicité (en société d'économie mixte où l'Etat français et un groupe commercial allemand ont la majorité des parts) tandis que P. Laval crée un « Office français d'Information » (OFI) en 1940. Cet OFI a alors un monopole sur les commandes d'Etat en publicité, en compensation de sa perte totale de liberté. En réponse, naît à Londres une Agence française indépendante (AFI). Le service d'information rejoint Alger en 1944 et prend le nom d'Agence France Presse (AFP). Elle s'installe à Paris en août 1944 (première dépêche le 20 août) et l'ordonnance du 30 septembre 1944 en fait un établissement public qui doit fournir à l'Etat des informations. Il y a des liens étroits avec l'Etat car le directeur-général est nommé par le gouvernement par décret et le montant des services vendus fixé par une loi de finances. L'AFP devient une société privée par la loi du 10 janvier 1957. Le directeur général est nommé par le conseil d'administration auquel participent les directeurs des grands quotidiens.

#### Conclusion :

L'agence Havas utilise sans cesse les nouveaux moyens techniques pour accélérer la diffusion de l'information et participer à un « partage du monde » afin de pouvoir s'imposer comme un grand groupe du secteur. Elle comprend aussi très rapidement l'intérêt qu'il y a à se lier aux Etats ou aux personnes qui ont un pouvoir économique. En cela, cette agence de presse lance un modèle d'entreprise dans le secteur qui existe encore en grande partie même si les supports de diffusion de l'information ont évolué.

#### Bibliographie/ sitographie :

##### Source :

BALZAC (Honoré de), article de La revue parisienne publié en 1840 et repris sur [http://el.coyotito.free.fr/ARCHIVES/PROPAGANDE/Chronique\\_presse.pdf](http://el.coyotito.free.fr/ARCHIVES/PROPAGANDE/Chronique_presse.pdf)

##### Travaux :

BARON (Xavier), *Le monde en direct. De Charles-Louis Havas à l'AFP, deux siècles d'histoire*, Paris, La Découverte, 2014.

BROT (Isabelle), « Les archives de l'agence Havas », *Galerie des Archives*, 1967, p11-24  
[https://www.persee.fr/doc/gazar\\_0016-5522\\_1967\\_num\\_56\\_1\\_1946](https://www.persee.fr/doc/gazar_0016-5522_1967_num_56_1_1946)

JEANTEUR (Claire), « Havas et ses petits secrets », *L'Histoire*, n°112, mai 1988 [Surtout sur l'après 1940 et les Trente Glorieuses]

PALMER (Michael), « Et Monsieur Havas inventa l'agence de presse », *L'Histoire*, n°84, décembre 1985.

PALMER (Michael), *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne, 1863-1914*, Paris, Aubier, Collection historique, 1983.

Christophe Barat, Lycée Jean Moulin, Saint Amand Montrond

