



PAR TRISTAN GASTON-BRETON

Adolph Simon Ochs

Depuis 1886, ses descendants dirigent le New York Times. Fondateur de l'une des dynasties de presse les plus réputées de la planète, Adolph Simon Ochs est aussi l'un des créateurs de la « grande » presse moderne.

Depuis quatre générations, la famille Ochs-Sulzberger règne sur le New-York Times, un groupe de 2,5 milliards de dollars de chiffre d'affaires et qui, outre le prestigieux New-York Times, comprend 15 journaux - dont l'International Herald Tribune et le Boston Globe - et 50 sites internet. Crises, guerres, conflits familiaux, scandales... Depuis 1896, les Ochs-Sulzberger ont tout surmonté, même cette très embarrassante affaire survenue en 2003 et qui impliqua un des reporters du journal, Jayson Blair, accusé d'avoir créé de toutes pièces des dizaines de reportages. Un comble pour un titre réputé pour son sérieux ! « J'ai le cœur brisé », avoua à cette occasion Arthur Ochs-Sulzberger Jr, le principal actionnaire de la New-York Times

Company - et directeur du titre depuis 1992 - contraint de se séparer de son rédacteur en chef. Un temps ébranlé, le pouvoir de la famille s'est depuis renforcé, notamment avec l'entrée au conseil d'administration de Lynn G. Dolnick, une descendante directe d'Adolph Simon Ochs.

Les Ochs-Sulzberger, c'est l'alliance de deux familles : les Ochs et les Sulzberger. Une alliance voulue par Adolph et dont la pièce essentielle fut sa fille unique, Iphigénie, disparue en 1990 à l'âge de 97. En choisissant pour successeur le mari de cette dernière, Arthur Hays Sulzberger, de préférence à l'un de ses neveux, Adolph Simon Ochs contribua à ancrer le pouvoir de la famille sur le New-York Times, permettant



ainsi l'épanouissement de ce qui est encore aujourd'hui l'une des principales dynasties de presse de la planète.

Crieur de journaux à 11 ans, apprenti-imprimeur à 14 ans, fondateur de son propre titre à 20 ans, propriétaire du New-York Times à 38 ans... Adolph Simon Ochs baigna toute sa vie dans l'univers de la presse, y apportant une rigueur et un souci de la qualité qui devaient marquer durablement la profession. Rien pourtant ne destinait ce fils de rabbin à devenir l'une des grandes figures de la presse américaine. Né en 1858 à Cincinnati, dans l'Ohio, originaire d'une famille juive de Bavière installée aux Etats-Unis depuis une dizaine d'années, Adolph Simon Ochs est contraint de travailler très tôt. Après avoir été successivement directeur d'école, vendeur de montres et employé de commerce, son père Julius a ouvert une petite épicerie tout en faisant office de rabbin pour la communauté juive de la ville. La faillite de son affaire, en 1864, le contraint à déménager à Knoxville, dans le Tennessee. Après avoir servi quelque temps dans un régiment de l'armée fédérale - on est en pleine guerre de Sécession -, il se lance à nouveau dans le commerce d'épicerie. Las ! En

1867, il fait faillite pour la deuxième fois. Ruiné, Julius n'a d'autre choix que de mettre ses enfants au travail.

Adolph Simon a alors 11 ans. Embauché comme crieur et livreur de journaux à 1,50 dollar par semaine par le Knoxville Chronicle, il se lève tous les matins à 4 heures, travaille de 5 à 7 avant de prendre, épuisé, le chemin de l'école. Il mènera cette vie pendant trois ans, faisant peu à peu son chemin au journal, quittant la rue pour les bureaux puis les bureaux pour l'imprimerie. Apprenti imprimeur à 14 ans, il apprend « sur le tas » les bases du métier, et notamment l'importance de la qualité d'impression. « Si un journal est mal imprimé, l'information, même la plus sensationnelle, est perdue » ne cessera-t-il de marteler une fois devenu le patron du New-York Times. Au journal, on apprécie ce jeune garçon débordant d'énergie et qui, manifestement, a le métier dans le sang. Mais lui a d'autres ambitions : au sortir de l'adolescence, il veut suivre la voie royale : devenir journaliste ! Il s'y essaie en 1875 en se faisant embaucher comme reporter au Courier-Journal de Louisville. L'expérience n'est guère couronnée de succès et, dès l'année suivante, Adolph est de



retour à Knoxville. Le futur « patron de presse » ne sera jamais très à l'aise avec la plume...

A Knoxville, deux hommes ont entendu parler du jeune Ochs : le « colonel » MacGowan et Franc Paul, fondateurs du Knoxville Tribune, le journal concurrent du Chronicle. Ces deux alcooliques patentés veulent lancer un journal dans la ville voisine de Chattanooga. Adolphe est embarqué dans l'aventure, avec le titre de directeur de la publicité. En fait, il s'occupe de tout, à l'exception des finances. Hélas pour lui ! Six mois plus tard en effet, le titre doit fermer ses portes, écrasé par une montagne de dettes. Cette expérience manquée va servir de détonateur pour Adolph Simon Ochs. Dans cette ville en pleine croissance qu'est alors Chattanooga, il manque en effet un journal de référence. Ce journal, Ochs veut le créer. Il mettra six mois pour trouver l'argent. Les quelques milliers de dollars réunis lui permettent de racheter, en 1878, un journal moribond : le Chattanooga Daily Times. A 20 ans, Ochs est devenu patron de presse.

Le Chattanooga Daily Times va faire sa première fortune avant de manquer de l'entraîner dans

la ruine. Apolitique, totalement dédié aux intérêts de la cité, géré avec rigueur et faisant une large place à la publicité, le journal voit en effet son tirage et ses ventes augmenter très vite. La vie d'Adolph prend dès lors un tour nouveau. Désormais à la tête d'une petite fortune, cet amateur de femmes - il le restera toute sa vie - se marie en 1883 et emménage dans une belle maison du centre ville. Enhardi par ses succès, il se lance alors dans les spéculations immobilières, faisant édifier un immeuble de cinq étages pour son journal, acquérant des terrains en ville et multipliant les projets de lotissement.. La crise économique de 1893 aura raison de sa carrière de promoteur. Au début des années 1890, Adolph a perdu 500 000 dollars. Surendetté, il doit, pour échapper à la banqueroute personnelle, hypothéquer l'immeuble qui abrite le Chattanooga Time. Du revers de fortune...

Comment sortir de ce mauvais pas ? En acquérant un nouveau journal ! L'idée d'Ochs est simple : l'achat d'un titre lui permettra de générer des revenus grâce auxquels il pourra racheter son hypothèque. Reste à trouver un journal. Dès le départ, Adolph a jeté son dévolu sur New-York, la grande mé-

tropole de la côte Est. La ville abrite déjà un grand nombre de journaux, à l'image du New-York Journal, du World, de l'Herald ou du Sun. Tous se livrent une concurrence féroce qui les poussent à surenchérir sur le sensationnel. Incendies, meurtres, accidents, explosions...Même les titres de qualité n'hésitent pas à faire leur « une » sur les faits divers les plus sordides. Bon observateur de la profession, Ochs s'est rapidement fait une religion : dans cette ville bigarrée devenue le grand centre économique des Etats-Unis, il manque un journal sérieux proposant une information objective et de qualité. Cette intuition va faire le succès du New-York Times.

C'est au cours de ses recherches et après plusieurs contacts infructueux qu'Adolph apprend que ce dernier est à vendre. Fondé en 1851, très proche des Républicains, le journal avait acquis une réputation flatteuse grâce à ses reportages sur la guerre de Sécession. A la mort de son cofondateur, en 1891, il avait connu un déclin rapide. Au milieu des années 1890, le titre perd environ 1000 dollars par jour et est sur le point de fermer ses portes. Hypothéquant tout ce qui lui reste - y compris

le Chattanooga Times -, empruntant à partout où il le peut - notamment à des proches du parti Démocrate - Adolph Simon Ochs le rachète en 1896 pour 75 000 dollars.

D'un journal en perdition et dont le tirage a dégringolé à moins de 20 000 exemplaires, Adolph Simon Ochs va faire en quelques années le quotidien de référence des Etats-Unis tirant à 230 000 exemplaires en 1914 et à plus de 350 000 exemplaires au début des années 1920. Les recettes de ce succès ? D'abord une approche rigoureuse et impartiale de l'information. Le New-York Times ne publiera que des nouvelles dûment vérifiées et avec le souci constant de l'objectivité. Une approche résumée dans le célèbre slogan du journal « Toutes les nouvelles dignes d'être publiées », créé par Ochs lui-même en 1896. En second lieu, le refus systématique du sensationnel, de l'anecdotique ou de l'« accessoire », à l'image des bandes dessinées, bannies du journal. En troisième lieu, l'ouverture des colonnes à de nouveaux sujets, jusque-là délaissés par la concurrence. Le New-York Times est ainsi le premier journal américain à s'intéresser au monde des affaires et à publier chaque jour



les cours de bourse. Il est également le premier à sortir - le samedi - un supplément consacré aux livres et aux arts puis, le dimanche, un magazine illustré. D'autres suppléments suivront dans les années 1920, consacrés aux sciences, aux loisirs et à la maison, accentuant le positionnement élitiste du titre. Enfin, Adolph Simon Ochs accorde une attention toute particulière à la publicité qui, si elle concourt aux recettes du journal, fait l'objet d'une sélection impitoyable. En 1901, il établit ainsi une liste des « publicités interdites ». Elle comprend pêle-mêle les réclames pour les concours de mots croisés, les livres immoraux, les pilules contraceptives, les voyants, astrologues et autres diseurs de bonne aventure, les médecines miracles, les offres de gros salaires et les promesses de dividendes garantis. Dans les colonnes du journal, toutes références à la santé des individus est en outre interdite. Autant de choix qui font la réputation de sérieux du titre et qui contribuent à lui attirer de nouveaux lecteurs. Vendu 1 cent à partir de 1897 - ce qui entraîne un triplement de ses ventes -, le New-York Times se distingue également très tôt par la qualité de ses reportages : le jubilé de la Reine Victoria en 1897, la cou-

verture de la guerre russo-japonaise en 1904, les reportages sur l'exploration du pôle Nord par Robert E Peary en 1909 deviennent ainsi des modèles du genre pour toute la profession. Dès le début du siècle, le New-York Times est devenu une véritable institution. Lorsqu'en 1904 il déménage dans une tour située Long Acre Square - la fameuse « Times Tower » -, la Ville de New-York rebaptise l'endroit Times Square. Un signe qui ne trompe pas.

Ce parti-pris en faveur de la qualité jouera parfois des tours au journal. Son souci d'indépendance lui vaudra notamment de solides inimitiés dans le monde politique mais aussi des arts et des lettres. Plus tard, en 1918, lorsque le journal publiera les offres de paix de l'Autriche, certains mettront violemment en cause son patriotisme. Des critiques qui n'atteignent guère Adolph Simon Ochs. Unanimement respecté, menant une vie discrète entre son appartement de New-York et sa propriété d'Hillandale - sa seule folie - où il se rend quand son emploi du temps le lui permet et où il reçoit beaucoup - notamment Franklin Roosevelt et le vieux Buffalo Bill Cody -, ce dernier reste fidèle envers et contre tout aux



principes qu'il a établis en 1896, soutenant jusqu'au bout les journalistes et leur rédacteur en chef, Carr Van Anda.

Une stratégie payante. Au début des années 1920, le New-York Times est en effet devenu un petit empire, constitué, outre du quotidien lui-même, de ses suppléments et des éditions européennes, du Philadelphia Times, du Chattanooga Times et du Nashville American. Pour Adolphe Simon Ochs, l'heure est désormais venue de s'attaquer à une question délicate : celle de sa succession. Depuis des années, deux prétendants sont en lice : son neveu Julius et son gendre Arthur Hays Sulzberger qui a épousé sa fille unique Iphigénie en 1917. Pendant des années, Ochs - qui a horreur des conflits et que cette querelle plonge parfois dans de longues périodes de dépression - évite de trancher, laissant les deux hommes se livrer à une épuisante guerre d'usure. A la veille de sa mort, en 1935, il laisse finalement à Iphigénie, sa principale héritière, le soin de désigner son successeur, intronisant ainsi de facto Arthur Hays Sulzberger. Pour seule condition, Iphigénie imposera à son mari d'accoler son nom de jeune fille à son propre patronyme. Arthur Hays dirigera le

journal jusqu'en 1961, avant de transmettre le flambeau à son fils Arthur Ochs-Sulzberger, puis, à partir de 1992, à son petit-fils Arthur Ochs-Sulzberger Jr.

Tristan GASTON-BRETON,

Historien d'entreprises

tgastonbreton@elzear.com