



Prospectus
Le Siècle, 23 juin 1836, p. 1

PROSPECTUS.

En publiant aujourd'hui un journal *quotidien, complet, dans le format des plus grands journaux*, A QUARANTE ET QUARANTE-HUIT FRANCS PAR AN, nous croyons entreprendre une œuvre dont l'opportunité et l'utilité ne peuvent être contestées par personne.

En toutes choses, le *bon marché* est devenu la condition indispensable du succès dans toutes les entreprises, et l'état actuel de notre industrie proclame assez haut cette vérité.

La presse, seule, avait cru pouvoir se soustraire à cette règle générale, et, seule, elle avait maintenu son prix à un taux inaccessible à cette immense quantité de fortunes médiocres qui forment aujourd'hui les principaux élémens de la richesse nationale.

Pourtant, des circonstances graves et décisives semblaient inviter la presse à une réduction de prix, qui eût été une amélioration véritable, et que le pays n'aurait pas manqué d'accueillir et d'encourager.

La révolution de 1830, en élargissant le cercle électoral; en appelant un beaucoup plus grand nombre de citoyens à la vie politique, avait créé une classe nouvelle d'abonnés pour lesquels il fallait une presse nouvelle.

De plus, une source de revenus, inconnus autrefois, ouverte aux journaux, et qui prend chaque jour des accroissemens considérables, leur permettait de réaliser des réductions qui, sans cela, auraient été impossibles.

Ⓒ Nous voulons parler des annonces industrielles et commerciales, empruntées à l'Angleterre, et qui tendent à remplacer parmi nous des modes usés de propagation et de publicité.

Il est donc évident que le produit des annonces et le nombre des abonnés doivent être en proportion directe, et que plus un journal aura d'abonnés, plus il aura d'annonces.

Or, notre calcul est bien simple, et le voici : Pour arriver au plus grand nombre possible d'abonnés, nous avons pris la seule voie qu'on puisse suivre aujourd'hui, c'est-à-dire le *bon marché*. Il n'est pas douteux qu'un journal comme celui que nous annonçons, rédigé, dans le sens des véritables intérêts nationaux, avec autant de variété qu'aucun autre, ne doive promptement se propager dans ces classes nombreuses pour lesquelles la presse à *quatre-vingts francs* semble n'avoir pas été faite; nous trouvons, à l'instant même, les moyens d'exécuter nos projets dans le revenu des annonces, qui s'augmente toujours en raison directe du nombre des abonnés.

Et comme nos bénéfices sur les abonnemens, pour être restreints, n'en sont pas moins réels, il suit de là qu'un certain nombre une

fois atteint, les bénéfices de l'entreprise deviendraient considérables, par le fait seul des annonces.

Nous devons ces explications loyales au public pour écarter toute idée de charlatanisme d'une publication qui n'a été faite qu'après de mûres réflexions et des calculs sévères; d'ailleurs, les noms des hommes honorables qui ont uni leurs efforts pour la fondation du *Siècle* suffiraient seuls pour prouver que l'entreprise est une de celles dont peuvent se glorifier des gens de bien et des amis de leur pays.

La rédaction en chef du *Siècle* est confiée à M. H. Guillemot, ancien rédacteur en chef du *Journal du Commerce* et du *Messenger*.

Le *Siècle* publie un feuilleton quotidien, dont la direction est remise à M. Louis Desnoyers.

A. DUTACQ,
Gérant du *Siècle*.