

La situation des médias continue de se péjorer

AIDE À LA PRESSE Un an après le refus par le peuple du paquet d'aide, la presse continue à souffrir. A Berne, des parlementaires ont relancé le débat.

PAR BAYRON.SCHWYN@ESHMEDIAS.CH



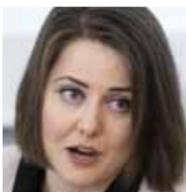
INFOGRAPHIE: JEAN-MARIE GALLAY

La presse romande va mal. Ce n'est pas nouveau. Mais les nuages continuent de s'amonceler sur le ciel médiatique. Une nouvelle fusion (entre «L'Illustré» et «TV8», édités par Ringier Axel Springer) a encore été annoncée ce début d'année, avec des licenciements à la clé. Le «ballon d'oxygène» attendu il y a une année n'est jamais arrivé. Le 13 février 2022, le peuple – surtout les Alémaniques – refusait par 54,6% des voix le train de mesures en faveur des médias, qui prévoyait une aide temporaire de 100 millions de francs par an sur sept ans pour les journaux et médias en ligne.

1. Une situation qui se dégrade d'année en année

«La situation s'est même encore dégradée depuis une année. Et la presse est plus touchée en Suisse romande que du côté alémanique», s'inquiète Daniel Hammer, secrétaire général de Médias Suisses, l'association (présidée par le directeur général d'ESH Médias, Stéphane Estival) qui défend les intérêts des éditeurs de presse écrite en Suisse romande. Aspirées par les géants du Web, les recettes issues de la publicité poursuivent en effet leur vertigineuse chute. En dix ans, deux tiers du chiffre d'affaires provenant de la pu-

blicité pour la presse écrite suisse ont disparu: ce dernier est passé d'environ 1750 millions de francs en 2007 à moins de 500 millions en 2020. Et les revenus issus des abonnés ou du numérique ne parviennent toujours pas à compenser les pertes subies. «Les Gamam (Google, Apple, Meta, Amazon et Microsoft) prennent une part toujours plus importante dans la publicité, avec notamment Google et Facebook qui font désormais de la publicité très locale. Ils le font en utilisant le contenu rédactionnel des éditeurs et des journalistes, sans rien payer», dénonce Daniel Hammer.



3 QUESTIONS À...

ANNA JOBIN

PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION FÉDÉRALE DES MÉDIAS (COFEM)

«Le soutien n'est aujourd'hui pas pérenne»

Pourquoi proposer un nouveau modèle d'aide?
Le soutien au journalisme en Suisse n'est aujourd'hui pas pérenne. L'aide est distribuée en fonction du type de médias (radio, TV, presse), alors qu'on sait que la population s'informe aujourd'hui majoritairement en ligne. Un secteur où il n'existe aucun soutien. C'est pour cela que la commission propose un modèle qui offre la possibilité aux médias d'investir là où ils croient pouvoir trouver leur public.

Les médias ne peuvent donc pas se passer d'aide publique, selon vous?

Pour les journaux régionaux et locaux qui s'adressent au grand public, la pression va encore augmenter. On sait qu'à terme, avec le numérique, il sera de plus en plus difficile de financer la qualité journalistique avec un bassin d'annonceurs et lecteurs res-

treint. Une aide publique est alors nécessaire et justifiée.

A quoi bon vouloir soutenir le journalisme alors que le public semble moins demandeur?

D'après plusieurs recherches, la demande d'information journalistique n'a pas diminué. Ce qui a changé, c'est le prix que les gens sont prêts à payer pour du contenu en ligne. A partir du moment où le journalisme est en ligne, il entre en concurrence avec les autres contenus en ligne, qui sont souvent gratuits. On a tous intérêt à avoir un journalisme fort, peu importe où on se situe. Des études montrent que, lorsque c'est le cas, une plus grande participation aux votations et aux élections est observée. On sait aussi que, rien que par son existence, le journalisme renforce la démocratie, par le contrôle qu'il exerce sur les autorités.

2. Des coûts supplémentaires inattendus

A ces éléments s'ajoutent les répercussions de la guerre en Ukraine. Les tarifs de l'électricité et du papier ont explosé, et les journaux ont ainsi souvent perdu en pagination. Par ailleurs, une hausse des tarifs postaux et une baisse inattendue de l'aide indirecte à la distribution provoquent une augmentation des coûts de 4,8 centimes pour chaque journal distribué. Et la Poste va encore légèrement augmenter ses prix jusqu'en 2025. Hormis un montant fixe de 30 millions de francs de rabais postaux distribués à quelque 150 éditeurs chaque année, la presse écrite ne reçoit aucune aide publique. La redevance radio/TV perçue par Serafe, d'environ 1,37 milliard de francs par année, est distribuée à la SSR (SRF, RTS, RSI, RTR) et, dans une moindre mesure, aux radios et télévisions privées régionales. «C'est un signal fort: nous avons besoin d'une information régionale accessible à tous, y compris aux 10% de la population qui n'est pas informatisée», estime celle qui préside également le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB). «Il s'agit d'une aide destinée aux petits éditeurs, qui connaissent un tirage maximal de 40 000 exemplaires par édition», précise-t-elle. Son intervention parlementaire doit désormais être discutée par la commission sœur des Etats dans les mois prochains, en même temps que celles des sénateurs Charles Juillard (Le Centre/JU), qui va

3. Des aides publiques relancées

Conscients des difficultés du milieu et de l'urgence à agir, des parlementaires romands ont relancé les débats quelques semaines seulement après le refus populaire d'il y a un an.

L'AVIS DE...

STÉPHANE ESTIVAL
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ESH MÉDIAS



Il faut agir, et vite!

Soyons clairs, la situation de la presse locale s'est dégradée ces douze derniers mois. Si les lectrices et les lecteurs lui manifestent toujours attachement et fidélité, les difficultés économiques se sont amoncelées: le prix du papier a doublé, la hausse du coût de l'énergie a touché notre secteur comme l'ensemble de l'économie suisse et le coût de la distribution postale de vos journaux a augmenté de plus de 25% en 2023, sous le double effet d'une hausse des tarifs et d'une baisse de l'aide à l'exemplaire versée par la Confédération. Et ce alors que la majorité des radios et télévisions privées subventionnées s'apprentent à voir leur quote-part de redevance s'accroître.

La Commission fédérale des médias (COFEM), consciente des enjeux des aides aux médias et des déséquilibres existants entre les soutiens apportés aux différentes catégories de médias, a proposé une réflexion de fond. Les pistes avancées sont intéressantes (même s'il faudra attendre d'en savoir davantage sur les mécanismes et les sommes envisagées), mais la mise en application d'un dispositif totalement nouveau qui toucherait l'ensemble des médias ne se fera pas avant dix à quinze ans. Combien de journaux auront disparu dans cet intervalle?

Heureusement, des initiatives politiques portées dans un premier temps par nos parlementaires romands – Christine Bulliard-Marbach (Le Centre/FR) au Conseil national et Charles Juillard (Le Centre/JU) au Conseil des Etats – puis reprises par une partie de la classe politique reposent la question d'une augmentation des aides à la presse, avec désormais des mécanismes simples, essentiellement une augmentation de la distribution postale et une aide à la distribution matinale.

Si ces discussions aboutissent et que le Parlement se prononce prochainement en faveur d'un soutien à la distribution de la presse, des journaux en difficulté pourront être sauvés, des emplois maintenus et l'information locale préservée. Les prochains mois seront donc décisifs, cela d'autant plus que toute autre solution à court terme est malheureusement illusoire. Pour l'audiovisuel public, après «No Billag», une initiative populaire intitulée «200 francs, ça suffit» visant la SSR a été relancée. Les débats seront vifs et poseront la question du rôle et des moyens de notre service public audiovisuel. Un service public fort en capacité de proposer une offre de programmes qualitative est nécessaire, mais son évolution ne peut se faire au détriment des autres médias, notamment de la presse locale comme le stipule d'ailleurs la Constitution fédérale dans son article 93. Souvenons-nous que la qualité de la démocratie et de la vie politique suisses est intrinsèquement liée à la diversité et la proximité de nos médias. Agissons vite pour garder un paysage médiatique fort au service de notre démocratie directe!

Même s'ils ont choisi de reprendre les points qu'ils jugeaient incontestés, ils ne cachent pas que leurs chances de succès sont limitées.

Le National rejetait encore de justesse en juin dernier une initiative parlementaire qui voulait reprendre les points non contestés du projet rejeté dans les urnes. Mais, la semaine passée, l'intervention parlementaire de Christine Bulliard-Marbach (Le Centre/FR) a, elle, été approuvée, par 15 voix contre 9, par la commission compétente du National.

La conseillère nationale demande une augmentation provisoire de l'aide à la distribution postale de 15 millions de francs par année pendant sept ans ainsi qu'une aide supplémentaire pour financer la distribution matinale par porteurs en semaine de 30 millions de francs par an (un élément qui n'existe pas aujourd'hui).

«C'est un signal fort: nous avons besoin d'une information régionale accessible à tous, y compris aux 10% de la population qui n'est pas informatisée», estime celle qui préside également le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB). «Il s'agit d'une aide destinée aux petits éditeurs, qui connaissent un tirage maximal de 40 000 exemplaires par édition», précise-t-elle.

Son intervention parlementaire doit désormais être discutée par la commission sœur des Etats dans les mois prochains, en même temps que celles des sénateurs Charles Juillard (Le Centre/JU), qui va

dans le même sens, et d'Isabelle Chassot (Le Centre/FR), qui concerne le domaine de la formation dans les médias électroniques.

Une initiative parlementaire de Philippe Bauer (PLR/NE) en faveur d'une meilleure distribution de la redevance pour les radios locales et télévisions régionales privées doit également être discutée.

4. D'autres solutions sont envisagées

Les éditeurs espèrent qu'une révision du droit d'auteur permette rapidement une percée dans le dossier dit du droit voisin. Avec celui-ci, les géants du Web devraient obtenir une licence d'utilisation payante pour utiliser des contenus rédactionnels.

Le montant serait partagé entre les éditeurs et les journalistes. Daniel Hammer pointe aussi l'offre gratuite de la SSR (et donc de la RTS). Selon lui, la RTS produit des contenus en ligne qui ne respectent pas la concession et qui créent une offre de substitution, concurrençant la presse payante. «Je ne parle pas d'affaiblir le service public, mais d'ouvrir la discussion sur ces éléments. Mes collègues en Suisse alémanique ont d'ailleurs déjà commencé à le faire.»

D'autres solutions pourraient enfin venir des cantons. Pour l'heure, seul Vaud a sauté le pas, en soutenant notamment la formation. Enfin, la création d'une fondation de soutien pour les médias romands est dans l'air, mais aucun projet concret ne devrait se concrétiser rapidement.