



Dossier de presse

Rapport "Garantir la diversité de la presse": Informations relatives aux analyses des programmes

E. Kradolfer / U. Custer / M. Künzler: Evolution économique des médias en Suisse 2000-2010 – Structures et perspectives

Questions de recherche

Comment le marché des médias s'est-il développé en Suisse depuis 2000? Quelles dépenses les ménages privés ont-ils consenties dans les technologies de l'information et de la communication au fil du temps? Comment l'utilisation des médias a-t-elle évolué? Comment l'offre s'est-elle modifiée au cours de la dernière décennie?

Base

Analyses secondaires de statistiques et de données, officielles et privées, sur les médias.

Les résultats en bref

Le secteur de la presse connaît d'importantes difficultés économiques. Entre 2001 et 2009, les recettes publicitaires ont chuté d'un tiers; en 2009, elles ne se montaient plus qu'à 1,9 milliard de francs. Entre 2000 et 2008, les dépenses des ménages dans le domaine de la presse se sont contractées d'un cinquième pour se reporter sur les appareils électroniques, notamment les ordinateurs et les téléviseurs. En 2001, on dénombrait dix grands groupes de presse, contre sept en 2009; leur chiffre d'affaires global a passé de 6,9 milliards (en 2001) à 5,9 milliards de francs (en 2009). Les éditions en ligne des principaux quotidiens alémaniques ont désormais un impact plus grand que les éditions sur papier. Globalement, en Suisse, la presse est prise dans une spirale négative. Le lectorat diminue, de même que les recettes publicitaires. Il est impossible d'en prévoir la fin. Dans ce contexte, il convient de s'interroger sur la durabilité du financement d'une information de qualité, primordiale pour la formation de l'opinion.

IPMZ – B. Rimscha / G. Siegert / L. Russi: La branche suisse des médias en 2015 – Scénarios d'avenir pour les médias

Questions de recherche

Quelle sera l'évolution, ces prochaines années, de la demande du public et de la demande du secteur publicitaire, qui représentent les principales ressources des entreprises de médias? Quel rôle l'internet et la convergence sont-ils appelés à jouer? Comment la presse, la radio, la télévision et les médias en ligne vont-ils asseoir leur position économique en 2015 et remplir leur fonction sociale?

Base

Prévisions statistiques au moyen de données secondaires, scénarios élaborés dans le cadre d'ateliers d'experts.

Les résultats en bref

Les modèles montrent que les recettes publicitaires sont reparties à la hausse après la crise des années 2008 et 2009, excepté dans le secteur de la presse où les recettes diminuent quoique de manière moins accentuée. La disparition de titres de la presse payante va se poursuivre. La situation devrait par contre rester stable dans le domaine de la radio et de la télévision. Le nombre d'utilisateurs

de l'internet continuera d'augmenter, bien qu'il faille s'attendre ici aussi à un effet de saturation au cours des prochaines années. Vu les prévisions, on peut d'ores et déjà se demander si les recettes publicitaires et les ventes permettront encore de financer une presse écrite de qualité. Les scénarios les plus pessimistes pour l'avenir de la presse pourraient se réaliser. A l'inverse, dans le domaine de la radio et de la télévision, les recettes publicitaires devraient augmenter ces prochaines années, le potentiel de ces médias n'étant pas encore complètement épuisé.

A l'exception des représentants des radiodiffuseurs, aucun expert participant aux ateliers n'estime que la réglementation constitue un élément essentiel pour assurer l'avenir de la branche dans les cinq prochaines années. Pour certains, la SSR est à même de garantir les prestations démocratiques des médias. La concentration des médias n'a été un sujet de préoccupation dans aucun des quatre ateliers. De même, aucun participant n'a déclaré que la survie de son entreprise dépendait du subventionnement de la distribution postale. Le mode de distribution des journaux imprimés est considéré plutôt comme un modèle dépassé.

FöG – E. Kamber / K. Imhof:

Concentration des médias et diversité des opinions. Diversité des informations et des opinions transmises par la presse, avec des entreprises dominantes actives dans plusieurs types de médias.

Question de recherche

L'orientation du système des médias – qui répond de plus en plus à des critères purement économiques –, la convergence, la crise et la concentration des médias ont-elles pour conséquence que les contenus des différentes entreprises de médias se ressemblent toujours plus et que la diversité des acteurs et des opinions s'appauvrit? L'étude aborde cette question de manière générale en s'appuyant sur l'exemple des principaux quotidiens suisses, puis l'approfondit à l'aide de deux autres exemples: la crise libyenne (enlèvement de Max Göldi) et le système de santé. Par ailleurs, la Suisse du nord-ouest et la Suisse du sud-est sont soumises à une analyse détaillée. Ces régions possèdent chacune une entreprise de médias – AZ-Medien et Südostschweiz Medien – qui occupe une position dominante sur le marché.

Base

Analyse de la structure et du contenu dans deux régions (Argovie et Suisse du sud-est) où la concentration des médias est forte. Lien entre la structure des médias et les contenus de la communication publique.

Les résultats en bref

- **Suisse du nord-ouest, AZ Medien:** *Presse quotidienne:* Une édition principale sert de "manteau" à plusieurs titres à tirage plus faible traitant de l'actualité locale (systèmes de sous-éditions). L'accent est mis sur l'actualité politique, avec une forte proportion d'informations sur des thèmes de société ayant un ancrage dans la région. Dans tous les domaines, les contributions rédactionnelles propres sont publiées à plusieurs reprises. L'information régionale respecte la diversité des thèmes et des opinions. Les articles sont généralement traités sur la base de faits, mais sans mise en perspective à long terme. *Presse hebdomadaire:* La variété des titres ne garantit pas encore la diversité de l'information.
- **Suisse du sud-est, Südostschweiz Mediengruppe:** *Presse quotidienne:* On retrouve le même système de sous-éditions qu'en Suisse du nord-ouest. L'actualité régionale est peu personnalisée; l'accent est plutôt mis sur des faits et des événements particuliers; il y a peu de mise en perspective. Les articles sont relativement peu politisés; les contributions rédactionnelles propres sont faiblement exploitées. Les reprises concernent avant tout la culture, le sport et les thèmes de société, mais pas la politique et l'économie.
- **Concentration des médias:** Dans les deux régions, il n'y a guère de place pour plus d'une grande entreprise de médias sur le marché. Le système de sous-éditions est aussi un moyen de garantir la diversité ainsi qu'une large diffusion de l'information. Il permet de desservir de petits marchés avec des titres couvrant à la fois l'actualité étrangère, nationale, économique, culturelle

et régionale. Toutefois, la position dominante ne doit pas servir à exclure des acteurs ou des opinions.

SwissGIS – W.A. Meier notamment:

Pluralisme et diversité dans la presse régionale. Conséquences de la concentration des médias et de la crise des médias sur l'information locale dans certaines régions de Suisse

Questions de recherche

Les principaux journaux régionaux sont-ils en mesure, compte tenu de la concentration croissante des médias, de fournir aux citoyens les prestations requises par un système démocratique moderne? Les nouveaux journaux gratuits, les chaînes régionales de radio et de télévision et les médias en ligne peuvent-ils contribuer de manière suffisante à la formation démocratique de l'opinion et de la volonté?

Base

Analyse de la structure et du contenu de 27 quotidiens; entretiens menés avec 30 personnalités politiques et 34 professionnels des médias dans les régions concernées.

Les résultats en bref

- En règle générale, chaque région compte une entreprise de médias dominante.
- Le traitement des **informations essentielles au débat démocratique** se limite souvent à de simples comptes rendus d'événements sur des sujets sociopolitiques (c'est-à-dire sans informations contextuelles). La couverture de l'actualité cantonale est assurée de manière plus ou moins complète. La chronique est délaissée au profit de thèmes sélectifs. Les sujets controversés sont privilégiés; la tendance à la personnalisation, la surmédiation de l'exécutif au détriment du législatif et la recherche du sensationnel se retrouvent aussi dans les comptes rendus des sessions du parlement.
- **Avis des professionnels des médias:** L'absence de concurrence a un effet négatif sur la qualité journalistique. Les mesures d'économie entraînent une réduction du nombre de pages, des suppressions de postes, une perte de savoir-faire ainsi qu'une baisse de la qualité. La tendance à la vulgarisation dans les portails en ligne des journaux est également critiquée.
- **Avis des personnalités politiques:** Les journaux régionaux revêtent une importance primordiale. Une baisse de la qualité, une réduction du nombre de pages ainsi qu'une plus faible diversité sont partout manifestes. Les journaux manquent de ressources; ils dépendent aussi de plus en plus de contributions externes, autrement dit: l'influence des groupes de pression politiques s'accroît. Les journalistes sont souvent jeunes, peu expérimentés, sans notions politiques suffisantes et souvent sans véritables connaissances de la région.

IAM – G. Keel / V. Wyss u.a.:

Effets de l'internet sur la pratique journalistique et sur les normes professionnelles du journalisme

Questions de recherche

Comment l'internet modifie-t-il les valeurs journalistiques, les normes propres à la profession, la perception du rôle de journaliste, l'organisation des rédactions et les habitudes des journalistes? Comment ces changements se répercutent-ils sur l'utilisation de l'internet et sur la diversité des offres?

Base

Entretiens menés avec 48 rédacteurs issus de 12 rédactions (presse, journaux TV en ligne; sans la SSR) de Suisse alémanique et de Suisse romande; observations du travail des rédactions.

Les résultats en bref

- La diversité des médias est davantage menacée par une pression croissante sur la productivité et la prééminence des buts commerciaux sur toute considération d'ordre journalistique que par la convergence des infrastructures dans les rédactions.
- L'internet ne permet que partiellement la diversité journalistique. La diversité est avant tout conditionnée par des facteurs non technologiques, notamment économiques et sociaux, ainsi que par des normes professionnelles.
- Les médias citent de plus en plus d'autres médias. Ce phénomène s'accroît encore avec l'importance accrue de l'internet; il est encore plus marqué avec les tendances actuelles, à savoir la convergence, l'importance croissante des offres en ligne, la pression sur la production ou le manque de connaissances des journalistes. L'autoréférence ne favorise pas la diversité; elle tend au contraire à donner une vision unilatérale des événements de société.
- L'internet confronte la profession à de nouveaux défis importants (recherche, sélection, pondération, qualité de l'information, critique des sources, etc.). Dans la pratique, les journalistes ne disposent souvent pas des compétences nécessaires. Par ailleurs, les rédactions en ligne emploient généralement des personnes peu expérimentées et mal formées. La recherche sur l'internet aboutit aux mêmes informations dans les premières occurrences. Ce qui ne peut pas être "confirmé" par Google, ne retient pas l'attention des médias. La focalisation sur l'actualité appauvrit inévitablement la diversité des perspectives et des opinions.

Ecoplan: Evaluation de l'aide à la presse depuis 2008 et modèles alternatifs

Questions de recherche

Quel est le concept actuel de l'aide à la presse et quels buts poursuit-il? Qui profite des rabais et dans quelle mesure? Quelles seraient les conséquences de l'abolition du système actuel? Quelles améliorations peuvent être apportées au système actuel? Existe-t-il d'autres formes d'aide? Sont-elles efficaces?

Base

Evaluations quantitatives et estimations réalisées sur la base de plusieurs données. Interviews qualitatives avec des experts de la poste et de l'association des médias suisses; ateliers d'experts.

Les résultats en bref

La presse suisse est soutenue par des mesures indirectes. La Confédération consacre actuellement 30 millions de francs par an pour l'envoi des journaux locaux et régionaux et de titres de la presse associative à des tarifs postaux préférentiels. La réduction du taux de TVA pour les imprimés permet à la presse d'économiser 60 millions de francs. Toutefois, si on considère les buts politiques de la diversité journalistique et de la pertinence politique, l'efficacité de ces mesures d'encouragement indirectes est relativement faible. L'étude recommande notamment de soutenir la presse de manière plus ciblée et plus sélective, sur la base de critères à définir. Elle conseille également de supprimer, ou d'appliquer de manière plus stricte, les tarifs postaux préférentiels en faveur de la presse associative. En parallèle, la presse pourrait bénéficier d'un soutien direct, par exemple en faveur de projets qui contribuent au pluralisme.

Autres informations

Financées principalement par le crédit dont l'Office fédéral de la communication (OFCOM) dispose pour la recherche sur les médias, les études ont coûté 445 000 francs au total. Elles sont toutes disponibles sur l'internet. Les milieux intéressés ont été invités à s'exprimer sur ces documents.

Recherche dans le domaine des médias – Contributions et études 2010

www.ofcom.admin.ch > Thèmes > Radio et télévision > Formation, recherche, archivage > Contributions > Recherche dans le domaine des médias > ou
www.ofcom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=fr

Avis des milieux intéressés

www.ofcom.admin.ch > Documentation > Législation > Consultations > Consultation sur les études consacrées à l'avenir des médias en Suisse: avis > ou
www.ofcom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03608/index.html