



Fiche d'information sur la situation des médias et sur les mesures d'aide possibles

5.12.2014

La transformation structurelle du secteur des médias persiste

La branche des médias connaît depuis quelques années une profonde transformation structurelle, dont l'évolution n'est actuellement pas prévisible. Le Conseil fédéral a toutefois identifié quelques mesures à court terme, qui pourrait atténuer les conséquences des bouleversements.

Situation du paysage des médias en Suisse

Les études commandées par l'OFCOM dans le contexte du rapport 12.3004 "Garantir les fonctions étatiques et démocratiques des médias" montrent les principales caractéristiques et les évolutions du paysage médiatique suisse, à savoir:

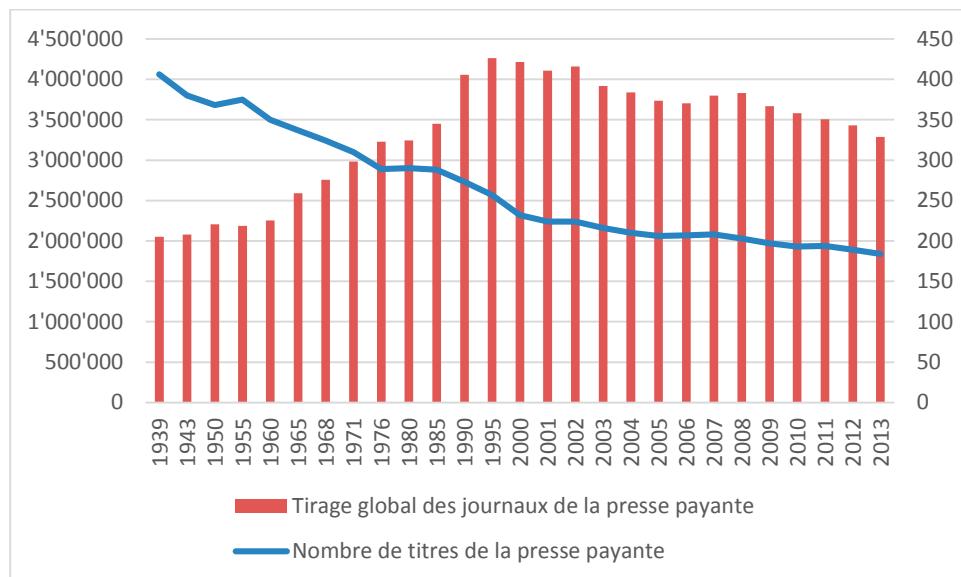
- En comparaison internationale, la Suisse reste l'un des pays disposant de la plus grande diversité de médias.
- La diversité des offres en médias est toutefois mise à mal par un processus continu de concentration des entreprises de médias. Dans le domaine de la presse, le nombre de maisons d'édition indépendantes continue à reculer. La presse suisse est dominée par quelques grands éditeurs.
- La presse quotidienne, traditionnellement forte, est particulièrement soumise à la pression économique. Les journaux payants et en abonnement perdent progressivement des parts de marché aussi bien en termes de public que de publicité. Les petits journaux locaux et régionaux se trouvent de plus en plus en difficulté.
- Les journalistes aussi pâtissent de cette évolution. Leurs conditions de travail se détériorent: des emplois sont supprimés tandis que la production multimédia s'accélère. Dans ce contexte, la qualité des contenus s'en ressent.
- Par contre, les journaux gratuits pour pendulaires encore sur le marché ont bien réussi à s'implanter. Ils se sont révélés être des investissements lucratifs pour leurs éditeurs en tant que plate-formes publicitaires à grande échelle, donc très attractives.
- Dans le domaine de la radio et de la télévision, la SSR fournit un service public varié, majoritairement financé par la redevance et proposant une offre diversifiée.



- Les offres des radios et des télévisions privées complètent le service public des médias électroniques dans le domaine local et régional. Elles bénéficient également en grande partie des quotes-parts de la redevance et de priviléges en matière de diffusion.
- Les médias en ligne indépendants ont de la peine à s'imposer sur le marché. Ils ne parviennent généralement pas à s'autofinancer et dépendent de mécènes. Par contre, les offres en ligne des éditeurs déjà établis et celles des entreprises qui compilent et retransmettent des contenus de tiers ont réussi à percer.
- Dans la majorité des cantons et des districts, il n'y a plus de concurrence journalistique entre les quotidiens. On ne trouve encore de véritables rapports concurrentiels entre les titres et les éditeurs que dans les cantons de Zurich et du Tessin.

L'illustration suivante montre que le nombre de titres payants est en recul depuis longtemps. Alors qu'à la fin des années 1930, on comptait encore 400 journaux payants indépendants en Suisse, ce chiffre a été réduit de moitié en 70 ans.

Illustration 1: Nombre de titres et tirage des journaux payants 1939 - 2013



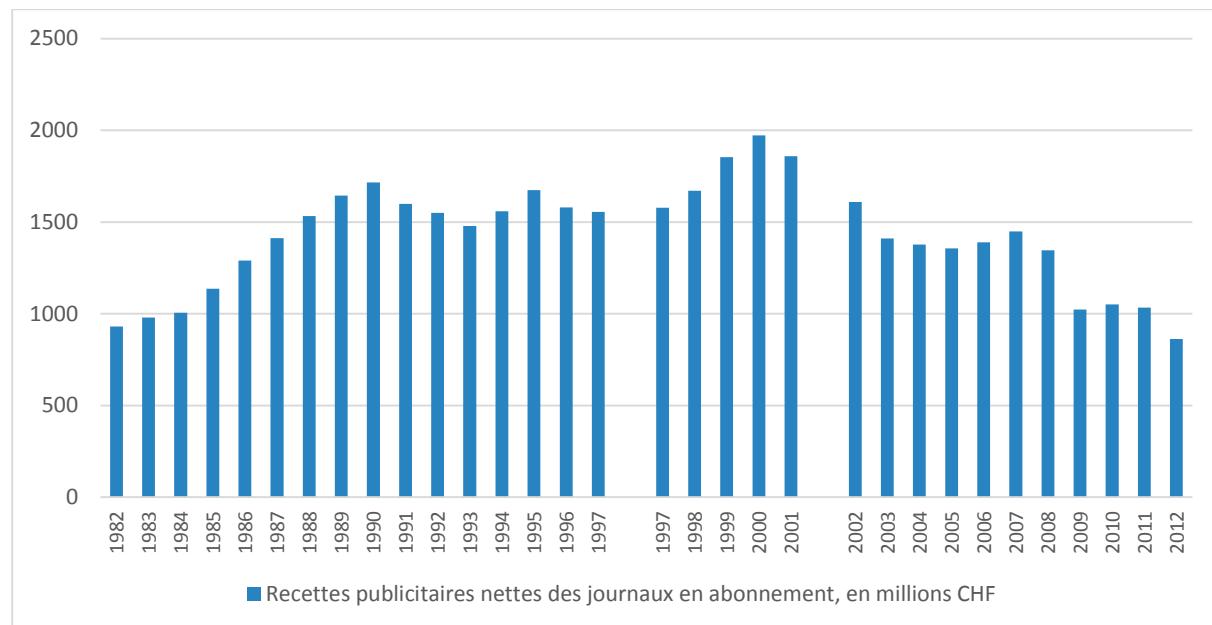
Source: Université de Fribourg 2014

L'illustration suivante montre une baisse des recettes publicitaires nettes des journaux en abonnement établis en Suisse¹. Tout comme le tirage total, les recettes publicitaires nettes des journaux en abonnement et des journaux payants atteignent un sommet au tournant du 21^e siècle. Depuis, elles se sont contractées. Les petites annonces, les annonces immobilières et les offres d'emploi notamment ont délaissé les journaux imprimés pour l'internet.

¹ Etant donné que les méthodes ont changé au fil du temps, les données de 1982-1997, 1997-2001 et 2002-2012 ne sont pas directement comparables (les espaces dans l'illustration ci-après indiquent les différentes périodes).



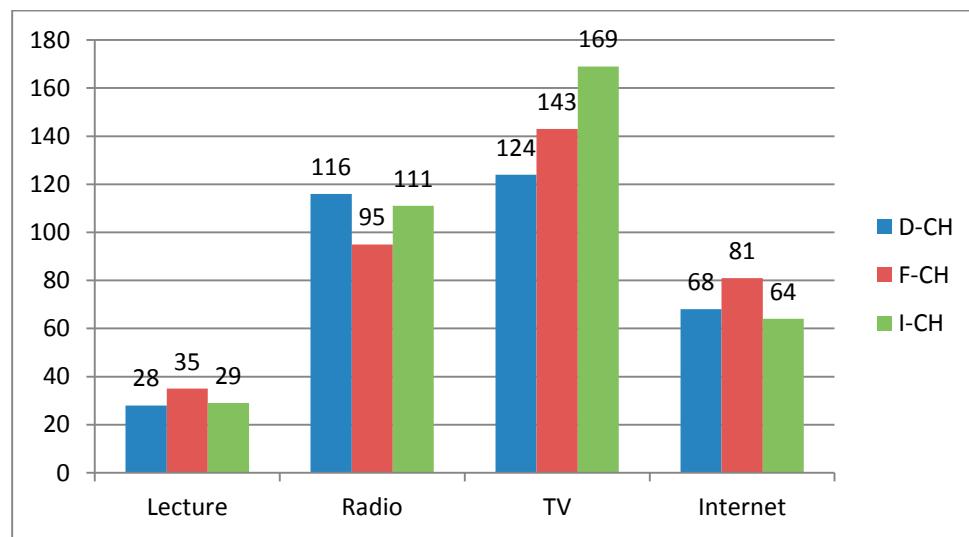
Illustration 2: Recettes publicitaires nettes des journaux en abonnement (1982-2012)



Source: Université de Fribourg 2014

Si l'on compare le temps consacré par la population suisse à la lecture et à l'utilisation de médias électroniques, on observe que plus de 90% du temps passé à consulter des médias est dédié aux médias électroniques (radio, TV, internet).

Illustration 3: Utilisation des différents médias en minutes (2013)



Source: Rapport annuel Mediapolis 2013



Aides envisageables à court terme

Les conséquences du changement structurel pourraient être en partie atténuées par des mesures déjà existantes ou réalisables à court terme:

- *Maintien de l'aide indirecte à la presse:* Les rabais sur les tarifs postaux pour la distribution des journaux et des périodiques (aide indirecte à la presse) sont maintenus pour l'instant afin de ne pas accroître la pression sur la presse.
- *Réduction de la TVA à 2,5% également pour les médias en ligne:* Aucune raison objective ne justifie l'inégalité de traitement entre les médias en ligne d'une part et la presse, la radio et la télévision d'autre part. Les produits comparables doivent être traités de manière identique, indépendamment du mode de diffusion. En principe, les médias en ligne pourraient donc aussi bénéficier d'un taux de TVA réduit.
- *Aide financière temporaire au service de base de l'ats en français et en italien:* Par son implantation dans tout le pays et grâce à l'étroite collaboration entre ses rédactions alémanique, romande et tessinoise, elle favorise et garantit l'échange régulier d'informations entre les différentes régions linguistiques. A travers ses prestations, elle assure un équilibre entre des marchés de taille différente et apporte une contribution essentielle à la cohésion nationale. Pour leur travail, les médias dépendent des communiqués de l'ats.
- *Renforcement du soutien à la formation et à la formation continue des professionnels des médias:* Une formation de base solide ainsi que des cours de perfectionnement réguliers permettent de maintenir, voire d'accroître la qualité de l'information.
- *Soutien proposé par la Commission pour la technologie et l'innovation:* La branche devrait recourir davantage aux possibilités de soutien offertes par la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI).

Aperçu

A moyen et à long terme, il est judicieux de réexaminer la définition du service public dans le domaine des médias (voir Postulat 14.3298 Commission des transports et des télécommunications "Rapport relatif aux prestations de service public de la SSR"). L'aide aux médias en ligne pourra être examinée ultérieurement sur cette base, compte tenu des développements intervenus entretemps.