

Crise : le paysage médiatique s'appauvrit

Autor(en): **Keller, Gabrielle**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **30 (2003)**

Heft 1

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-911859>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Le paysage médiatique s'appauvrit



Les délais ne cessent de raccourcir: journalistes rédigeant hâtivement un article pendant la pause de midi.

GABRIELLE KELLER

Le paysage médiatique suisse est en crise. L'an dernier, de nombreux éditeurs ont supprimé des emplois et annoncé des licenciements. La principale raison invoquée est le recul des recettes publicitaires.

SUR LE PLAN EUROPÉEN, la Suisse est en tête des consommateurs de journaux. Mais pour combien de temps encore? Ces derniers mois, le paysage médiatique a subi plusieurs mésaventures. Les fusions d'éditeurs de presse et les compressions de personnel à la suite de restructurations sont presque à l'ordre du jour. La «*Neue Zürcher Zeitung*» supprimera 80 emplois, la télévision suisse alémanique (DRS) 45, l'éditeur zurichois Tamedia (qui publie entre autres le «*Tages-Anzeiger*», «*Finanz und Wirtschaft*», «*Facts*» et «*Annabelle*») 28. L'avenir n'est guère plus riant en Suisse romande: Edipresse – qui détient 87 % de la presse romande – affûte éga-

lement le crayon rouge et supprime 13 postes à plein temps. Les secteurs les plus affectés sont en général l'édition, la rédaction, la technique et le back-office.

Même Ringier (éditeur, en Suisse, de «*Blick*», «*Cash*», «*L'Illustré*», «*Schweizer Illustrierte*» et «*L'Hebdo*», entre autres) comprime ses coûts. Invoquant le «marasme de la conjoncture», Martin Werfeli, directeur de la holding, a déjà annoncé des licenciements dans la gestion, la rédaction et l'administration.

Diminution des annonces

Ce sont surtout les grands journaux qui déplorent la baisse des recettes publicitaires. A l'échelle nationale, le volume des annonces en 2002 a été inférieur de 13 % à 2001. La région la plus touchée est le Tessin (-18,9%), suivi de la Suisse romande (-16 %) et de la Suisse alémanique (-11,4%). Les plus grandes pertes sont subies par les journaux à grand tirage (-17,6%), alors que les petits quotidiens ont même réussi à augmenter leurs recettes de 7,7%. Le recul des annonces le plus marqué est celui des offres d'emploi.

Crainte d'un nivellement

Même si les médias touchent certaines subventions, il n'est pas du tout sûr que la di-

versité de la presse puisse être sauvegardée. Matthias Hagemann, éditeur de la «*Basler Zeitung*», déplore qu'il n'y ait plus que trois régions qui échappent à l'emprise zurichoise. A part la Suisse du nord-ouest, il cite l'Argovie et les Grisons. Partout ailleurs, Tamedia, NZZ-Verlag ou Ringier ont des participations dans les journaux locaux et régionaux. *journalisten.ch*, l'organe officiel de la Fédération suisse des journalistes (FSJ), parle de la «souplesse de l'échine journalistique», faisant allusion au fait qu'à cause des contraintes économiques, des journalistes de plus en plus nombreux glissent dans le voisinage des relations publiques et de la boulevardisation.

Le Conseil suisse de la presse évoque lui aussi une confusion croissante entre la partie rédactionnelle et la publicité, et déplore un alignement larvé sur le marketing. Les imbrications d'ordre structurel ainsi que les rapports de dépendance personnelle et économique au sein des rédactions entraînent une ingérence subtile dans la teneur des médias.

Werner A. Meier, spécialiste zurichois des médias, proclame: «La diversité des médias est un signe immanquable de vitalité, mais je crois que cette diversité est foncièrement menacée.»

Traduit de l'allemand.