

## **La démocratie a besoin de médias crédibles : OUI à l'aide aux médias**

### **Contenu**

Avec le « Train de mesures en faveur des médias », le Parlement a adopté un compromis destiné à promouvoir la diversité et l'indépendance du paysage médiatique en Suisse. Limité à une durée de sept ans, cet ensemble de mesures prévoit un soutien maximum de 151 millions de franc par année, dont 60 millions iront au soutien indirect à la presse (réduction des tarifs postaux) pour la distribution ordinaire et dominicale des journaux. La presse associative touchera désormais 30 millions, contre 20 millions actuellement. Et pour la première fois, les médias en ligne bénéficieront d'un soutien financier public (30 millions), mais seulement s'ils réalisent aussi des recettes auprès du public. Par ailleurs, le « paquet » comprend des mesures de soutien en faveur de l'ensemble du paysage médiatique en Suisse : soutien aux formations, aux agences de presse, aux projets informatiques et au Conseil de la presse (au total 23 millions maximum). Enfin, les radios locales et les télévisions régionales privées recevront jusqu'à 28 millions de plus provenant des recettes de la redevance radio et télévision. Ce train de mesures contient également quelques améliorations structurelles significatives. L'une d'elles revêt une importance primordiale pour les travailleuses et les travailleurs : l'obligation d'enregistrement pour les entreprises de livraison matinale, y compris l'obligation de négocier des conventions collectives de travail.

### **Point de vue syndical**

Pourquoi les médias devraient-ils recevoir des fonds publics ? Un journal ou une émission de télévision privée ne sont-ils pas des produits comme les autres, qui peuvent être vendus à des consommatrices et consommateurs intéressés ? Faux : un paysage médiatique qui fonctionne bien n'est pas comparable à un morceau de gâteau ou un abonnement Netflix, et son financement ne peut pas non plus être assuré uniquement par sa vente « sur le marché ». C'était déjà le cas depuis longtemps et ça l'est encore plus aujourd'hui. Pourquoi ?

Tout d'abord, dans une société démocratique de l'information, la couverture médiatique critique et basée sur des faits joue un rôle éminemment important. Les médias sont l'un des piliers du processus de formation de l'opinion publique. Ils informent, mettent en perspective et permettent les débats. Sans eux, le débat démocratique approfondi (de fond ?) n'aurait tout simplement pas lieu.

Deuxièmement, les médias constituent de ce fait une partie indispensable du service public, qui, par essence, ne peut pas être financé par les lois du marché, ou du moins pas exclusivement. Si les CFF, avec leur réseau si dense et leurs horaires cadencés, devaient financer cette offre uniquement par le prix des billets, celui-ci augmenterait tellement que plus personne ne voyagerait en train. Autre exemple : si nous devons payer de notre poche, à l'avance et en espèce chaque traitement hospitalier, la santé de la population suisse se porterait plutôt mal. C'est précisément pour cette raison que les chemins de fer comme les hôpitaux sont partiellement financés par les pouvoirs publics, à hauteur de plusieurs milliards chaque année – à juste titre !

Pour les mêmes raisons, la couverture médiatique de base bénéficie depuis longtemps d'un soutien public : outre la SSR, les prestataires privés de toutes les régions du pays bénéficient déjà de contributions publiques, que ce soit par le biais de la réduction des taxes postales (pour les journaux) ou d'une part de la redevance radio et télévision (pour les radios locales et les télévisions régionales).

Mais ce modèle minimal de service public médiatique n'est plus à la hauteur des nouvelles réalités du secteur des médias : avec la baisse constante des abonnements et la perte massive des revenus publicitaires, les médias font face à des problèmes colossaux – problèmes qui se sont encore fortement aggravés dans le sillage de la crise du coronavirus. Journaux, magazines, radios et télévisions, surtout ceux de petite taille et axés sur l'information régionale, ont beaucoup de mal à se maintenir à flot et disparaissent les uns après les autres.

Résultat : l'offre et la qualité des médias ne cessent de diminuer, mais en plus, des emplois disparaissent et les conditions de travail des journalistes restants sont de plus en plus mises sous haute pression. Avec cela, la concentration et le pouvoir des grands groupes de médias et de leurs propriétaires fortunés ne cessent de croître. Cette évolution fait de plus en plus de dégâts sur la diversité médiatique en Suisse, tant sur le plan des opinions que géographique.

Une autre réalité se fait jour en parallèle : une part de plus en plus importante de l'information médiatique n'est plus imprimée ou diffusée, mais se fait en ligne. En soi, ce n'est pas un problème, mais il s'avère que le processus de concentration décrit plus haut est déjà bien plus avancé sur Internet. Les seules recettes d'audience ne suffisent plus à financer les médias sérieux qui ne se spécialisent ni dans les fausses nouvelles ni dans les vidéos de chats. Car en Suisse aussi, le pouvoir des géants de l'Internet est bien plus grand que celui des grands éditeurs que sont Tamedia, Ringier et les autres. Avec 2 milliards de francs de recettes publicitaires par an, Facebook, Google et compagnie privent le journalisme d'information d'une bonne partie de ses ressources financières potentielles.

Il est prévisible que les évolutions décrites ici s'accéléreront encore si les milieux politiques restent inactifs et continuent à regarder sans rien faire. C'est donc pour cela que le Parlement a réussi, dans un premier temps, à se mettre d'accord le compromis minimal du « paquet médias ». Cela donnera un peu d'air au secteur des médias et à ses plus de 11 000 journalistes engagés. Et cela permettra d'adapter les offres médiatiques existantes et d'en développer de nouvelles.

### **OUI à l'aide aux médias : les cinq principaux arguments des syndicats**

1. **L'information ne peut être laissée aux simples clics et retweets. Elle doit faire partie intégrante du service public.** Avec le train de mesures d'aide aux médias, la couverture médiatique est enfin reconnue pour ce qu'elle est dans une société démocratique de l'information : un élément indispensable du service public. Ce projet apporte une extension nécessaire à la modeste « aide indirecte aux médias » qui passait jusqu'ici par la seule réduction des tarifs postaux. Désormais, le journalisme d'information sera soutenu indépendamment du support technologique. Les médias en ligne notamment pourront eux aussi bénéficier de cette aide. On favorise ainsi l'innovation ainsi que des formats médiatiques nouveaux et créatifs.
2. **Garantir la couverture dans tout le pays et renforcer les « petits médias » :** Grâce à une aide dégressive, les petits médias locaux dans les régions périphériques toucheront une part proportionnellement plus importante des fonds d'aide. C'est le cas aussi des petits médias de niche, par exemple ceux qui s'adressent spécifiquement à un public issu de la migration. Parmi les médias en ligne, les portails de taille modestes bénéficieront aussi de davantage d'aide. En outre, avec le léger renforcement du soutien aux radios locales et aux télévisions régionales, la Suisse sera pour la première fois couverte par des concessions d'émission dans toutes les régions du pays. Enfin, il y aura des mesures plus géné-

rales visant par exemple à promouvoir la formation et la formation continue. Tout cela renforce l'accès de toutes les régions du pays et de tous les groupes de population à une couverture médiatique de haute qualité et financièrement accessible.

3. **Améliorer les conditions de travail et, par conséquent, la qualité** : Depuis des années, la production dans le secteur des médias ne cesse de se réduire, entraînant dans sa chute le nombre d'emplois, le niveau des salaires et celui des conditions de travail. Conséquences : non seulement la situation des dizaines de milliers de personnes travaillant dans ce secteur se dégrade, mais la qualité et la diversité de l'offre s'en ressent. Il n'y a plus assez de temps pour les enquêtes de fond, plus assez de personnel pour aller sur le terrain. Le paquet d'aide aux médias est une bouée de sauvetage temporaire : il permettra certainement de freiner une évolution plus que préoccupante dans le secteur des médias. Autre point très important : la distribution matinale, souvent caractérisée par des emplois précaires, sera enfin soumise à une obligation de négocier des conventions collectives de travail.
4. **Ne pas laisser les géants de l'Internet faire la pluie et le beau temps, mais plutôt renforcer l'indépendance des médias d'information** : Les opposants à l'aide aux médias ont le culot d'agiter la menace qu'on en arrive à des « médias d'État » et à la « fin de la liberté journalistique » en cas de oui. Mais c'est tout l'inverse ! Si le paquet échoue dans les urnes, tout continuera comme aujourd'hui : Facebook et Google s'accapareront toujours plus de recettes publicitaires (contre zéro prestation médiatique !), les médias locaux et régionaux continueront de mourir à petit feu et les rares formats restants des grands groupes médiatiques se rempliront toujours plus de publireportages et d'émissions sponsorisées. Et c'est précisément ce genre d'évolution qui fait que l'indépendance et la diversité des médias rétrécisse toujours plus, et non le renforcement de l'aide aux médias. Celle-ci a d'ailleurs toujours garanti l'indépendance des médias et continuera de le faire. En effet, les montants destinés aux aides sont définis dans la loi et ne sont liés ni à des contenus concrets ni aux orientations respectives des médias.
5. **Accepter le « paquet médias » puis obliger les grands groupes à prendre leurs responsabilités** : Beaucoup d'améliorations importantes sont passées à la trappe dans le cadre de ce compromis. Par exemple, il faudrait rendre obligatoire la conclusion d'une convention collective de travail prévoyant des conditions de travail exemplaires dans tous les secteurs qui bénéficient d'une aide. Il faudrait aussi progresser dans la création d'une agence de presse nationale et indépendante. Mais il faut surtout qu'après la votation, les milieux économiques soient enfin appelés à prendre leurs responsabilités. Il est grand temps de taxer de manière appropriée les grands groupes du numérique et leurs chiffres d'affaires exorbitants sur le marché suisse (le financement du « paquet médias » serait plus qu'assuré rien qu'avec cela !). Il faut également créer un ensemble de règles éthiques et de normes minimales en matière de politique de l'information, auxquelles les géants du Net devront se conformer. Et il faudra exiger plus de responsabilité de la part des grands éditeurs nationaux. Au plus tard au terme des sept ans de validité des mesures d'aide, il ne doit plus y avoir de financement public si les familles propriétaires richissimes Supino, Ringier, Warner & Co. ne réduisent pas leurs juteux dividendes.