

Association Médias Suisses

# Le pluralisme de la presse fait partie de la démocratie

L'association Médias Suisses s'engage en faveur de la diversité du paysage médiatique suisse. A côté des grands titres de renommée internationale, de plus petites maisons subsistent avec des offres ancrées dans les régions. Les services proposés par l'association favorisent la liberté éditoriale et assurent l'indépendance de la presse. **Par Markus Geiger**



Photo: m. à d.

*Urs F. Meyer: un engagement pour la branche des médias.*

Dans le système de démocratie directe de la Suisse, les médias jouent un rôle central dans la formation de l'opinion politique. Les attentes en matière de pluralisme et de qualité sont élevées, ce que dont la presse fait elle-même parfois ses grands titres. Cette réalité a été mise en évidence lors des récents débats parlementaires sur l'aide à la presse. Les politiques ont dépeint un sombre tableau: quelques monopoles détiennent les titres et le processus de concentration dans le secteur des médias marque la fin du pluralisme de l'offre.

«Nous enregistrons un recul du nombre de maisons d'édition, mais pas de celui des titres. Celui-ci demeure stable. Nous pensons ici aux nombreuses petites publications régionales et locales», précise Urs F. Meyer, directeur de l'association Médias Suisses. «En examinant le processus de concentration, nous constatons que dans la plupart des cas où un éditeur vend son journal, c'est le propriétaire qui change mais pas la rédaction». Les rédactions régionales et locales restent les mêmes, alors que, pour des questions économiques, les rubriques

nationale et internationale peuvent être soumises à des concentrations. «Cette évolution n'a pas d'effets sur le travail de notre association.»

## «Nous sommes des prestataires de services»

En 2010, l'Association de la Presse Suisse, fondée en 1899, a changé de nom pour devenir Médias Suisses en raison du développement des médias électroniques privés. Cent cinquante maisons d'éditions représentant 320 publications et un éventail de divers médias électroniques y sont réunies. Dans ce regroupement, la presse garde encore et toujours une position dominante en tant que fournisseur de contributions rédactionnelles et un chiffre d'affaires de 1,7 milliard de francs. La branche occupe 12 000 collaborateurs. A Zurich, le siège de l'association compte cinq collaboratrices et deux collaborateurs aux côtés de son responsable. Grâce aux bureaux Médias Suisses en Suisse romande et Stampa Svizzera au Tessin, une présence à l'échelle nationale est assurée, notamment dans la cam-

pagne «Lire» qui touche les trois régions linguistiques. La structure de l'association offre un flux d'informations exemplaire grâce aux départements distribution, marché clientèle, nouveaux médias électroniques, droit et marché publicitaire. «Nous nous définissons comme une entreprise de services et travaillons constamment sur la base des dernières «nouvelles du front», souligne Urs F. Meyer.

### La qualité est partout

La discussion sur le pluralisme de la presse va de pair avec la critique de la qualité de cette presse. «Une affaire fâcheuse», affirme le président de l'association, Hanspeter Lebrument, pour lequel «ce débat est oiseux. Contrairement aux vraies disciplines scientifiques, poursuit-il, ses scientifiques et praticiens n'ont pas formé des groupes développant compréhension, respect et confiance mutuels». La notion de «qualité» ne peut être définie pour un journal, estime Urs F. Meyer. Si le journal ne correspond pas exactement aux conceptions du lecteur, son absence de qualité est aussitôt montrée du doigt.

En matière de personnel, le choix est suffisant du côté des éditions comme de celui des rédactions. Le nombre de journalistes diplômés des universités et des hautes écoles spécialisées dépasse celui que les maisons d'éditions peuvent absorber. Le travail à temps partiel permet en outre à de nombreuses femmes de reprendre la vie professionnelle. La liberté d'entreprendre ainsi qu'un personnel bien formé dans l'édition et la rédaction sont la condition essentielle permettant aux médias suisses de conserver et améliorer leurs normes traditionnellement élevées en comparaison internationale. En plus d'une participation au Centre de formation des médias de Lucerne, la branche dispose, avec l'Institut des médias rattaché à l'association, d'un centre d'étude unique en Suisse, basé à Zurich. Ce centre est destiné aux cadres de l'économie des médias. Urs F. Meyer: «La fréquentation des cours dépend de la conjoncture. Les cours de management des médias et de direction souffrent quelque peu aujourd'hui des économies que doivent faire les éditeurs. Par contre, les congrès

proposés sur les thèmes du droit des médias, de l'informatique et de la presse spécialisée bénéficient d'une très bonne fréquentation. Avec, à chaque fois, quelque 400 participants, le Congrès des Trois Rois donne le coup d'envoi annuel de ces manifestations, tandis que le Congrès des médias de septembre, à Lausanne, en est le point d'orgue.»

### Non à une aide directe à la presse

Dans son manifeste sur la politique des médias, l'association rejette l'aide directe à la presse demandée par des parlementaires. Le risque d'ingérence de l'Etat est trop grand car les injections de capitaux de la part de la Confédération sont toujours assorties de conditions. Ce secteur préfère donc renoncer à cet argent pour rester crédible. Toutefois, Médias Suisses dit oui à une aide indirecte sous la forme de tarifs de distribution plus avantageux des produits de presse. L'association s'engage aussi pour que les prestations journalistiques des éditeurs soient libérées de la taxe à la valeur ajoutée (TVA). Pour rappel: avant l'introduction de la TVA, journaux et revues n'étaient pas taxés.

Et l'association de relever cette contradiction: «On ne peut, d'un côté, faire des interventions, déposer des motions et des postulats dans le but d'aider les journaux et leurs entreprises avec des fonds de la Confédération et, de l'autre, demander à ceux qui bénéficient ainsi de journaux plus avantageux de payer davantage de TVA». Il est demandé aux politiques de créer un environnement avantageux permettant aux maisons d'éditions de continuer à fournir leurs prestations. Un taux d'imposition réduit signifie plus de lecteurs, une diffusion plus large et des recettes publicitaires plus élevées. Pour M. Meyer, «voilà les conditions-cadre qui feraient progresser notre secteur».

Les négociations actuellement en cours sur la division des tâches entre la presse et la mission de service public de la SSR réclament un engagement soutenu. Pour les éditeurs, les plans d'élargissement multimédias échafaudés par la télévision publique constituent une concurrence, soit par leurs sites web alimentés par des articles, soit par la

publicité des pages internet de la SSR. Les éditeurs ne peuvent accepter une distorsion de la concurrence liée à des investissements publics dans le marché de la publicité privée. Médias Suisses intervient en faveur d'une publicité en ligne réservée aux annonceurs privés et non à la SSR. Le Conseil fédéral prendra sa décision à ce sujet probablement à la fin septembre.

### Des recommandations, plutôt que la CCT

En 2004, la convention collective de travail a été dénoncée par les éditeurs en raison de désaccords touchant les prescriptions salariales. Depuis, le secteur évolue plus ou moins dans un vide contractuel. Urs F. Meyer: «Plus ou moins, car nous continuons de recommander à nos membres d'observer divers points de la CCT, à l'exception de la question salariale.» En principe, les éditeurs sont prêts à discuter de différentes formes de collaboration. «Les salaires demeurent tabous. Ceux-ci sont déterminés au niveau de l'entreprise et non pas entre partenaires sociaux.»

Actuellement, l'association négocie avec les représentants des syndicats Im-pressum et Syndicom des dispositions uniformes, par exemple au sujet des vacances. «Pour nous, l'entente avec nos partenaires sociaux est plutôt bonne. Quand des problèmes surgissent, nous en discutons ensemble». ■



**SCHWEIZER MEDIEN**  
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

**Membres:** 150

**Fondation:** 1899, sous l'appellation Association de la Presse Suisse; dès 2010, celle-ci devient Association Médias Suisses

**Président:** Hanspeter Lebrument

**Directeur:** Urs F. Meyer

**Contact:** Association Médias Suisses  
Konradstrasse 14, 8021 Zurich  
Tél. +41 (0)44 318 6464  
contact@schweizermedien.ch  
www.schweizermedien.ch