

**Zeitschrift:** Les intérêts de nos régions : bulletin de l'Association pour la défense des intérêts jurassiens

**Herausgeber:** Association pour la défense des intérêts jurassiens

**Band:** 57 [i.e. 58] (1987)

**Heft:** 9: Notre bain de médias...

**Artikel:** Notre bain de médias...

**Autor:** Rennwald, Jean-Claude

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-824495>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 05.05.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Notre bain de médias...

Par Jean-Claude RENNWALD, journaliste



On ne saurait aborder le paysage médiatique suisse sans avoir à l'esprit une donnée fondamentale : la Suisse, sur le plan juridique et politique, est une confédération d'Etats. Cela a des conséquences fondamentales sur la structure et l'organisation de la presse écrite et audio-visuelle. On remarquera en particulier que cette structure fédéraliste n'est guère propice à l'apparition d'une presse nationale. Cette presse n'existe quasiment pas, contrairement à ce qui se passe par exemple en France, pays centralisé par excellence.

A l'inverse de ce qui prévaut dans d'autres domaines, la Suisse, peut-être à contre-cœur, est très ouverte aux influences médiatiques extérieures. Les Suisses consomment une quantité importante de journaux, hebdomadaires et magazines étrangers. Ils sont en outre très perméables aux programmes radiodiffusés ou télévisés de l'étranger. C'est ainsi que les chaînes françaises de TV ou les postes périphériques, tels *RTL* ou *Europe 1*, ont des taux d'écoute fort appréciables en Suisse romande.

Si le Suisse se révèle très ouvert aux médias de l'extérieur, c'est qu'il consomme, plus généralement, beaucoup de médias. Une enquête récente, publiée par le *Tages Anzeiger*, de Zurich, indique qu'en 1986, chaque Suisse a dépensé (en

moyenne) 775 francs pour des livres et des journaux, 450 francs pour des appareils de radio et de télévision et 230 francs pour sa concession radio-TV. A cela s'ajoutent des sommes assez importantes pour l'achat ou la location de vidéo-cassettes, de films et d'appareils de photos, ou encore de matériel informatique. Fait à signaler (et peut-être inquiétant), entre 1985 et 1986, les dépenses consacrées à la presse et aux livres ont baissé en moyenne de 100 francs par habitant, alors que tous les postes du secteur audiovisuel ont connu une croissance importante.

## I. La presse écrite

«Pays de différentes langues et cultures, Etat fédératif, la Suisse offre une multitude de journaux différents : une presse décentralisée, diversifiée, essentiellement locale et régionale.» Voilà ce qu'écrit Ernst Bollinger dans un excellent ouvrage intitulé «*La presse suisse, les faits et les opinions*».

Il convient de souligner qu'au fil des ans, la presse suisse n'a pas échappé au phénomène de la concentration. Plusieurs titres ont disparu, mais le tirage global des journaux continue de progresser. En 1985, on recensait 120 quotidiens en Suisse, dont 96 de langue allemande, 18 de langue française et 6 de langue italienne. Ces 120 titres avaient un tirage effectif global de 2,66 millions d'exemplaires.

Fait significatif, mais attristant pour beaucoup, celui de ces quotidiens qui connaît le plus fort tirage est le *Blick*, de Zurich, avec 382 000 exemplaires en 1986. Le *Blick* est un quotidien de boulevard par excellence, dans lequel le sang et le sexe tiennent une place essentielle.

En deuxième position vient le *Tages Anzeiger*, avec 260 000 exemplaires. Un quotidien vendu avant tout dans la région zurichoise, qui est sans aucun doute l'un des meilleurs du pays, souvent proche, sur le plan intérieur, des positions de la gauche et plus précisément du Parti socialiste.

En troisième position, nous trouvons celui des quotidiens suisses qui est certainement le plus connu à l'étranger, en particulier dans les chancelleries et les ambassades. A savoir la *Neue Zürcher Zeitung*, la célèbre *NZZ*, appelée aussi *Nouvelle Gazette de Zurich*, un quotidien très proche de la droite radicale zurichoise, qui est une mine de renseignements sur les plans international, intérieur et économique. Un quotidien, parfois considéré comme «la voix officieuse» de la Suisse à l'étranger. Aux 4ème et 5ème rang de ce classement, apparaissent la *Berner Zeitung* et la *Basler Zeitung*. Ainsi les grandes villes

(mais aussi les régions économiquement les plus fortes) se taillent la part du lion dans la presse suisse. Une presse dont le caractère pluraliste et décentralisé existe encore, mais tend à s'amenuiser.

### Un caractère fédéraliste très marqué

Si les grands quotidiens alémaniques sont d'abord ceux d'une ville et d'un canton, ils touchent aussi, dans certains cas, une région englobant plusieurs cantons. La situation est assez différente en Suisse romande, où le caractère fédéraliste de la presse est plus marqué. C'est ainsi que *24 Heures*, premier quotidien romand et sixième de Suisse, a une diffusion essentiellement vaudoise, avec près de 97 000 exemplaires. La même remarque vaut pour la *Tribune de Genève*, troisième quotidien romand avec ses 64 000 exemplaires, *Le Nouvelliste*, qui ne se vend pratiquement qu'en Valais, ou *La Liberté*, qui n'est guère que le quotidien des Fribourgeois.

Parfois, on est non seulement fédéraliste, mais encore régionaliste. C'est ainsi que la très grande majorité des lecteurs de *L'Impartial* (35 000 exemplaires) vivent dans le haut du canton de Neuchâtel, alors que *La Feuille d'Avis de Neuchâtel* (40 000 exemplaires) trouve surtout ses lecteurs dans «le Bas». Situation relativement semblable dans le canton du Jura, où *Le Démocrate*, 17 500 exemplaires, est chef de file dans la région de Delémont, alors que *Le Pays*, 13 000 exemplaires, est numéro un dans le district de Porrentruy. Depuis quelques années, toutefois, ces inégalités tendent à s'amenuiser.

En Suisse romande, seuls deux quotidiens, et encore partiellement, sont sortis de ce schéma fédéraliste. Journaux agressifs et fabriqués pour le lecteur pressé du matin, sans toutefois tomber dans les excès du *Blick*, *La Suisse*, de Genève, et *Le Matin*, de Lausanne, tentent d'avoir une diffusion romande, et visent à devenir

# Bons hôtels et restaurants jurassiens

Vous pouvez vous adresser en toute confiance aux établissements  
ci-dessous et les recommander à vos amis

**MOUTIER**

**HÔTEL-RESTAURANT DES GORGES**

PIZZERIA « LA ROMAGNOLA »

Cuisine à toute heure

Spécialités italiennes

Fam. Montanari

**032 93 16 69**

**BONCOURT**



**HÔTEL DE LA LOCOMOTIVE**

vous propose pour vos réunions,  
banquets, mariage ou simplement  
entre amis des salles accueillantes  
et sympathiques

Famille

Gatherat

**066 75 56 63**

Fermé le mercredi

**TAVANNES**

**HÔTEL DE LA GARE**

Hôtel réputé de vieille date pour sa cuisine  
soignée et ses vins de choix – Petites salles  
pour sociétés – Parc pour voitures privé –  
Chambres avec WC, douche et TV

Fam. A. Wolf-  
Béguelin

**066 91 23 14**

**DELÉMONT**

**HÔTEL VICTORIA**

Restaurant de spécialités

Famille

Roger Kueny

**066 22 17 57**

**MOUTIER**

**HÔTEL SUISSE**

Accueillant

Grandes salles

Chambres tout confort

Famille

C. Brioschi-Bassi

**032 93 10 37**

**LA SEMEUSE**

*LE CAFÉ QUE L'ON SAVOURE...*



# Bons hôtels et restaurants jurassiens

Vous pouvez vous adresser en toute confiance aux établissements  
ci-dessous et les recommander à vos amis



## Restaurant de la Poste – Glovelier

☎ 066 56 72 21 Famille Marc Mahon-Jeanguenat

Grande salle pour sociétés, banquets et noces –  
Salles à manger accueillantes – Rendez-vous des sportifs  
– Centre de conférences



## Hôtel-Restaurant de la Gare

2725 Le Noirmont

Fermé du lundi  
au mardi  
jusqu'à 18 heures

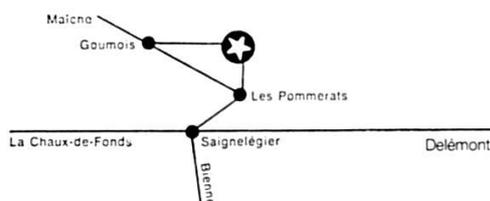
G. & A. Wenger – Tél. 039 53 11 10  
Spécialités selon saison et arrivages  
Menu du jour – Chambres tranquilles

### COUFAIVRE

#### HÔTEL-RESTAURANT DE LA CROIX-BLANCHE

Spécialités jurassiennes  
Lard – Saucisse – Terrine maison  
Chambres confortables

Marianne et  
Marc Beuchat  
Fermé le mardi **066 56 72 77**



#### AUBERGE DU MOULIN-JEANNOTAT

Trites aux fines herbes  
Pain de ménage cuit au four à bois  
Dortoirs pour groupes: 42 places

Famille P. Dubail-Girard  
Tél. 039 51 13 15

### MONTANA

#### RESTAURANT « LE BELVÉDÈRE »

Cuisine régionale  
12 sur 20 au Gault et Millau 1986.

Laurent  
Degoumois  
**027 41 17 63**

### SAIGNELÉGIER

#### HÔTELS DE LA GARE ET DU PARC

Cuisine du marché  
Spécialités selon saison et arrivage  
Chambres tranquilles et tout confort  
Salle pour sociétés et banquets

Famille  
Michel Jolidon-  
Geering  
**039 51 11 21/22**

le «deuxième quotidien», comme on dit, de l'ensemble des cantons romands. Avec 70 000 exemplaires pour *La Suisse* et 53 000 pour *Le Matin*, ces deux quotidiens ont en partie atteint leur objectif. On ajoutera qu'aussi bien *La Suisse* que *Le Matin* paraissent également le dimanche (ce qui est aussi le cas de deux quotidiens alémaniques). Des éditions du dimanche qui s'inspirent de plus en plus du modèle américain, avec de nombreux suppléments... sans toutefois atteindre encore le kilo et demi du *New York Times*, par exemple.

### **Le déclin de la presse politique**

Comment ces quotidiens se situent-ils sur l'échiquier politique? La réponse est assez simple: ils ne se situent pas ou guère! Comme dans de nombreux autres pays, la majorité des journaux suisses étaient, à l'origine, politiquement engagés. Depuis quelques décennies cependant, la plupart d'entre eux se sont libérés de leurs attaches partisans. Quelques exceptions importantes toutefois, notamment en Suisse romande. *Le Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais*, ainsi que *La Feuille d'Avis de Neuchâtel* défendent fréquemment les idées d'une droite assez musclée, pour ne pas dire plus. Sur les bords du Léman, *Le Journal de Genève* et *La Gazette de Lausanne* sont de solides défenseurs de la pensée libérale. *Le Journal de Genève*, malgré son tirage relativement modeste de 20 000 exemplaires, jouit d'un écho assez important sur le plan international, au même titre, en quelque sorte, que la *NZZ*.

La droite suisse, on l'aura constaté, n'est pas encore privée de moyens d'expression! A gauche, en revanche, la situation est tout simplement catastrophique. En Suisse romande, la presse socialiste a complètement disparu, alors qu'en Suisse alémanique elle se débat dans des difficultés telles qu'on se demande si elle ne mourra pas, elle aussi.

A quoi faut-il attribuer ce déclin de la presse politique? Certaines explications ne sont sans doute pas propres à la Suisse. Je pense par exemple au phénomène de la concentration et à la volonté du lecteur d'être d'abord **informé**. Mais deux éléments plus spécifiques méritent à mon sens d'être examinés. Il s'agit d'une part de la «Paix du travail», conclue en 1937, et, d'autre part, de la formule «magique» du Conseil fédéral. Une formule qui date de 1959, et selon laquelle deux socialistes siègent en permanence au gouvernement suisse. Deux événements qui – à mon avis – ont complètement vidé le débat politique de sa substance, ce qui ne pouvait pas ne pas avoir d'influence sur la presse.

Si la presse politique quotidienne est en voie de disparition quasi complète en Suisse, il n'en va pas de même pour la presse hebdomadaire, bi-mensuelle ou mensuelle. On trouve encore quelques publications dignes d'intérêt, malgré leur tirage assez limité.

A gauche, je citerai en particulier *Domaine public*, proche des socialistes romands, dont les analyses sont toujours très intéressantes, *La Voix ouvrière*, organe du Parti du travail, ou encore *La Brèche*, le bi-mensuel du Parti socialiste ouvrier. Pratiquement tous les partis socialistes cantonaux possèdent leur organe de presse, généralement mensuel. Mais ce système n'est guère propice à une large audience, et les tirages de ces organes varient entre 1000 et 3000 exemplaires. Cette parcellisation n'est pas d'ailleurs propre au Parti socialiste. Ainsi, l'Union syndicale suisse, le plus important syndicat du pays, n'est jamais parvenu à créer un organe de presse central, alors que toutes ses fédérations possèdent le leur, des métallos aux gars du bâtiment, en passant par les typographes ou les agents de la fonction publique. A l'autre bout de l'échiquier politique, on ne saurait oublier *La Nation*. Organe de la Ligue vaudoise, ce journal

défend avec acharnement le fédéralisme et des positions situées très à droite. Malgré un tirage limité, *La Nation* joue un rôle politique important, en particulier à l'occasion de certaines campagnes référendaires. Enfin, je ne serais pas Jurasien, si j'omettais de citer *Le Jura Libre*, l'hebdomadaire du Rassemblement jurassien. Avec ses quelque 7000 exemplaires, *Le Jura Libre* a pris une part décisive à la création du canton du Jura.

### Les hebdomadaires

Cette incursion dans les hebdomadaires politiques me permet d'en venir aux hebdomadaires à caractère informatif plus général.

En Suisse romande, deux publications se taillent la part du lion. Citons tout d'abord *L'Illustré*, hebdomadaire populiste, qui tente d'accrocher ses lecteurs avant tout par la photo, un peu dans le style de *Paris-Match*. Avec ses 132 000 exemplaires, *L'Illustré* a une excellente implantation en Suisse romande. Avec un tirage de 35 000 exemplaires, *L'Hebdo* est certainement l'un des journaux suisses les plus intéressants du point de vue de l'analyse politique, économique, sociale ou culturelle, mais aussi de par ses exclusivités et sa manière originale d'aborder l'événement.

Fait à signaler, deux grands groupes de distribution ont chacun leur hebdomadaire, qu'ils diffusent à leurs membres en trois langues. Coop publie ainsi *Coopération* et Migros *Construire*. Deux hebdomadaires où l'on ne trouvera évidemment pas d'articles critiques sur les produits du groupe, mais qui sont tout de même d'une très bonne tenue.

Ce tour d'horizon des hebdomadaires ne serait pas complet si l'on n'évoquait pas la presse étrangère en Suisse. Les périodiques français et allemands ont en effet une bonne pénétration en Suisse. Pour m'en tenir au cas français, je mentionnerai qu'en 1985, par exemple, il se vendait chaque semaine en Suisse 33 000 exemplaires de *Paris-Match*, 12 000 de *L'Ex-*

*press*, 6000 du *Canard enchaîné*, 4300 du *Nouvel Observateur*, 3000 du *Point* ou encore 1500 de *L'Événement du Jeudi*. Pour n'évoquer qu'un seul exemple allemand, il se vendait la même année 54 000 exemplaires du *Spiegel*. Notons que le phénomène n'est pas propre à la presse hebdomadaire. En 1985 toujours, il se vendait chaque jour en Suisse 5000 exemplaires de *France-Soir*, 4700 du *Monde*, 2100 du *Figaro* ou encore 1500 de *Libération*.

Pour approfondir ce tour d'horizon de la presse en Suisse, on pourrait encore évoquer d'autres problèmes, comme l'importance de la presse technique ou spécialisée, ou le développement des feuilles d'annonces gratuites. Mais cela dépasserait le cadre de la présente étude.

Avant de clore ce chapitre, je voudrais toutefois aborder deux autres phénomènes. Tout d'abord le développement, depuis quelques années, du journalisme d'enquête, l'«investigation journalism», comme disent les Américains. Ce type de journalisme, absolument indispensable, reste toutefois le fait, en général, des grandes publications, comme celles du groupe Ringier, du *Tages Anzeiger*, de la *Basler Zeitung* et, en Suisse romande, de *24 Heures*, du *Matin* ou de *La Suisse*. Dans ce contexte, il convient de signaler la fondation, en 1986, du BRR, le *Bureau de reportage et de recherches d'informations*. Créé par Roger de Diesbach, l'un des plus talentueux journalistes du pays, le BRR fonctionne selon le même système qu'une agence de presse traditionnelle; actuellement, une quinzaine de quotidiens, romands et alémaniques, y sont abonnés.

### La concentration

La concentration se manifeste de plusieurs manières: disparition de journaux, fusions et groupements, accords de collaboration, lancement d'éditions régionales ou encore constitution d'importants groupes de presse. Selon Bollinger, depuis



1965, 45 titres de quotidiens, 37 alémaniques et 8 romands, ont disparu ou ont été transformés en éditions régionales, presque tous pour des raisons financières. Huit de ces titres ont fusionné pour donner finalement deux nouveaux quotidiens, la *Basler Zeitung* et la *Berner Zeitung*. Dix continuent de paraître sous forme d'éditions régionales. C'est notamment le cas, en Suisse romande, de *La Gazette de Lausanne*, édition satellite du *Journal de Genève*, et du *Courrier*, de Genève, édition satellite de *La Liberté* de Fribourg. Un quotidien, *La Voix ouvrière*, communiste, s'est par ailleurs transformé en hebdomadaire, alors que trois quotidiens ont disparu après avoir vécu un ou deux ans. C'est notamment le cas du *Journal du Valais* et de la *TAT*, un quotidien qu'avait lancé Migros.

Pour ce qui est des vingt dernières années, Bollinger admet ainsi qu'une trentaine de titres ont réellement disparus. Mais durant la même période, le tirage global de la presse quotidienne suisse a augmenté de 600 000 exemplaires! Cette contradiction, qui n'est finalement qu'apparente, est à l'origine du phénomène de la concentration, et en particulier du développement des grands groupes de presse.

## II. Les grands groupes de presse

Augmentation quasi continue des coûts de productions, concurrence de plus en plus vive entre médias, nécessité de s'adapter sans cesse à l'évolution des techniques: voilà quelques-uns des éléments qui sont à l'origine du phénomène de la concentration, mais aussi du développement des grands groupes de presse. Nous allons passer en revue dix de ces groupes, en nous arrêtant plus longuement sur l'un ou l'autre cas. A noter que plusieurs sont des entreprises familiales, et que la plupart d'entre eux ne limitent pas leur appétit à la presse écrite quotidienne: comme dans beaucoup d'autres pays occidentaux, ils ont adopté, depuis quelque temps, ce qu'on appelle désormais une stratégie multimédias.

### Edipresse

Chose étonnante mais vérifiée, le plus important de ces groupes a son siège en Suisse romande, plus précisément à Lausanne. Un groupe qui appartient à la famille Lamunière et qui est né en 1982, à la suite de la restructuration du groupe Lousonna, qui appartenait jusque-là à Marc Lamunière et Jean-Claude Nicole, éditeur de *La Suisse*. Ce dernier a pour sa part fondé le groupe Jean-Claude Nicole Presse S.A. (cf. p. 9)

Avec un chiffre d'affaires de 800 millions de francs, Edipresse édite deux des plus importants quotidiens romands, *24 Heures* et *Le Matin*, mais aussi un journal agricole, *Le Sillon Romand* et *Fémmina*, un hebdomadaire féminin, une revue vidéo, ou encore *Yakari*, un mensuel destiné aux enfants de 5 à 10 ans. Pour ce qui est de l'information vaudoise et romande, il possède en outre une agence interne, l'agence *AIR*, qu'utilisent ses deux quotidiens. Edipresse possède également les Imprimeries Réunies, un monstre de l'imprimé, et les Editions 24 Heures. Il est par ailleurs actionnaire majoritaire des Editions d'art



## ***Publications***

***Comment vous informer?  
Faites comme moi,  
lisez les publications  
de la SBS.  
Elles sont d'actualité,  
objectives et  
de plus, gratuites!***

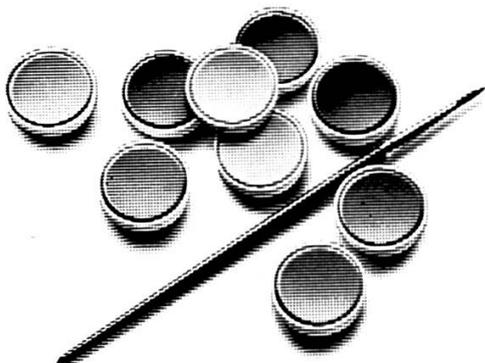


**Société de  
Banque Suisse**

***Une idée d'avance***

**Delémont et Porrentruy**

La banque universelle.



**La palette  
de nos services  
a de multiples couleurs.**

**BANQUE CANTONALE  
DU JURA** 

GARANTIE DE L'ETAT



**2942 ALLE**

Pour une agriculture  
jurassienne  
moderne et dynamique

**Coopérative agricole CENTRE-AJOIE**

2942 Alle

Téléphone 066 71 24 24

SKIRA, des Editions Payot Paris, de plusieurs cinémas lausannois, par l'intermédiaire de Métrociné. Depuis quelques années, Edipresse est en outre le véritable patron de *Radio L*, une radio locale qui collabore étroitement avec la station française de *Thollon - Les Mémises*. Depuis le début de cette année, Edipresse possède enfin la totalité du capital de Naville et la moitié de celui de Financière de presse, ce qui lui assure une position fortement dominante dans la distribution de la presse écrite en Suisse romande.

### Ringier

Deuxième groupe de presse suisse, Ringier a son siège à Zofingue, dans le canton d'Argovie. Ringier emploie quelque 4000 personnes, alors que son chiffre d'affaires dépasse 600 millions de francs. Ringier édite plusieurs quotidiens ou hebdomadaires que nous avons déjà évoqués, en particulier le *Blick*, la *Schweizer Illustrierte*, *L'Hebdo*, *L'Illustré*. Le groupe édite également sept titres à Munich, qui touchent le sport, la nature ou encore l'aviation. Adeptes d'un journalisme très agressif et dans certains cas croustillant, Ringier possède sa propre école de journalisme, afin que ceux qui écrivent dans ses publications soient formés dans un moule bien précis. Depuis quelque temps, le groupe s'intéresse de très près à l'audio-visuel, mais il est encore limité par certaines contraintes légales.

### Les groupes Tages Anzeiger et Jean Frey

Troisième groupe, avec un chiffre d'affaires de 380 millions, le groupe Tages Anzeiger, qui édite le quotidien du même nom, à Zurich. En sus du quotidien, le groupe publie des magazines, comme *Schweizer Familie*, *Team* (pour les jeunes), *Annabelle*, ou encore une revue spécialisée dans le commerce de détail.

Le quatrième groupe, Jean Frey, mérite une mention spéciale. Avec un chiffre

d'affaires de 190 millions, il publie quelques magazines de haute tenue, comme *Bilanz* ou la *Weltwoche*. En août dernier, le groupe a été racheté par Werner K. Rey, l'un des industriels les plus puissants, mais surtout les plus habiles du pays. Un homme qui, jusque-là, ne s'intéressait qu'au secteur industriel. Cet achat constitue un symbole en ce sens que, pour la première fois en Suisse, un groupe de presse important est passé entre les mains d'un homme qui n'est pas « du milieu ». Cette tendance n'en est semblait-il qu'à ses débuts, puisqu'un autre industriel vient de racheter Keystone. Signe que, pour d'aucuns, les journaux et les médias sont des produits comme les autres, qui ont pour mission première de rapporter de l'argent.

Il va de soit qu'un propriétaire de journal ne saurait faire abstraction des aspects économiques de la question. Je reste toutefois persuadé que si un média est bel et bien un produit, il n'est pas un produit comme les autres ; ceux qui le fabriquent ont aussi une mission, une mission capitale, qui tient en un mot : informer. Au train où vont les choses, il est absolument certain que cette mission sera toujours plus difficile à remplir.

Parmi les autres grands groupes de presse, on peut encore citer les groupes Neue Zürcher Zeitung, Basler Zeitung, Zollikofer SA, Orell Füssli, J. Marquard, ou encore Curti and Co. A l'exception d'Edipresse, tous ont leur siège en Suisse allemande et presque tous à Zurich. Voilà qui montre bien où se trouve la puissance économique et financière dans le pays.

### Le groupe Jean-Claude Nicole

On ne saurait clore ce tour d'horizon sans évoquer le groupe Jean-Claude Nicole Presse, qui a son siège à Genève. Avec un chiffre d'affaires de 100 millions, ce groupe édite en particulier *La Suisse*, *Foot Hebdo*, la prestigieuse revue *Le Temps stratégique* ou encore *La Gazette de Mou-*

tier, une feuille d'annonces gratuite paraissant dans le Jura méridional. Le groupe possède aussi des participations, le plus souvent majoritaires, dans de nombreux secteurs: messageries, photo-composition, vidéo-cassettes, distribution de films. Depuis le début de cette année, le groupe détient en outre 87,5 % du capital de Kiosk AG, ce qui en fera un grand de la distribution en Suisse alémanique. En dépit de deux échecs, avec *Radio Mont-Blanc* et avec le projet *Tel-Sat*, le groupe nourrit enfin de vastes ambitions dans le domaine audio-visuel.

Pour évoquer plus concrètement les conséquences de la concentration, je signalerai simplement que les deux grands groupes Edipresse et Jean-Claude Nicole contrôlent 35 % du tirage total de la presse quotidienne en Romandie. A Genève, Jean-Claude Nicole prend 45 % du marché de la presse quotidienne, alors qu'à Lausanne, les deux quotidiens d'Edipresse représentent 90 % du marché. Dans ces conditions, il convient de se demander si la concentration, en renforçant toujours plus les positions des plus grands, ne va pas, à terme, porter une grave atteinte à la diversité, voire à la liberté de la presse ainsi qu'à celle des lecteurs.

J'ai toujours fait partie de ceux qui pensent qu'un journal puissant est mieux à même de faire face à des pressions politiques ou économiques qu'un petit quotidien régional. Il n'en demeure pas moins que, pour les propriétaires d'un grand groupe, la puissance d'une publication sert d'abord à faire de l'argent, l'intérêt des lecteurs et des journalistes ne passant généralement qu'au second plan. Il y a là matière à réflexion.

### III. L'audio-visuel

C'est en 1931 qu'a été fondée la SSR, la Société suisse de radiodiffusion, qui deviendra plus tard Société suisse de radiodiffusion et télévision. La SSR est une association de droit privé qui s'est vu confier par les pouvoirs publics, la tâche de réaliser et de diffuser des programmes d'abord radiodiffusés puis télévisés. Exception faite des chaînes étrangères que l'on peut capter en Suisse, la SSR a bénéficié durant plus de 50 ans d'un monopole audio-visuel total sur le plan interne.

A fin 1983, l'apparition des premières radios locales a changé les données du problème, à l'échelle régionale. Mais sur le plan national, la situation demeure identique: en radio comme en télévision, aucune autre chaîne suisse ne concurrence les programmes de la SSR.

En 1986, la SSR comptait 3463 collaborateurs à plein temps et 1922 rétribués sous forme d'honoraires ou de cachets. Elle était en outre liée par contrats à près de 800 auteurs. En 1986, la SSR a totalisé 65 000 heures de radio et 14 000 de télévision. En 1986 toujours, ses dépenses se sont élevées à environ 600 millions, financés à raison de 26 % par la publicité, et 70 % par la redevance. A noter que seule la télévision diffuse des spots publicitaires.

#### **La SSR: un statut juridique «léger»**

Le moins que l'on puisse dire est que le statut juridique de la radiodiffusion n'est pas très développé en Suisse. Car s'il est vrai que, sur le plan constitutionnel, l'article 36 attribue depuis 1874 le monopole des postes et des télégraphes à la Confédération, ce n'est que par une interprétation extensive que la radiodiffusion relève de ce monopole! Cette interprétation n'est pas forcément du goût de tous les juristes, mais elle est concrétisée dans la loi fédérale de 1922 réglant la correspondance télégraphique et téléphonique.

Comme l'écrit si bien Blaise Rostan dans son ouvrage intitulé « Le service public de radio et de télévision » : *« C'est sur cette base que la Confédération a pu assurer la construction et l'exploitation des stations émettrices nécessaires, tant pour la radio que pour la télévision »*. Et Rostan d'ajouter : *« En revanche, il manque toujours à la Confédération les bases constitutionnelles et légales à toute prescription publique en matière de programmes. C'est donc par un régime administratif que le gouvernement a réglementé l'activité de radiodiffusion »*. Ce régime, que je qualifie de « léger », dure donc depuis plus de 50 ans, mais la radio et la télévision suisses ne s'en portent peut-être pas plus mal ! Le propos doit par ailleurs être nuancé car, à plusieurs reprises, le législateur a tenté de remédier à cette situation juridique déficiente par divers projets d'article constitutionnel consacrant la compétence de l'Etat fédéral en matière de radio-télévision. Mais deux projets ont échoué devant le peuple à l'occasion de référendums, en 1957 et en 1976. Un troisième projet a toutefois passé le cap du verdict populaire en 1983. Le hic, c'est que la loi d'application n'est pas encore sous toit, et qu'il s'écoulera sans doute beaucoup d'eau sous les ponts de la ville fédérale avant qu'elle le soit...

Un projet de loi circule actuellement en consultation. Sans être révolutionnaire, il apporte quelques innovations intéressantes, que je résumerai en 3 points :

1) les programmes (aussi bien radio que TV) de type national restent le domaine privilégié de la SSR. Celle-ci ne jouira toutefois plus d'un monopole absolu. D'autres organismes pourront également entrer en action, mais à condition *« qu'ils n'entravent pas sérieusement l'accomplissement par la SSR de la mission que lui assigne la concession »*. Ici, on pense notamment à la TV par abonnement, la télévision à péage comme on l'appelle

aussi. Et en ce qui concerne la création d'une quatrième chaîne TV nationale, la SSR sera de toute manière dans le coup ;  
2) en ce qui concerne les radios et TV locales, seuls les diffuseurs ayant obtenu le feu vert de leur canton obtiendront une concession. Un certain nombre d'interdits publicitaires actuellement en vigueur tomberont, et la zone de diffusion ne sera plus définie en kilomètres ;

3) pour ce qui est enfin du financement, le projet de loi ouvre la porte au parrainage, au sponsoring, sauf pour les émissions d'information et celles se rapportant à l'exercice des droits politiques. En outre, dans les régions périphériques et défavorisées, une partie de la redevance, 12 millions sur 600, pourrait être attribuée aux radios locales.

Ce projet occupera probablement le Parlement durant quelque temps. Et à l'issue de l'épreuve de force entre partis politiques et groupes de pression, il n'est pas du tout exclu que la loi adoptée fasse l'objet d'un référendum populaire.

### **Le poids du Conseil fédéral**

Pour l'instant donc, la SSR travaille sur la base d'une concession octroyée par le Conseil fédéral. Ce même Conseil fédéral jouit d'autres prérogatives. C'est ainsi qu'il ratifie la nomination du président et du directeur de la SSR, deux postes éminemment politiques. Par ailleurs, il nomme 9 des 21 membres du comité central, ainsi que quatre membres suppléants. On admettra aisément que ces différentes dispositions permettent au Conseil fédéral d'exercer une influence non négligeable au sein de la SSR, même s'il n'intervient quasiment jamais dans les programmes proprement dits. Dès le 1er janvier 1988, la SSR vit sous une nouvelle concession, un texte qui, sur deux points, coule fortement la SSR dans le moule étatique. La Berne fédérale entend ainsi renforcer sa surveillance lors des négociations avec les syndicats de personnel. Pire, la puissante

délégation des finances du Parlement fédéral pourra mettre son nez dans les comptes de la SSR!

Ces deux innovations ne sont certainement pas de nature à préserver l'autonomie de la radio-télévision nationale. Raison pour laquelle le Comité central de la SSR a manifesté ses réserves les plus expresses dans une lettre adressée au Conseil fédéral. Reste à savoir ce que ce dernier en fera!

### **L'audience des chaînes étrangères**

Le monopole de la SSR revêt malgré tout un caractère relatif, dans la mesure où les auditeurs et les téléspectateurs suisses peuvent capter de très nombreuses stations ou chaînes étrangères. En vérité, on assiste pratiquement au même phénomène qu'avec la presse écrite. Dans le canton du Jura, par exemple, 21 % des auditeurs potentiels écoutent régulièrement *Europe 1*, soit une audience absolument égale à celle de la *Première* de la Radio suisse romande. Près de 6 % sont des fidèles de *RTL* et 6 % de *France-Inter*. Il est vrai que le cas du Jura est un peu particulier, mais le phénomène existe dans toutes les régions romandes, à des degrés divers. S'agissant de la télévision, tous les téléspectateurs romands peuvent capter sans aucune difficulté *TF1*, *Antenne 2* et *FR3*. Dans certaines régions, il est aussi possible de recevoir la *5* et la *6*, de même que deux chaînes allemandes, une autrichienne, la *RAI* ou encore *Sky Channel*. Dans certaines localités jurassiennes, une région d'avant-garde en la matière, il est ainsi possible de capter une quinzaine de chaînes TV. Cette offre, qui ne contribue pas forcément à l'éveil du citoyen, tient essentiellement au fait que la Suisse (et plus spécialement les régions jurassiennes) est un pays très câblé. C'est ainsi qu'au 1er janvier 1986, on comptait plus de 800 réseaux câblés dans l'ensemble du pays, auxquels étaient raccordés 1,2 millions de foyers. Et parmi ces derniers,

1,1 million étaient en mesure de recevoir au moins un programme retransmis par satellite.

### **Les expériences de radio locale**

Aussi nécessaire et enrichissante soit-elle, cette pénétration en Suisse des stations et chaînes étrangères ne constitue pas véritablement une rupture du monopole de la SSR. Sur le plan interne, une rupture n'est intervenue qu'en juin 1982, lorsque le Conseil fédéral a décidé d'autoriser la création d'un certain nombre de radios et de télévisions locales en Suisse. Les premières radios locales ne commenceront à fonctionner que vers la fin de 1983 et vivront, durant 5 ans, sous le régime d'une ordonnance et à titre expérimental.

La réglementation sur les radios locales adoptée par le Conseil fédéral est sévère. La publicité ne doit pas dépasser 20 minutes par jour et elle est interdite pour un certain nombre de produits. Le rayon de diffusion ne doit pas dépasser 10 kilomètres. A cela s'ajoute le fait que si la publicité est autorisée sur les radios locales, elle serait en revanche interdite sur les TV locales. Conséquence: pratiquement aucune TV locale n'a vu le jour!

L'expérience dure depuis 4 ans, de sorte qu'il est tout à fait possible d'en tirer un bilan. La première remarque qu'il convient de faire, c'est qu'aucune radio locale ne ressemble à une autre. L'expérience permet toutefois de dire que la majorité des quelque 30 radios locales qui ont vu le jour en 1983/84 répondent à un besoin profond. Avec un taux d'écoute de 69 % *Fréquence Jura*, n'échappe pas à la règle! Sur le plan financier, on remarque que les radios des grandes villes ou celles qui adoptent un caractère commercial fortement marqué n'ont pas trop de peine à trouver les ressources nécessaires à leur fonctionnement. En revanche, celles qui desservent des régions périphériques ou qui avaient un projet social bien précis ont connu bien des déboires. Certaines radios



locales, en particulier dans le bassin lémanique, doivent en outre faire face à une concurrence sauvage des radios locales étrangères : concurrence des tarifs publicitaires et de la puissance des émetteurs.

### La TV par satellite

Si le Conseil fédéral s'est montré dynamique en matière de radios locales, sous la pression il est vrai des expériences étrangères et de Roger Schawinski, le patron de la station zurichoise *Radio 24*, il a en revanche traîné les pieds dans le secteur tout aussi essentiel, celui de la télévision par satellite.

En 1980 déjà, plusieurs patrons de presse, dont Jean-Claude Nicole, avaient demandé une concession pour leur projet *Tel-Sat*, qui aurait permis la diffusion de programmes dans les trois langues officielles.

Cette télévision aurait non seulement arrosé la Suisse, mais d'autres pays européens. En raison d'une concurrence étrangère très vive, les promoteurs de *Tel-Sat* souhaitaient une décision rapide : ce n'est qu'en septembre 1984 que le gouvernement suisse s'est prononcé. Et il a dit non !

Pas seulement à *Tel-Sat* d'ailleurs, mais aussi à trois autres projets. Argument du Conseil fédéral à l'époque : les bases constitutionnelles et légales font défaut. *Tel-Sat* n'était sans doute pas un projet parfait, idéal. Il n'en demeure pas moins qu'en ayant attendu près de cinq ans avant de trancher, le Conseil fédéral a peut-être fait rater une chance historique à la Suisse.

Depuis, les projets n'ont pas manqué mais, en réalité, il ne s'est pas passé grand-chose. Sur le plan juridique, le Parlement est sur le point de mettre sous toit une réglementation. Mais plus d'une dizaine de programmes diffusés par satellite arrosent déjà la Suisse, sans qu'aucun d'entre eux soit élaboré dans notre pays... On voit ainsi que dans un domaine où tout avance très vite, la Suisse se contente par trop du sommeil du juste.

## IV. Les agences de presse

La presse écrite et les médias électroniques ne sont pas uniquement alimentés par leurs propres journalistes et correspondants. Comme dans de nombreux autres pays, les agences de presse jouent un rôle important en Suisse. Par ailleurs, de nombreux journaux de petite et moyenne importance n'ont pas les moyens de s'offrir directement les services des grandes agences internationales, l'*AFP* et *Reuter* en particulier.

C'est dans ce contexte qu'il faut situer la création, en 1894, de l'*ATS*, l'Agence télégraphique suisse. En fait, l'*ATS* a été fondée par les plus hauts responsables des principaux journaux suisses de l'époque. Et bien que faisant figure d'agence nationale, l'*ATS* est une entreprise privée, une société anonyme plus précisément.

Ses principaux actionnaires sont en même temps des abonnés, comme de nombreux éditeurs de journaux ainsi que la SSR.

Certains services de la Confédération, ainsi que certaines ambassades sont également abonnés aux prestations de l'*ATS*.

La mission première de cette agence consiste évidemment à couvrir l'actualité suisse, à commencer par la politique fédérale. Mais l'*ATS* dispose également d'un réseau de bureaux régionaux dans l'ensemble du pays. Par ailleurs, elle rediffuse sur son fil un certain nombre de dépêches de l'*AFP*, de *Reuter*, de *DPA*, ainsi que d'*ANSA*. A noter que les prestations de l'*ATS* sont disponibles dans les trois langues officielles.

L'agence *Sports-Information (SI)* travaille en étroite collaboration avec l'*ATS*, du moins sur le plan technique. Fonctionnant selon le même système, *SI* assure la couverture des principaux événements sportifs nationaux, ainsi que de certaines compétitions internationales, comme le Mondial, les Jeux olympiques, ou encore le Tour de France. Mais pour d'autres

événements sportifs se produisant à l'étranger, *SI* a conclu des accords avec les agences sportives nationales.

Depuis quelques années, l'*ATS* doit faire face à la concurrence de la succursale suisse d'*AP*, *Associated Press*. *AP* ne diffuse certes pas autant de dépêches suisses que l'*ATS*. Mais elle a moins de liens institutionnels à entretenir, que ce soit avec les éditeurs, la SSR, ou la Confédération. Cela lui permet de pratiquer un journalisme plus agressif, davantage orienté vers l'exclusivité.

Autre agence de presse, la *CPS*, la *Correspondance politique suisse*. Personnellement, j'ai toujours hésité à qualifier la *CPS* d'agence. Créée en 1917, elle ne fournit pas uniquement des nouvelles, mais également des commentaires, politiquement orientés à droite, à ses abonnés, avant tout des journaux de petite et moyenne importance, dont beaucoup de tendance radicale. Depuis quelque temps, la *CPS* ne cesse de grignoter une part toujours plus importante du marché suisse de l'information. Au mois de septembre 1987, elle a passé un contrat avec la principale agence d'Allemagne fédérale, la *Deutsche Presse Agentur (DPA)*, dans le but d'assurer un service d'informations internationales à ses abonnés.

On l'aura compris: dans une mesure importante, les agences suisses, et en particulier l'*ATS*, servent à relayer les grandes agences internationales. Il n'en demeure pas moins qu'un certain nombre de médias suisses sont directement abonnés à ces grandes agences, en particulier à l'*AFP*.

Qui dit journaux dit aussi – et toujours plus – photos. Il existe aussi en Suisse des agences de photographies. *Keystone*, la plus importante d'entre elles, a son siège à Zurich, et comme son nom ne l'indique pas, elle est purement suisse. Chaque jour, *Keystone* envoie de multiples photographies d'actualité aux journaux par photofax, alors que ses très riches archives

reçoivent quelque 100 commandes par jour. *Keystone* couvre actuellement 80 % du marché suisse. Ses principaux concurrents sont étrangers. Il s'agit avant tout d'*AP*, qui détient 15 % du marché helvétique. A cela s'ajoute le fait que quelques rares et grands éditeurs possèdent leur propre service de photographie.

## V. Les nouveaux médias

Jusqu'ici, nous avons passé en revue une série de moyens d'informations que l'on pourrait qualifier de « traditionnels ». Des médias qui sont donc plus ou moins bien connus du grand public. Il n'en va sans doute pas de même pour ce qu'il est convenu d'appeler les « nouveaux médias », qui sont très récents, voire même encore en phase d'expérimentation.

### Télétexte et Vidéotex

Je me bornerai à présenter quelques médias vraiment nouveaux, du moins pour la Suisse, et qui paraissent importants du point de vue de la communication. Le premier, d'un point de vue chronologique, c'est le Télétexte, actuellement dans une phase d'essai.

Le Conseil fédéral a accordé une concession à une organisation composée de la SSR et de l'Association suisse des éditeurs de journaux, qui en a elle-même confié l'exploitation à une société anonyme. Accordée en décembre 1983, cette concession est valable jusqu'à la fin de l'année 1989. Le télétexte, ce ne sont en définitive que des informations écrites qui apparaissent sur un écran de télévision. A condition toutefois que le poste TV soit équipé d'un décodeur. Les services offerts par le télétexte sont pour l'instant la météo, l'état des routes, les cours des devises, ainsi que des pages d'actualité.

Face au télétexte, le consommateur est passif, en ce sens qu'il presse sur un bouton et qu'il obtient une série d'informations sur son écran. Son rôle devient beaucoup plus actif avec le Vidéotex, qui est en quelque sorte la version suisse du Minitel. Partant des mêmes principes, les deux systèmes sont toutefois assez différents. Moins d'ailleurs d'un point de vue technique que sur le plan des mentalités. A propos de cette différence, je ne résiste pas au plaisir de citer un extrait du dossier que Michel Zendali a consacré à ce sujet dans *La Liberté*. Il écrit notamment: « *La*

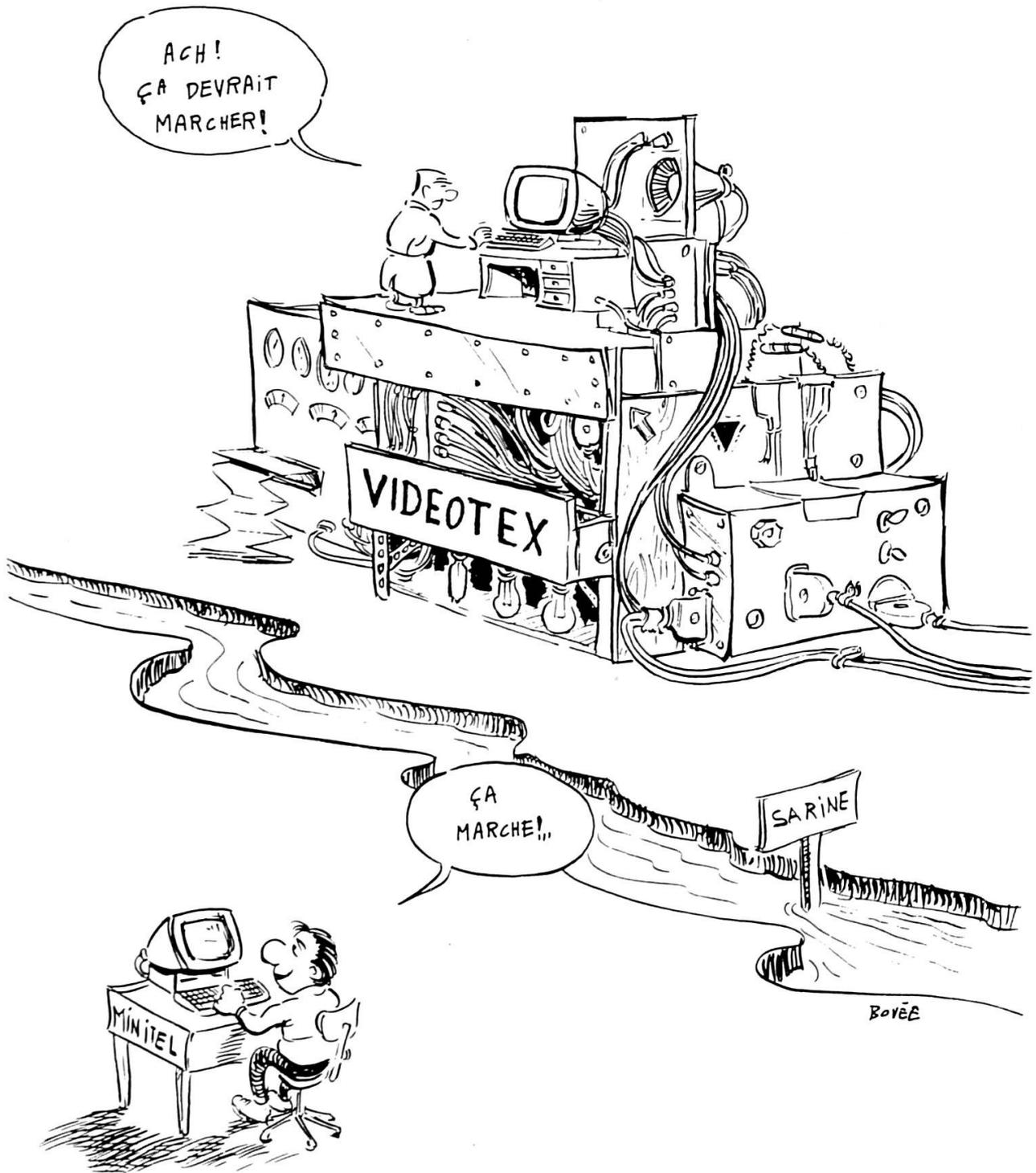
*télématique européenne marche sur deux pieds. L'un, allègre et populaire, gambade à l'ouest, en France plus précisément, où le Minitel rencontre un succès extraordinaire. L'autre marche au nord, du pas lourd d'une technologie hypersophistiquée mais lente, coûteuse, et pour l'heure quasi inconnue du grand public. Pour son malheur, la Suisse et son Vidéotex sont de ce second camp* ». Cette citation me plaît beaucoup, car elle explique toutes les différences entre les deux systèmes: le Minitel est en quelque sorte la 2 CV de la télématique, le Vidéotex une Mercedes.

Comme le Minitel, le Vidéotex est une combinaison de la télématique, du téléphone et de l'écran. Une combinaison qui permet de consulter des banques de données. En Suisse, l'introduction de ce service date du début 1987. A ce jour, quelques milliers de terminaux ont été installés, ce qui est plutôt maigre par rapport au véritable phénomène de société que représente le Minitel en France.

La technologie du Vidéotex est certes plus performante, mais aussi plus chère et plus lourde à utiliser. Les Suisses, comme d'ailleurs les Allemands, ont opté pour une approche professionnelle, alors qu'en France on a d'emblée visé le grand public.

Par ailleurs, le réseau Vidéotex ne comprend qu'une vingtaine de banques de données, ce qui est insuffisant pour attirer un large public. De leur côté, les usagers ne sont pas intéressés à un instrument qui ne donne accès qu'à un nombre limité de prestations. C'est en quelque sorte l'histoire de la poule et de l'œuf.

Pour utiliser le Vidéotex chez soi, il faut un appareil de télévision spécialement équipé, qui coûte environ 3500 francs, soit 1500 francs de plus qu'une TV « normale ». En outre, chaque abonné doit se munir d'un appareil de raccordement, que les PTT louent 12 francs par mois. Enfin, une minute de communication coûte 12 centimes et demi. Tout cela permet de com-



TÉLÉMATIQUE:  
DES CONCEPTIONS  
TRÈS DIFFÉRENTES...

prendre pourquoi le Vidéotex, contrairement au Minitel, n'a pas fait un tabac et pourquoi plus de la moitié de la clientèle est composée d'entreprises. Autre handicap du Vidéotex, plus des deux tiers des banques de données sont concentrées en Suisse alémanique, où se recrutent d'ailleurs l'essentiel des abonnés actuels. Dans ces conditions, on comprend pourquoi plusieurs centaines de Minitels sont aujourd'hui en service en Suisse romande, c'est-à-dire davantage que de Vidéotex suisses. Cette situation a également donné des idées à certains. C'est ainsi qu'en mars dernier, le groupe Jean-Claude Nicole a mis sur le marché *Swisstell*. Si l'on en croit leurs déclarations, les promoteurs de *Swisstell* ne veulent en aucun cas concurrencer le Vidéotex, mais en faire un complément, à l'usage du grand public. Le matériel utilisé est celui du Minitel et les services proposés ont deux objectifs : être distrayants et conviviaux. Plus concrètement, le serveur genevois propose à ses utilisateurs des services variés : messages, boîtes aux lettres, annonces, informations et jeux.

## VI. Conclusions

Après avoir brossé un tableau sans doute non exhaustif mais certainement assez vaste du paysage médiatique suisse, il est difficile de parvenir à une conclusion, ou plutôt à une seule conclusion. C'est pourquoi j'utiliserai ce terme au pluriel. De manière générale, je pense que les Suisses sont relativement gâtés sur le plan médiatique. Leur presse est abondante et relativement diversifiée. Diversification qui a certainement été renforcée par l'émergence des radios locales. De manière générale, leur radio et leur TV nationales sont encore assez indépendantes. Placée au cœur de l'Europe, la Suisse bénéficie en outre d'un apport médiatique étranger intéressant et nécessaire. Enfin, notre pays ne paraît pas trop en retard dans le secteur des nouveaux médias. Ce premier bilan, assez optimiste, doit cependant être nuancé sur de nombreux points.

### Concentration progressive

La presse suisse est encore relativement diversifiée, pluraliste et décentralisée. Il n'en demeure pas moins que le phénomène de la concentration ne cesse de s'accélérer. La disparition d'un certain nombre de titres, en tant que telle, ne me paraît pas être l'aspect essentiel de la question. Le problème le plus important est que cette concentration s'est faite au détriment de la presse d'opinion, et en particulier de la presse de gauche. Evidemment on rétorquera que, depuis un certain nombre d'années, on a assisté à l'émergence d'une grande presse dite « indépendante et d'information ». On peut toutefois se demander si cette expression n'est pas en partie un mythe. Car des opinions s'expriment aussi dans la presse de ce type. Et depuis quelque temps, j'ai le sentiment, pour ne pas dire la conviction, que les éditorialistes de droite y sont toujours plus nombreux.

Un autre aspect de cette évolution est le développement toujours plus fort de la



## Cours de formation 1988

En début d'année, l'ADIJ organise, comme elle en a pris l'habitude, deux cours de formation portant sur les problèmes économiques.

- **Le premier s'adresse au grand public.**

En collaboration avec les professeurs enseignant l'économie dans les écoles jurassiennes, l'ADIJ se propose, en dix soirées, d'aborder les grands sujets de l'actualité économique.

Début des cours : mi-février 1988.

Finance d'inscription : 50 francs.

- **Le second cours est destiné aux cadres et dirigeants des PME.**

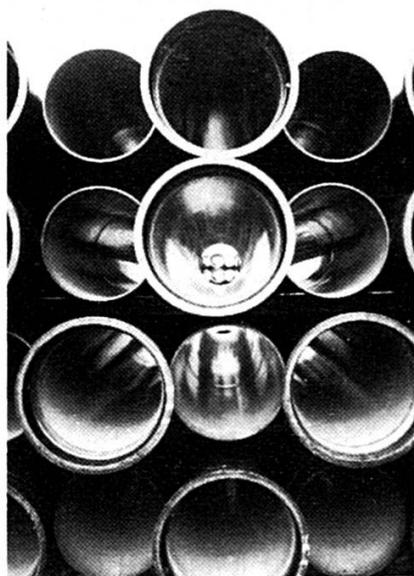
En collaboration avec des spécialistes et des praticiens jurassiens, l'ADIJ se propose de passer en revue, en dix soirées, les grands domaines de la gestion d'une PME (droit, fiscalité, gestion financière, marketing, gestion des ressources humaines...).

Début des cours : début mars 1988.

Finance d'inscription : 200 francs.

**Précisions complémentaires  
et inscriptions au secrétariat de l'ADIJ.**

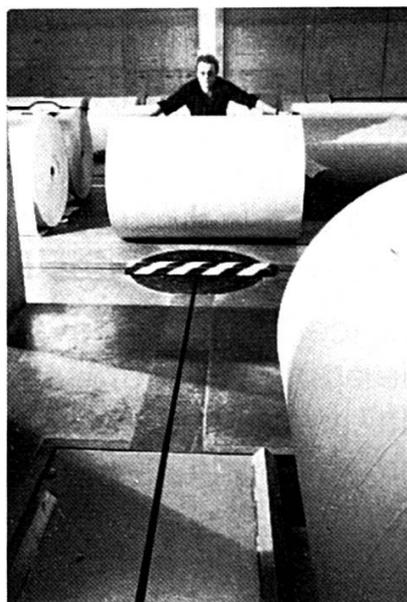
# Von Roll dans le Jura



*Tuyaux*



*Fonte*



*Manutention*

Von Roll SA  
Département tuyaux  
2763 Choindéz

Von Roll SA  
Département machines et manutention  
et département produits en fonte  
2800 Delémont

tendance « boulevard », c'est-à-dire celle du « sang à la Une », du sensationnel, et j'en passe. Dans une certaine mesure, cette tendance est contrebalancée par l'apparition d'un journalisme d'investigation sérieux. Un journalisme qui n'a toutefois pas toujours les faveurs de la cote, spécialement auprès des pouvoirs politiques et économiques.

Le phénomène de la concentration est intimement lié au développement des grands groupes de presse. Dans une certaine mesure, je comprends que des entrepreneurs de la communication s'intéressent à l'ensemble du monde médiatique. Il n'en demeure pas moins que lorsque ces groupes possèdent à la fois plusieurs quotidiens, des magazines, des imprimeries, des radios locales et d'autres choses, cela représente un pouvoir énorme pour quelques personnes. Plus concrètement, je serais par exemple assez inquiet d'apprendre que la famille Lamunière, à Lausanne, se décide tout à coup de vendre son groupe, Edipresse. Car nombre d'observateurs estiment qu'en Suisse personne ne serait en mesure de le racheter, alors que sur le plan européen, seuls trois ou quatre grands groupes en seraient capables.

### **Pas de stratégie cohérente**

Il me semble par ailleurs que la Suisse n'a pas de stratégie globale et cohérente en matière de médias. Bien sûr, à la fin des années septante, le Conseil fédéral a nommé une commission d'experts chargés d'élaborer une « conception globale » des médias. Cette commission a beaucoup travaillé, pondu un magnifique rapport... qui n'a finalement débouché que sur un certain nombre de recommandations à l'intention des autorités.

Je ne suis pas de ceux qui souhaitent que l'État réglemente tout en la matière. Il n'en reste pas moins que, dans un domaine qui évolue très vite, une politique gouvernementale minimale paraît indispensable.

D'autant plus indispensable si l'on veut mettre sur pied une collaboration à l'échelle européenne, en particulier à propos des nouveaux médias.

### **Quelle finalité pour l'information ?**

L'individu est de plus en plus bombardé d'informations. Du matin au soir, il baigne littéralement dedans. Mais en définitive, est-il vraiment bien informé, est-il capable de faire un choix, n'avale-t-il pas trop ce qu'il lit, entend et voit comme autant de petits pains ? Question à la fois délicate et provocante, mais ne faut-il pas, de temps à autre, poser le problème de la **finalité** de l'information ? La chasse à l'exclusivité, l'augmentation des tirages et la hausse des taux d'écoute ne laissent pas indifférent. Mais ces éléments ne sauraient être considérés comme des objectifs pour eux-mêmes, des buts ultimes. L'information ne doit-elle pas en premier lieu améliorer la communication entre les gens, favoriser le débat démocratique, contribuer à l'épanouissement de l'individu, en particulier sur le plan culturel ?

Personnellement, je réponds oui sans hésiter. Mais je ne suis pas certain du tout que nous soyons actuellement sur la bonne voie. Dans un ouvrage intitulé « Notre bain quotidien, les médias en Suisse », l'éminent sociologue Alfred Willener est même arrivé à la conclusion que les médias contribuaient à renforcer les inégalités au sein de notre société. Une société, selon Willener, dans laquelle les défavorisés sont handicapés plutôt qu'aides par les médias, les privilégiés pouvant au contraire s'aider des médias pour augmenter l'avance qu'ils ont sur le reste de la population. Toujours selon Willener, ces défavorisés sont les salariés des postes de travail les plus pénibles et les plus monotones, les ouvriers et employés peu ou moyennement qualifiés et bon nombre de retraités. Des défavorisés qui consomment surtout des médias dont l'accès est facile, leur préparation à la lecture étant



LIBERTÉ D'INFORMER :  
UNE ÉVOLUTION PARFOIS INQUIÉTANTE...

spécialement faible. On pourrait aisément parier que ce portrait ne s'applique pas qu'à la Suisse et que pratiquement toutes les sociétés occidentales connaissent la même situation.

Tout cela montre bien que les gens des médias assument une très grande responsabilité. Une responsabilité que je situe bien davantage sur le plan culturel qu'au niveau politique. Il ne s'agit bien sûr pas d'en arriver à interdire des émissions comme «Dallas» ou «Dynasty», mais d'essayer de montrer qu'il existe d'autres choses, généralement plus intéressantes et plus captivantes. Et dans cet apprentissage des médias, l'école porte elle aussi une lourde responsabilité.

### **La liberté d'informer**

Je voudrais enfin souligner qu'il convient aussi de laisser les journalistes faire leur travail. Je constate malheureusement que la tendance va plutôt dans le sens inverse. Et je ne voudrais en donner deux exemples, très simples. L'un relève de la sphère fédérale, l'autre du domaine communal.

Voici quelques années, le correspondant à Berne d'un journal alémanique s'est vu interdire l'accès au Parlement parce qu'il avait photographié des députés en train de faire la sieste au milieu d'un débat! Je laisse à chacun le soin de répondre à la question consistant à savoir qui, des photographes ou des députés, était le plus respectueux des institutions suisses!

Deuxième exemple, communal, qui m'attriste, car il est tiré d'une circulaire que le maire de Delémont, ancien journaliste lui-même, a adressée à ses chefs de service pour leur demander de ne pas livrer d'informations à des journalistes sans avoir obtenu, au préalable, l'accord du secrétaire municipal.

En tant que tels, ces deux petits faits ne sont pas graves. Mais je pourrais multiplier les exemples. Des exemples qui montrent tous une fâcheuse tendance de certains hommes politiques à vouloir une presse à leurs ordres. Pour ma part, j'espère qu'il se trouve encore beaucoup de journalistes capables de refuser de travailler dans de telles conditions.

*J.-C. R.*

#### **Association pour la défense des intérêts jurassiens**

Président ad interim :  
Philippe Degoumois, avocat et notaire,  
2740 Moutier

Secrétaire général  
et rédacteur responsable :  
Pierre-Alain Gentil, 2800 Delémont

#### **Administration de l'ADIJ et rédaction des «intérêts de nos régions»**

Rue du Château 2, case postale 344, 2740 Moutier 1, ☎ 032 93 41 51, c.c.p. 25-2086-1