

# Le moteur des médias : l'argent ou l'information ?

**Date :** 22.11.2023

**Lieu :** Espace Martin Luther King (salle sous l'église de St-Laurent)

**Horaire :** 19h30 - 21h30

**Organisation :** Mouvement chrétien citoyen

**Intervenants :**

Caroline Gebhard : journaliste à *La Côte*, présidente d'impressum Vaud.

Jacques Pilet : journaliste « retraité actif », a travaillé pour *24H*, *L'Hebdo*, *Le Nouveau Quotidien*, la RTS et depuis 2017 il dirige le média en ligne *Bon pour la tête*.

Michel Kocher : journaliste RTS religion (futur retraité) et théologien.

Raphaël Pomey : journaliste, rédacteur en chef et fondateur du magazine *Le Peuple*.

Shafique Keshavjee : théologien et écrivain.

**Modérateur :** Pierre Farron, président association Mouvement chrétien citoyen, pasteur et théologien.

**Présents :** environ 30 personnes

## Exposés des intervenants

### Shafique Keshavjee

Face à la situation, il faut *écouter, analyser et agir*.

*Écouter* les journalistes qui ont manifesté une première fois le 25 septembre devant la Tour Édipresse à Lausanne à la suite de l'annonce du licenciement de 28 journalistes. Une deuxième manifestation a eu lieu le 31 octobre après l'annonce de 28 autres postes supprimés. Madame Caroline Gebhard a eu des paroles fortes.

*Analyser la situation de la presse*. Heidi.news (qui appartient à la concurrence) a publié des [articles consacrés à Tamedia et à la famille Conix](#). Tamedia contrôle 40% de la presse alémanique et 70% de la presse romande. En 2022, le groupe dans son ensemble a généré des bénéfices globaux pour 100 millions de francs. La famille Conix détient 70% du groupe et touche depuis 20 ans environ 40 millions de bénéfice par an. Dès lors, les licenciements semblent incompréhensibles, mais le groupe les justifie en arguant que chaque secteur doit être rentable.

Comment *agir* ? Le Mouvement chrétien citoyen a organisé cette table ronde. Il a également écrit à Madame Rita Famos, présidente de l'Église évangélique réformée de Suisse qui a répondu à notre lettre en nous assurant que l'EERS déplore les licenciements dans la presse. Néanmoins, elle ne mentionne aucune intention, de la part de l'EERS, de s'impliquer dans cette question. La lettre à Tamedia a obtenu une réponse, mais cette dernière ne fait que réaffirmer le bien-fondé des décisions prises. L'article que Shafique Keshavjee a proposé à 24H n'a pas été publié par ce journal.

D'autres journaux vivent aussi des difficultés, par exemple *Le Temps* ainsi que le Groupe ESH médias, actif dans la presse régionale en Suisse romande. De même, on envisage la réduction de la redevance radio TV.

**Caroline Gebhard**

Le métier de journaliste est soumis à beaucoup de pression aujourd'hui, à commencer par les conditions salariales. En Suisse romande, la convention collective de travail de la presse écrite fixe le salaire initial à 5'863 fr/mois. Les barèmes minima ont été biffés par les éditeurs en 2014. Depuis, c'est un peu chacun pour soi. Il existe toutefois une exception dans cette vaste jungle : chez Tamedia, les accords interrédactions assurent une progression tous les cinq ans environ aux journalistes RP, plafonnée dès la 19<sup>e</sup> année d'activité. Ce qui n'a pas empêché le groupe de verser 47,7 millions de francs de dividendes à ses actionnaires en 2022. Sur le papier, il n'y a donc là rien d'irréconciliable.

La vague actuelle de licenciements a été précédée d'autres vagues. En 2016, une vingtaine de postes ont disparu chez Tamedia. En 2018, d'autres restructurations et licenciements ont secoué le monde de la presse, en particulier lors de la disparition du «Matin».

En 2023, en Suisse romande, Tamedia a supprimé d'abord 28 postes dans les journaux payants et ensuite 28 postes dans les journaux gratuits. Plus de 80 postes ont été supprimés à l'échelle du pays.

Les annonces fondent. Pourtant, des solutions existent. Tamedia pourrait notamment réinjecter dans la presse les revenus des petites annonces dont le groupe les a privés en les faisant migrer sur des plateformes digitales.

Comment faire du journalisme sans journalistes ? L'information est un bien public, ce n'est pas un bien de consommation comme un autre. Si le journalisme disparaît, qui prendra la place ? Facebook, TikTok ou Youtube ? Veut-on laisser à ces plateformes le soin de nous informer de ce qui se passe chez nous ?

### **Jacques Pilet**

La période 1990-2000 a été une période d'or pour la presse, puis les difficultés ont commencé.

Le nombre d'abonnés est en baisse. On peut se demander :

- Est-ce trop cher ?
- Les contenus ne correspondent-ils plus aux besoins ?
- Les plateformes et les réseaux sociaux prennent-ils la relève ?

Pourquoi ne sommes-nous plus attrayants ? Même les journalistes se posent peu la question de l'évolution des contenus. Ces derniers sont restés plus ou moins les mêmes.

Par rapport aux coûts, on peut relever que les journaux gratuits ont marché un temps et puis « se sont cassé la figure ». Leurs collaborateurs sont des « malaxeurs de dépêches », il n'y a pas de vrais reportages, les quelques vidéos dans l'édition digitale sont à mi-chemin entre ceux de la RTS et TikTok.

*Le Temps* aussi rencontre des difficultés ainsi que la presse régionale à Zurich, Bâle et Berne.

Malgré les difficultés, les plateformes indépendantes montent.

La révolte doit concerner les pertes d'emploi mais aussi amener une réflexion sur le sens. L'exigence du métier doit être mise en avant face au public. Une photo en noir et blanc est parfois plus parlante qu'une vidéo.

Soit les médias sauront se renouveler, soit ils vont s'étioler.

## Michel Kocher

Les licenciements doivent être analysés de plusieurs points de vue. Le journalisme est un écosystème.

C'est un *service*. C'est un bien collectif, il garantit l'accès à une information libre, indépendante, ce qui est essentiel pour la pluralité démocratique.

C'est un *combat*. Il faut chercher l'information pertinente et il y a de nombreux défis comme les lobbies et les fake news.

C'est une *économie*. On pourrait dire, en langage chrétien, une *alliance* de cinq acteurs :

- L'éditeur
- Les annonceurs
- Les distributeurs
- Les consommateurs
- L'État qui veille au cadre et qui peut assurer des subventions directes et indirectes.

Il y a aussi un jeu médiologique. La digitalisation a tout changé, avec la fragmentation des publics, la distribution numérique et les plateformes.

Les annonceurs utilisent les influenceurs et les algorithmes.

Il nous faut être des consommateurs responsables. La presse locale semble être mieux lotie et elle est irremplaçable.

## Raphaël Pomey

Il a travaillé pendant 6 ans au *Matin bleu*, puis à *20 Minutes* et pour *Le Matin* (site internet). Il estime que les journaux gratuits constituent une « bonne école ». Dans son parcours, il y a eu ensuite 2 ans pendant lesquels il s'est senti un esclave soumis au rendement. C'est pourquoi il a décidé de devenir autoentrepreneur en fondant *Le Peuple*. Pour lui, on a perdu le lien avec le public et ses soucis quotidiens. *Le Peuple* vise à le retrouver. Il y a des vidéos, des articles dont une partie sont accessibles uniquement aux abonnés comme la version PDF. Cela commence à bien marcher.

On a cru à un « libéralisme responsable » mais il y a de moins en moins de certitude qu'il puisse exister. Au nom de la liberté, on en vient à légitimer la vente d'organes (ndlr : allusion à la position de Javier Milei, nouveau président argentin).

Mais l'étatisme pose d'autres problèmes, lisse les aspérités, impose un centre de gravité (progressisme social).

Un bout de solution est le « communautarisme » autour des valeurs partagés, qui se distingue de l'esprit de secte.

## Table ronde

JP – Les journalistes sont proches des élus mais cela ne représente pas la majorité puisque seulement 40% de la population va voter. Pendant la période Covid les médias ont soutenu la ligne gouvernementale avec peu d'articles favorisant le débat contradictoire.

RP – Il y a actuellement un climat d'apathie, plus de politique de milice, on a perdu le contact avec le peuple.

CG – La presse locale est présente dans les conseils communaux et généraux. Mais elle manque de moyens.

RP – Die Weltwoche est populiste.

JP – L'intelligence artificielle peut rendre service, elle pourra par exemple faire le résumé de 3 dépêches. Mais ce qui compte est le jugement, le choix mais aussi l'éclairage des informations.

PF - Comme tous les outils, nous devons nous poser les questions :

- Dans quelles mains ?
- Dans quel but ?

CG – Les journalistes de terrain ne pourront pas être remplacés par l'intelligence artificielle.

SK – On peut faire un lien étymologique entre le mot *Dieu* et le mot *journaliste*. Les deux partagent une même racine indo-européenne *deiwos* qui signifie le ciel, le lumineux, le jour. D'une certaine manière, comme Dieu, un journaliste est appelé à éclairer de manière pertinente la réalité. Comme Dieu, un journalisme de qualité doit être à la fois local et universel, et participer au vivre-ensemble.

MK – Pour l'intelligence artificielle, l'angle est le quantitatif.

Autrefois le média dominant était la RTS. Ce n'est plus le cas.

Aujourd'hui nous sommes surinformés. Il faut trier les informations et lancer le débat. Il y va de la démocratie

## **Débat avec le public**

La soirée s'est terminée avec des interventions et des questions des personnes présentes dans le public.

Dans la discussion, les besoins de la population par rapport aux journalistes ont notamment été mentionnés. Une personne a parlé du besoin de pouvoir faire confiance aux journalistes : "on a envie de lire des journalistes en qui on a confiance ". Comment recréer cette confiance entre ces deux mondes ?

Et pour Tamedia et ces licenciements, déclencheur de cette soirée, l'injustice demeure et notre impuissance à les faire bouger demeure...

Le débat a été prolongé de manière informelle et agréable autour d'un apéritif offert par l'association Mouvement chrétien citoyen.

Notes prises, pour la plus grande partie, par Paola Vezzani (comité MCC)