



Communiqué de presse

Date 22.1.2018

Embargo 15h

La COFEM présente des mesures relatives à l'organisation future du paysage suisse des médias

Le paysage suisse des médias est en pleine mutation: la concentration des médias s'accélère, les effectifs dans les rédactions se réduisent et l'avenir du service public fait l'objet de vives discussions. Avec la publication d'un nouveau papier de discussion sur "les spécificités des médias à l'ère numérique", la Commission fédérale des médias (COFEM) veut contribuer à dépassionner le débat. La commission propose de réformer l'aide aux médias, d'adapter le service public et de prendre des mesures visant à encourager une utilisation responsable des médias.

La numérisation modifie fondamentalement la production, la distribution et la consommation des médias comme de leurs contenus. Dans son dernier papier de discussion, la Commission fédérale des médias (COFEM) examine les spécificités des médias, les changements à l'ère numérique ainsi que les options en matière de politique des médias qui en découlent.

Dans une perspective économique, le marché de médias se distingue fondamentalement des autres marchés:

- Les contenus de médias ne sont que partiellement refinancés par le public. En effet, les informations sont un bien public et l'utilité des médias pour la société est plus élevée que la propension des utilisateurs à payer pour des contenus. Il est en outre difficile d'évaluer la qualité des médias.
- Avec la numérisation, on assiste, sur le marché de la publicité, à un transfert massif de la publicité vers les moteurs de recherche, les médias sociaux et les portails de petites annonces, au détriment des médias journalistiques. Les recettes publicitaires des entreprises de médias diminuent d'année en année.
- Les économies d'échelle et d'envergure favorisent la concentration dans le secteur des médias. La pression économique induite par la baisse des recettes incite les entreprises comme les rédactions à fusionner, et nuit à la diversité médiatique.
- En Suisse, la petite taille des marchés linguistiques de médias et la concurrence étrangère aggravent encore la situation des télévisions privées. L'offre en médias d'information est limitée par l'étroitesse du marché publicitaire et le faible nombre d'abonnés potentiels.

Dans une perspective socio-politique, les médias présentent aussi certaines particularités:

- Les médias ne sont pas seulement un bien économique, ils sont aussi un bien culturel. Ils revêtent une grande importance sociale, culturelle et politique pour la société. Ils façonnent l'opinion publique, offrent un forum de discussions et assurent un contrôle l'Etat et l'économie.



Communiqué de presse • **Spécificités des médias**

- La numérisation ne change rien à la situation. A l'avenir aussi, des contenus de médias journalistiques seront nécessaires. Néanmoins, la numérisation modifie la manière de produire et de distribuer les médias, afin que ceux-ci puissent **satisfaire à de nouveaux modes d'utilisation**.

La COFEM est clairement d'avis qu'**à l'ère de l'internet aussi, les médias d'information et les offres journalistiques demeurent pertinents et indispensables dans une démocratie directe**. Au vu des changements numériques, il convient toutefois de se poser la question de l'organisation future du paysage suisse des médias.

La COFEM estime qu'une concurrence dans le secteur des médias est souhaitable. A cet égard, la capacité innovatrice des fournisseurs de médias doit pouvoir se développer aussi librement que possible. En même temps, vu les spécificités des médias, elle est convaincue qu'à l'ère numérique également, les conditions d'un marché totalement dépourvu de réglementation ne suffisent pas à fournir les services journalistiques nécessaires à la société et à la démocratie. Par conséquent, la commission envisage trois domaines de mesures:

- **Aide aux médias tournée vers l'avenir:** La réticence à payer pour des offres de médias journalistiques de même que le transfert de la publicité vers les nouveaux acteurs de l'internet rendent difficile le financement des offres des médias privés. Au vu de ces évolutions, la COFEM juge nécessaire de soutenir aussi les médias en ligne.
- **La SSR à l'ère numérique:** Vu que les médias sont de plus en plus utilisés en ligne et sur des supports mobiles, la COFEM considère que la SSR doit être adaptée aux réalités numériques. Cela ne signifie toutefois pas qu'elle doit tout offrir. Une organisation de médias publique est tenue de se démarquer des diffuseurs purement commerciaux. La COFEM a aussi réfléchi à l'évolution à long terme. Dans un avenir où les médias seront diffusés par l'internet à large bande et utilisés surtout à la demande, l'adaptation du service public aux réalités numériques doit être pensée de manière conséquente et approfondie. Il faut renégocier le mandat de la SSR. Les conditions de production et d'utilisation ayant totalement changé, il convient de définir quels contenus doivent être fournis pour remplir le mandat de service public, comment élaborer ces contenus pour qu'ils présentent de l'intérêt pour les utilisateurs et comment assurer leur diffusion dans le public, compte tenu du rôle joué par les nouveaux intermédiaires et la sélection algorithmique. Dans ce futur tourné vers la consommation à la demande, il n'est pas certain non plus que le financement par la publicité conserve sa nécessité, sa pertinence et sa faisabilité pour les fournisseurs de contenus de service public; la question devrait pour le moins être réexaminée.
- **Autodétermination dans l'utilisation des médias:** L'introduction de règles sur l'accès au réseau, la neutralité du réseau et les algorithmes devrait garantir que la population continue à bénéficier d'une offre de médias complète et diversifiée. L'accessibilité des offres journalistiques en fait également partie. Toutefois, la numérisation exige aussi de grandes compétences médiatiques de la part des utilisateurs. Au-delà de la capacité à se servir d'appareils techniques, il est essentiel de pouvoir évaluer la fiabilité et les intérêts des sources consultées, et comprendre le fonctionnement du journalisme et des réseaux sociaux. Les compétences médiatiques ne doivent cependant pas se résumer uniquement à la capacité à utiliser les médias. Elles doivent aussi contribuer à ce que les individus apprennent à



Communiqué de presse • **Spécificités des médias**

utiliser activement les nouveaux médias pour organiser leur vie, par exemple en participant à la production de contenus ou à des processus en lien avec la politique des médias.

Questions:

Otfried Jarren, président de la Commission fédérale des médias: o.jarren@ipmz.uzh.ch

Secrétariat de la Commission fédérale des médias: martina.leonarz@bakom.admin.ch

Informations supplémentaires:

Le papier de discussion "Spécificités des médias à l'ère numérique" peut être consulté sous:

<https://www.emek.admin.ch/fr/actuel/apercu/>