



Planète réseaux

Patrick-Yves Badillo *



Des médias suisses «gagnant-gagnant»!

Depuis plus d'une décennie, les médias sont soumis à une crise violente. Par exemple, aux Etats-Unis, le nombre d'employés dans les rédactions des journaux a chuté de 55 000 en 2006 à 32 900 en 2014, soit une baisse d'environ 40%! La situation des médias suisses est également préoccupante. Les journaux helvétiques connaissent toujours de grandes difficultés. La SSR est sur la sellette avec des interrogations fortes sur son financement et ses missions. Netflix apparaît comme un nouvel acteur important. Les géants d'Internet ont une force de frappe exceptionnelle. Ils sont en mesure de prendre une part croissante des 5 milliards de ressources publicitaires des médias suisses. Va-t-on assister à la poursuite de la longue dilution de la presse? La SSR pourrait-elle être démantelée? Deviendrait-elle un acteur adventice dans un nouveau système médiatique majoritairement contrôlé par des acteurs externes? Comment les débats démocratiques helvétiques seraient-ils alors animés? Pour préserver les ressources publicitaires suisses, vitales, un accord gagnant-gagnant est à imaginer.

Au-delà des tensions entre les éditeurs privés et la SSR, il paraît indispensable de définir les termes d'un tel accord. Il conviendrait que les acteurs suisses renforcent de façon synergique leur présence sur le numérique et conservent la plus large partie de leur marché publicitaire. En l'absence d'un tel accord, les ressources des médias suisses seront évanescences. Définir un tel accord revient à encourager les

«Définir tel accord revient à encourager les éditeurs, comme la SSR, dans le numérique»

éditeurs, comme la SSR, à acquérir des compétences élevées dans le numérique. Qu'il s'agisse de l'algorithmique, du big data ou de l'affirmation de nouveaux business models. Toute solution non coopérative serait probablement perdant-perdant!

* Professeur, Medi@LAB-UNIGE