

Ce journal appartient à ses lecteurs

L'EQUIPE DU «COURRIER»

«Tamedia AG contrôle 74% du marché de la presse suisse francophone.» L'information, qui émane d'une récente étude de l'Université de Zurich¹, est passée quasiment inaperçue. On comprend bien pourquoi!

Fédération de minuscules «pays» davantage qu'Etat unifié, la Suisse a longtemps cru être à l'abri de l'hyperconcentration médiatique dénoncée chez nos voisins. Mais derrière une pluralité de titres régionaux transparissent aujourd'hui un nombre restreint de sociétés éditrices et, surtout, une logique unique: la rentabilité.

Une série de rapports commandités par la Confédération² ont pointé les risques: «Les suppressions de postes signifient une perte de savoir, d'expérience et de capacité de recherche.» Avec la multiplication des fusions totales ou partielles, écrivent les chercheurs, «les contenus se rapprochent à tel point qu'ils finissent par tous se ressembler et les différences entre journaux payants et journaux gratuits s'amenuisent».

Les gratuits –qui depuis 2009 ont détrôné les payants en terme d'audience– ne sont en effet que la face la plus visible d'une transformation globale. Année après année, l'info divertissement grignote l'espace dévolu aux nouvelles d'intérêt public, la polémique prend le pas sur la réflexion, le commentaire disparaît ou s'affadit: trop clivant, à moins d'être badin. Une vacuité qui n'est pas pour rien dans le recul des médias concurrencés par d'autres loisirs et les réseaux sociaux.

A contre-courant, *Le Courrier* a lancé en mars une nouvelle formule, mettant l'accent sur le débat démocratique. Plus que jamais, notre journal mise sur des sujets originaux, enquêtes, reportages, analyses et commentaires, les armes d'un journalisme exigeant, citoyen, engagé. Face à l'info kleenex –aussitôt consommée aussitôt oubliée–, face à l'uniformisation par le bas, notre média indépendant n'a d'autre sortie que par le haut. En défendant ardemment sa différence, son savoir-faire, sa déontologie, mais sachant aussi à l'occasion être plus incisif, provocateur.

Les échos qui nous parviennent depuis sept mois sont encourageants. Ils peinent pourtant à se concrétiser en termes d'abonnements. Nous payons nos difficultés chroniques à diffuser le

journal auprès de nouveaux adeptes, le contexte économique peu favorable, la migration vers des médias calibrés pour Internet et, certainement, des habitudes de lecture toujours plus tournées
55 vers l'illusion de la gratuité.

Ces difficultés ne nous découragent pas. Pour 2012, *Le Courrier* entend continuer à développer sa présence sur le Net. Nous mettrons aussi l'accent sur le travail promotionnel. Mais d'ici-là,
60 nous devons absolument redresser la courbe du nombre d'abonnés. Sans quoi le budget 2012 mettrait déjà en péril nos contenus rédactionnels. Pour cette campagne d'automne, nous avons fixé le cap sur 500 nouveaux lecteurs. Objectif qui
65 permettrait de retrouver les chiffres noirs et pour lequel nous faisons appel à vous. Que vous parrainiez un nouveau lecteur ou que vous nous fassiez simplement connaître d'un parent, voisin, ami ou collègue, vous aurez brisé le quasi
70 monopole que les grands groupes sont en train d'instaurer.

Durant ces huit prochaines semaines, *Le Courrier* marquera sa différence, à travers un concours qui se veut ludique. Il donnera aussi la parole à des
75 personnalités qui diront en quoi leur journal préféré paraît indispensable au panorama médiatique. Pourquoi des citoyens sont prêts à investir dans la recherche d'information et le débat démocratique.

¹Annales 2011 «Qualité des médias – Schweiz Suisse Svizzera», 6 octobre 2011.

²«Garantir la diversité de la presse». Rapport du Conseil fédéral du 29 juin 2011.