



Et si l'avenir de la presse s'imprimait sur papier?

Nous poursuivons cette semaine notre série sur le rôle des médias avec Philippe Amez-Droz, du MediaLab de l'Université de Genève. Pour lui, le papier restera longtemps une «valeur refuge».

PAR **RODOLPHE HAENER**

Philippe Amez-Droz, aujourd'hui encore, la Suisse possède l'un des chiffres les plus élevés en matière de journal par habitant. En Suisse, 180 titres paraissent au moins une fois par semaine, et 40 en Suisse romande. Objectivement, il y a encore des possibilités de concentration. Il risque donc d'y avoir encore du mouvement.



“ Pour beaucoup d'éditeurs, imprimer son journal participe toujours de la crédibilité de la marque et du renforcement de son identité.”

PHILIPPE AMEZ-DROZ
CHARGÉ DE COURS
À L'UNIVERSITÉ DE GENÈVE

Va-t-il y avoir encore des disparitions de titres dans les prochaines années en Suisse romande?
C'est particulier à dire mais,

De quels types?

Cela peut aller de la fusion à la disparition ou simplement à la refonte de la périodicité de publication des journaux. Des ti-



Philippe Amez-Droz est un spécialiste des médias romands et internationaux aussi reconnu qu'écouté. Et pour lui, les Suisses ne sont pas près de se passer du papier. DR



tres pourraient ne plus paraître quotidiennement, mais deux à trois fois par semaine.

Quel avenir a le journal imprimé selon vous?

Il y a eu jadis une prédiction annonçant la fin du journal papier pour 2025. Je crois qu'il faut repousser cette date d'environ 30 ans. Et peut-être bien davantage. Car dans ce climat actuel d'instabilité et d'expérimentations des modèles d'affaires, caractérisé par une défiance du public à l'égard de l'information en général, le journal apparaît soudainement comme une valeur refuge. Les lecteurs savent comment est structuré un journal imprimé, connaissent sa hiérarchisation et son déroulé.

La mort du «print» pourrait donc ne jamais arriver?

Il existe une sorte d'idéologie du numérique qui travaille à la ringardisation du journal papier. Mais pour beaucoup d'éditeurs, imprimer son journal participe toujours de la crédibilité de la marque et du renforcement de son identité. Et puis il faut parler des tarifs publicitaires: les encarts sont vendus bien plus chers dans un journal imprimé que sur une plateforme numérique.

Justement, en quoi faut-il craindre les Gafa?

Le problème, avec ces Gafa (réd: grands groupes médiatiques numériques américains composés, entre autres, de Google, Amazon, Facebook et Apple), c'est qu'elles viennent désormais capter le marché publicitaire local en propo-

sant à des PME, qui jadis collaboraient avec le journal régional, de publier des annonces à moindre coût. C'est une vraie concurrence.

Le monde politique doit-il agir pour soutenir la presse?

Assurément! L'aide indirecte actuelle à la presse, sous forme d'abaissement des tarifs d'envois postaux, n'est plus suffisante. L'enjeu, finalement, n'est pas tellement de préserver tel ou tel titre, mais bien de sauver le métier de journaliste! Et chacun est en passe le comprendre. Ici ou là en Suisse romande, des villes ou des cantons tentent de soutenir des médias de diverses manières possibles, et notamment en achetant des espaces pour leur communication institutionnelle.