**

Chronique

**Titre : Des médias suisses « gagnants-gagnants » !**

Par Patrick-Yves Badillo, professeur, Medi@LAB-UNIGE

Depuis plus d'une décennie les médias sont soumis à une crise violente. Par exemple, aux États-Unis le nombre d'employés dans les rédactions des journaux a chuté de 55000 en 2006 à 32 900 en 2014, soit une baisse d'environ 40 % !

La situation des médias suisses est également préoccupante. Les journaux suisses 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 de l'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 suisses 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 évanescentes. Définir un tel accord revient à encourager les 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 perdants-perdants !

*1745 caractères*