

Le journaliste Nicolas Willemin sort un livre sur les médias suisses à l'ère numérique

Un virage pris à l'aveugle

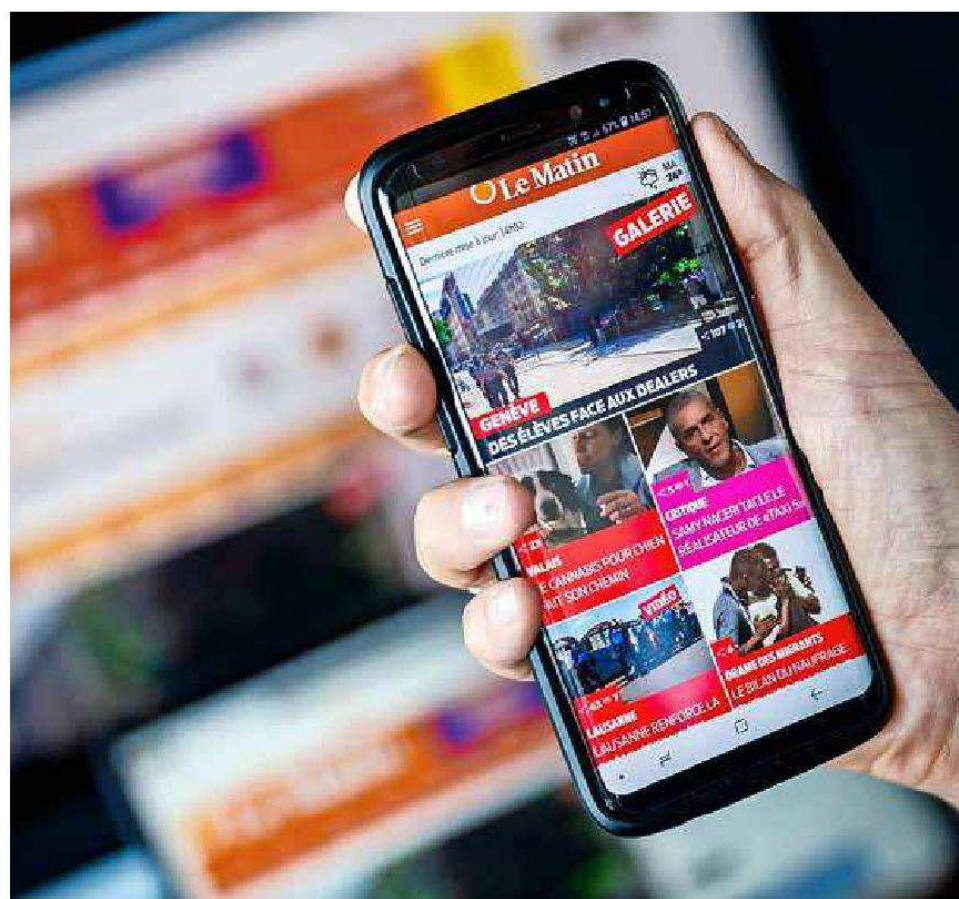
« SERGE GUMY

Publication » Dans les médias suisses, romands en particulier, le virage numérique est pris, mais personne n'en voit la fin, ni ne devine la bonne vitesse à adopter afin d'éviter la sortie de route. Où la transition inéluctable vers le numérique nous mène-t-elle? Sans apporter de réponse à cette lancinante question, Nicolas Willemin, journaliste au quotidien neuchâtelois *Arcinfo* et ancien rédacteur en chef de *l'Express* et de *l'Impartial*, jette un regard utile dans le rétroviseur. Le livre qu'il publie aux Editions Livreo-Alphil, a été verni mardi dernier au Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM), à Lausanne.

Un Minitel romand

On est frappé, à la lecture de cet ouvrage de vulgarisation, par la profusion d'initiatives lancées en Suisse romande depuis les années 1990. L'auteur nous rafraîchit la mémoire en exhumant, par exemple, la tentative de Jean-Claude Nicole, éditeur de feu *La Suisse*, de lancer sur le marché en 1987 une déclinaison helvétique du Minitel français. Mais la demande ne décolle pas. Quant au Vidéotex, porté par les PTT, il sera rattrapé et dépassé par la démocratisation d'internet dès 1995.

Dans la presse romande, *L'Hebdo* comprend alors avant tout le monde qu'une révolution se prépare. Il lance en explorateur son site Webdo à l'automne 1995. *La Liberté*, elle, attendra 1996 pour ouvrir une vitrine numérique vouée essentielle-



Le Matin se lit désormais uniquement sur les supports numériques, signe de la révolution en cours. Keystone

ment à sa promotion commerciale. Quant au groupe Edipresse, il crée Edicom, portail commun à ses différents titres (24 heures, *Tribune de Genève*, *Le Matin*). Ces divers sites relaient les dépêches de l'Agence télégraphique suisse (ATS) et mettent en avant les contenus maison, le plus souvent en accès payant. Leur fréquentation suit une

On est frappé par la profusion d'initiatives lancées en Suisse romande

courbe exponentielle. Mais à l'euphorie des débuts succède la gueule de bois après que la bulle internet a éclaté en 2000. Les éditeurs prennent peur devant l'importance des investissements déjà consentis, et tour à tour Ringier (Webdo) et Edipresse coupent les machines, tout comme la régie publicitaire Publicitas.

Le tournant du millénaire est au contraire le moment choisi par le service public pour monter en puissance sur le web, sur l'impulsion de Gilles Marchand, directeur de la Télévision suisse romande dès 2000. La suite de l'histoire, on la connaît: contagion de la presse suisse, et notamment romande, par l'info gratuite (qui gangrène également la presse papier), migration des petites annonces vers des sites spécialisés. Nicolas Willemin aurait pu fouiller davantage un autre changement majeur, à savoir l'émergence des réseaux sociaux, qui permettent à tout un chacun de devenir son propre média, induisent une relation plus horizontale entre le journaliste et ses lecteurs, et risquent de faire perdre aux médias le contrôle de la diffusion de leurs contenus au profit des tuyaux géants que sont Facebook ou Google.

Optimisme, mais...

Malgré la profondeur de la mue en cours et les dégâts subis, Nicolas Willemin, dans sa conclusion, se montre prudemment optimiste pour l'avenir des médias suisses: «Le décryptage, l'analyse, le commentaire restent des valeurs journalistiques pour lesquelles l'humain a encore de beaux jours devant lui, face à l'intelligence artificielle, au traitement des données et aux algorithmes. A condition bien sûr que les nouvelles conditions économiques du monde des médias permettent de financer correctement ce travail journalistique.»

Nicolas Willemin, *Médias suisses, le virage numérique*, Editions Livreo-Alphil, coll. Focus, 160 pp. »