



LE RIDEAU EST TOMBÉ

page 6

Dernière édition distribuée le 18 juillet 2025

Licenciement général



DUPERREX-A

MÉDIAS Le conseil d'administration de *La Région* a annoncé le licenciement de tout son personnel.

SOMMAIRE

- | | |
|---------------------------------|--|
| 02 l'éthique des laissez-passer | 08 la presse papier à réinventer |
| 03 éditorial | 09 la réd nationale du <i>20 minutes</i> |
| 04 pv de l'assemblée générale | 10 <i>schweizer medien contre google</i> |
| 06 nouvel hebdo pour le nord-vd | 12 admissions, démissions, décès... |

L'éthique des laisser-passer

Les accréditations semblent un sujet terre-à-terre sans grandeur éthique, culturelle, journalistique... et pourtant...

...entre les situations ordinaires du «je m'en fous... j'en ai tant que je veux»... du «scandale, on me la refuse à chaque fois»... ou encore du «je n'en ai pas besoin, j'enquête dans la rue», on découvre peu à peu des problèmes de fond qui nous aident à calculer l'aire et situer le centre du triangle médiatique:

Qu'est-ce qu'un événement? qu'est-ce qu'une couverture? qu'est-ce qu'un journaliste?

Vouloir «couvrir» un événement, c'est penser que sans un média sur place, le public ne saurait rien de valable: ce qui est parfois vrai, mais c'est vrai surtout aux «événements» où les journalistes ne montrent jamais le bout de leur nez: les cercles savants où «ceux qui savent» règnent par leur monopole sans objection; à l'inverse, là où les médias se pressent – par exemple le sacre d'un roi – on en saurait autant des canaux officiels. Autant que servir le public, les castes du savoir – reporters, chercheurs, militants – défendent chacune leur pré-carré à l'abri d'un entre-soi.



Boris Engelson, responsable de la Commission éthique.

Le Tintin du XX^e siècle n'est pas là où l'on croit

Ces reproches sont-ils justifiés? C'est ce que le «Rapport de la Commission d'éthique» (en ligne sur le site de **ch-media**) tente de tirer au clair. Selon la réponse, les mythes du métier tombent et l'échelle de valeurs s'inverse. Le journaliste «d'investigation» le plus valeureux n'est alors plus le Reporter sans frontières ou l'Oriana Fallaci sans peur... mais le Candide au pays technique: le ou la journaliste qui – à un congrès d'astrophysiciens ou à un salon pharmaceutique dominé par une caste savante mais

«juge et partie» – cherche au moins à juger ce qui a été omis au-delà de ce qui a été dit. Bref, à l'ère du trop d'info, le Tintin du XXI^e siècle n'est sans doute pas là où l'on croit et ne lui ressemble pas: c'est souvent un ingénieur déchu... obscur pigiste de la presse spécialisée... qui ressemble peu aux héros du Pulitzer.

Discrimination envers des pigistes

Ces combattants de l'ombre ne sont pas pour autant à l'abri des coups (surtout des coups-bas): cette année dans le Rapport, on se penche sur deux ou trois cas scandaleux de discrimination envers de tels pigistes par des salons qui se veulent au-dessus de toute question; cas qui pourraient pousser notre association à devenir l'avocate des journalistes face à la sainte trinité des pros de la comm', de la sécu et de l'expert. Trois acteurs d'un théâtre moderne qui semblent moins féroces que ceux d'antan: le mollah, le soldat et le tailleur.

Mais c'est plus vrai de loin que de près: en tout cas, voilà un débat que les médias au tournant du siècle avaient – de guerre lasse – cessé de mener, car il s'était figé: aux temps post-68, on voyait encore la presse comme le chevalier terrassant le mensonge publicitaire, la police comme le glaive des censeurs, et le patron comme le roi paresseux. Le débat voire le combat doit reprendre, mais sur des bases moins simplistes: à nous de les trouver !

Boris Engelson
Responsable de la Commission éthique

Prix Jean Dumur à la *La Liberté*

La récompense a été remise aux trois journalistes de la cellule pour une série d'enquêtes sur des dysfonctionnements graves au sein de la commune d'Estavayer-le-Lac.

Le prix Jean Dumur 2025 a été attribué au bureau Payerne-la Broye du quotidien *La Liberté*. Les trois journalistes de cette cellule sont récompensés conjointement pour une série d'enquêtes sur des dysfonctionnements graves au sein de la commune d'Estavayer-le-Lac. Par ce choix, les Amis de Jean Dumur «saluent le travail d'enquêtes collectif, sur la durée, avec de nombreuses informations originales d'intérêt public, le courage journalistique» expliquaient-ils le 26 août dernier.

Pour leurs articles, publiés entre mars 2024 et mars 2025, les trois journalistes ont notamment dû saisir la préposée cantonale à la transparence pour obtenir les rapports de l'instruction préliminaire sur le fonctionnement de l'exécutif staviais.

Les Amis de Jean Dumur souhaitent par ailleurs rappeler «l'importance du journalisme d'information et d'enquête régional et local, seul à même de fournir à la population des informations inédites et vérifiées.

Le prix a été décerné conjointement à Delphine Francey, 45 ans, responsable du bureau régional de Payerne de la *La Liberté* depuis 2011, et ses collègues Chanta Rouleau et Natasha Hathaway, toutes deux âgées de 43 ans. Il leur a été remis au Club suisse de la presse à Genève à l'issue des Assises presse et démocratie. Ce prix a été créé en 1986 en mémoire du journaliste et écrivain Jean Dumur. Il récompense une ou un journaliste de Suisse romande faisant preuve de courage journalistique, de recherche de la vérité, d'indépendance et de clarté de l'expression.

ATS

La presse écrite meurt... et l'information?

Le papier a été le principal support de l'information pendant des décennies, que dis-je, il a marqué tout le siècle précédent. Voici que, en Suisse romande, le quotidien gratuit *20 Minutes* ne sera disponible qu'en ligne. Autour d'Yverdon-les-Bains, *La Région* a licencié tout son personnel, pour cause de crise financière. On ne sait pas si la déclaration de *24Heures* de se répandre plus loin que ses bases vaudoises cache une future fusion avec la *Tribune de Genève*, cette dernière ne conservant que son titre et quelques pages locales. Aucun organe de presse régional ne peut se targuer de rouler sur l'or ou, du moins, d'être à l'aise au point de faire des plans d'avenir. La presse écrite va mal, à l'exception de quelques magazines.

Pour la faire vivre, il n'y a pas de secret: attirer un nombre d'abonnés payants suffisant et, pour une part devenant de moins en moins importante, séduire des annonceurs. Tous ceux qui ont basé leur succès presque exclusivement sur la publicité sont à la peine. La cause est connue: les prescripteurs se sont tournés vers le web. Les abonnés? Les fidèles commencent à prendre de l'âge. Il faut des décisions fermes comme celles prises par la *NZZ Neue Zürcher Zeitung*, nous en avons déjà parlé) pour miser sur l'abonnement: investissement dans la rédaction, positionnement revu, changement de rédacteur en chef. La valeur ajoutée ainsi gagnée a été reportée sur le prix de l'abonnement, revu à la hausse. Le succès a suivi. Un cas particulier qui ne peut être reproduit partout.

S'il faut accepter que le paysage des journaux imprimés s'appauvrisse, qu'en est-il de l'information? Nous ne sommes pas encore dans une situation de déserts régionaux. Pour l'éviter, des canaux différents peuvent jouer un rôle proche de celui des journaux. Des newsletters informeront, issues de milieux variés: économiques, syndicalistes, cultu-



rels, politiques, etc. Le citoyen est appelé à faire lui-même le tri entre ce qui est de l'information brute et ce qui tient de l'influence. Des sites indépendants voient le jour, leur qualité fera, ou non, leur succès. Sur Telegram, X, TikTok même, des comptes locaux fournissent des contenus sur la vie des associations, des citoyens. Les canaux existent, mais le risque de désinformation, de fake news est grand. La qualité journalistique des quotidiens, même parfois controversée, permettait de fonder un avis, en pondérant celui du support selon qu'il était réputé de gauche ou de droite. La sagacité du lecteur des différentes sources à disposition sera de plus en plus mise à contribution.

La différence viendra forcément par l'argent. Les bénévoles, les amateurs qui «jouent» à procurer des contenus ne peuvent avoir qu'une existence réduite. Le modèle économique le plus plausible sera traditionnel: ceux qui désirent de la qualité paieront un abonnement. Parfois, des soutiens officiels aideront à faire connaître les activités d'une région, municipalités, administrations et autres, avec la limite de l'autocensure, déclarée ou inconsciente. Pour le moment, des canaux gratuits en ligne comme ceux du *Matin*, de *20 Minutes*, de *Watson*, du *Blick*, s'essaient à une survie avec des inserts publicitaires. La petiteur de la Suisse fait que les infos locales n'y sont pas rares. Mais cela ne remplacera jamais le localier, ce (ou cette) journaliste qui vit sur place, s'imprègne de l'ambiance et recueille les confidences des uns et des autres. Celui ou celle qui trouvera le créneau adéquat pour faire vivre, et vibrer, son coin de pays, aura sûrement de nombreux imitateurs. C'est en tout cas notre espoir.

Gil Egger, président

EN BREF

La Broye Hebdo

Un bureau commun

Depuis le 1^{er} septembre, *La Broye Hebdo* et la rédaction régionale de *La Liberté* à Payerne, deux journaux faisant partie de St-Paul Médias SA, partagent les mêmes bureaux dans la zone industrielle de La Palaz. Une décision, rappelons-le, qui a été annoncée fin juin par le conseil d'administration de la société et qui a été prise «dans un contexte de fortes pressions économiques».

Les journalistes et les collaborateurs de cette rédaction commune ont toujours pour mission de relayer l'actualité et les informations d'intérêt public qui animent la Broye vaudoise et fribourgeoise ainsi que le Vully.

Ils continueront à proposer des articles objectifs et de qualité dont le contenu est vérifié. *La Broye Hebdo* s'engage à rester un journal local qui se fait l'écho de la vie dans les régions élargies de Payerne, d'Avenches, de Moudon et du district de la Broye. Elle se veut proche des gens tout en traitant des sujets ou événements qui suscitent le débat public. *La liberté*, de son côté, en tant que quotidien, a une approche davantage régionale que locale. Elle poursuivra son traditionnel travail d'information en couvrant l'actualité de la Broye et du Vully.

Dans ce contexte de réorganisation, les deux journaux devront partager des articles identiques.

Delphine Francey

Procès-verbal de la 55^e assemblée

La 55^e assemblée générale statutaire de ch-media a eu lieu le jeudi 12 juin 2025 à l'Hôtel Alpha-Palmiers à Lausanne.

Le président Gil Egger ouvre la 55^e Assemblée générale statutaire de **ch-media** à 18h30, en saluant chacun et propose l'ordre du jour suivant:

1. *Accueil - liste de présences*
2. *Adoption du PV de l'assemblée du 13.06.2024*
(publié dans notre journal «automne 2024»)
3. *Rapport du président*
4. *Rapport du caissier, comptes 2024*
5. *Rapport des vérificateurs des comptes*
6. *Rapport des commissions*
7. *Discussion et approbation des rapports*
8. *Election du Comité (2 ans)*
a) des membres du Comité, b) du Président, c) des vérificateurs des comptes
9. *Présentation des nouveaux membres de ch-media*
10. *Propositions individuelles et divers*

L'ordre du jour est accepté sans modification

1. Accueil – liste de présences

Après les souhaits de bienvenue le président Gil Egger prie d'excuser l'absence du président de la section de langue italienne Giovanni Galli, de Madame Dominique Rappaz et Monsieur Michel Pilet, membres du Comité.

Le secrétaire Francesco Di Franco indique que 27 personnes ont signé la liste de présences, dont 20 RP (inscrits au registre professionnel de **ch-media**) et 7 actifs non-RP. 192 membres se sont excusés.

2. Adoption du PV de l'assemblée du 13.06.2024

Le procès-verbal de l'assemblée générale statutaire du 13 juin 2024 publié dans notre journal, édition «automne 2024» a été adopté sans modification et avec remerciements à son auteur.

3. Rapport du président

Le président donne lecture du rapport du secrétaire qui fait mention de l'effectif détaillé des membres au 31 mai 2025:



Les participants à l'assemblée à l'écoute du Comité.

photos: © www.photos-people.ch

5. Rapport des vérificateurs des comptes



Roger Juillerat, vérificateur des comptes.

Le rapporteur Roger Juillerat lit le rapport des vérificateurs et précise que les vérifications d'usage ont été faites le mardi 10 juin 2025 par Patrick Wurlod et lui-même, en présence du caissier. Ils relèvent avoir contrôlé différentes pièces comptables et confirment l'exactitude des montants relevés et l'existence des actifs au 31.12.2024.

Puis, le caissier donne lecture du rapport de l'organe de révision de la fiduciaire Michel von Arx qui propose de donner décharge au caissier, aux vérificateurs des comptes et au Comité.

6. Rapport des commissions - Commission éthique

Un résumé du rapport prononcé par le représentant de la Commission éthique, Boris Engelson est publié en page 2.

7. Discussion et approbation des rapports

Le président soumet les différents rapports pour approbation. Ils sont tous approuvés à l'unanimité avec remerciements à leurs auteurs.

8. Election du Comité (2 ans)

a) des membres du Comité

Le Comité propose que la gestion de **ch-media** soit assurée par 7 personnes au lieu de 10 actuellement. Le Président remercie Dominique Rappaz, Michel Pilet et Rémy Gilliland pour leur engagement durant de nombreuses années



Jonas Follonier, vice-président.

Tous sont réélus par acclamations.



Rémy Gilliland est grandement et leur souhaite une bonne santé et beaucoup de bonheur, tout en espérant les voir lors remercié.

d'une prochaine rencontre de **ch-media**.

7 membres du Comité actuel sont candidats à leur réélection: Gil Egger, Jean-Hugues Schulé, Francesco Di Franco, Jonas Follonier, Jérémie Seydoux, Giovanni Galli et Philippe Jung.

Giovanni Galli et Philippe Jung.

b) du Président

Gil Egger est reconduit dans son mandat par acclamations.

La répartition des fonctions au sein du Comité est la suivante:

- Gil Egger, président
- Jonas Follonier, vice-président
- Francesco Di Franco, secrétaire général
- Jean-Hugues Schulé, caissier
- Jérémie Seydoux, représentant les médias audiovisuels
- Giovanni Galli, représentant la section de langue italienne
- Philippe Jung, représentant les membres non professionnel

c) des vérificateurs des comptes

MM: Roger Juillerat, 1^{er} vérificateur Michel Pilet, 2^e vérificateur et Rémy Gilland, remplaçant. Ils sont élus pour les deux prochaines années. M. Parkic Wurlod est remercié pour son long mandat en qualité de vérificateur.

Honorariat



Le secrétaire, Francesco Di Franco avec les nouveaux vice-président Jonas Follonier et membre d'honneur Jean-Hugues Schulé.

Au nom du Comité, le secrétaire retrace le parcours professionnel de Jean-Hugues Schulé. Plus important encore, il est à noter que du haut de ses 83 ans, il en aura passé 50 à l'AJI, puis **ch-media**, dont 45 au Comité. Le Comité souhaite lui montrer sa reconnaissance en le nommant membre d'honneur. Jean-Hugues Schulé est remercié par acclamations et un petit présent lui est remis par le Président.



9. Présentation des nouveaux membres de **ch-media**

Deux nouveaux membres se sont présentés: MM. William Tshisekedi, membre RP et **Gérard Fumex**, membre NR-P.

10. Propositions individuelles et divers

Jean-Hugues Schulé rappelle que l'avocat Conseil de **ch-media** est M^e Laurent Gilliard à Yverdon-les-Bains. Mais aucun contact ne doit être pris en direct. La porte d'entrée est toujours le secrétariat qui évaluera la demande avant de la faire suivre à notre avocat.

Le Président remercie Jean-Philippe Chenaux qui a généreusement mis à disposition des collègues présents participant à l'assemblée générale, plusieurs exemplaires du livre dont il a dirigé la rédaction. Il est intitulé «Les Suisses au service de la Grèce».



Dans la même lancée, Lena Rey présente également son ouvrage intitulé «Dewox, 21 réflexions pour se détoxifier du wokisme» (lire en page 11) et dont plusieurs exemplaires sont également mis à disposition des personnes qui le souhaitent. Elle est également félicitée et remerciée.

Lena Rey dédicace son livre au nouveau membre William Tshisekedi

Le président Gil Egger remercie chacun pour leur participation, lève l'assemblée à 19h25 et invite les membres à partager un repas au restaurant de l'hôtel.

Francesco Di Franco
Secrétaire général

18 juillet 2025
Le dernier édito
de *La Région*
signé par son
propriétaire Jean-
Claude Vagnières.

Le rideau est tombé

Chères lectrices, chers lecteurs, le numéro que vous tenez entre vos mains sera le dernier de *La Région*. En premier lieu, j'aimerais diriger toute ma profonde gratitude à tous les collaborateurs de *La Région*: rédacteurs, pigistes, stagiaires, directeur, photographes, secrétaire, commerciaux, graphistes, correctrice, livreurs. Durant cette année difficile, cette superbe équipe a tenu la barre avec enthousiasme et professionnalisme, en confectionnant un journal de qualité qui n'a cessé de s'améliorer de mois en mois.

Respect et remerciements

Je remercie également chacun des partenaires de *La Région* pour leur contribution pendant des années: fournisseurs, prestataires de services, informaticiens, imprimeurs, annonceurs. Un très grand merci aussi à nos fidèles abonnés. J'espère qu'un successeur de *La Région* vous permettra de pallier le manque de votre journal local. Je remercie aussi les représentants politiques qui se sont battus pour *La Région*.

Par contre, je ne remercie ni La Poste, ni l'Office fédéral de la communication pour leur rigidité et leur manque de discernement. Malheureusement, de nos jours, l'esprit d'entreprise cède le pas à «l'Administration».

• Jean-Claude Vagnières

P.S.: Dans un élan d'empathie, La Poste nous a demandé, mardi à 15h22, de payer d'avance la distribution des trois dernières éditions (1900 francs), le même jour, avant 16h, alors que par ailleurs La Poste devra nous rembourser un surplus d'avance dépassant 7000 francs!

Un nouvel hebdo pour le Nord vaudois

Après la disparition du dernier organe de presse régional cet été, le groupe ESH Médias lance le 7 novembre 2025 *Le Nord vaudois*, un hebdomadaire couvrant l'actualité du district du Jura-Nord vaudois.

Les habitants de la région d'Yverdon-les-Bains, soit le district du Jura-Nord vaudois, pourront très bientôt s'abonner à un nouveau journal hebdomadaire *Le Nord vaudois*. Ce titre est lancé par le groupe romand ESH Médias, éditeur notamment des quotidiens *La Côte*, *ArclInfo* et *Le Nouvelliste*. Ce nouvel organe de presse entend occuper le terrain de l'information locale et régionale, abandonné depuis le début de l'été avec la disparition, le 18 juillet dernier, du quotidien *La Région*, après une vingtaine d'années d'existence.

«Le risque de désert médiatique dans cette région était réel avec la fin de *La Région* et nous avons estimé qu'il y avait une opportunité d'y lancer un nouvel hebdo» explique Sébastien Hersant, directeur général du groupe ESH Médias. «Tout cela dans un contexte où l'on voit le titre cantonal historique *24 heures*, se désintéresser et se désengager des districts vaudois.

Près de 50 000 exemplaires

Le premier exemplaire du *Nord vaudois* sera distribué le 7 novembre à près de 50 000 exemplaires dans tous les ménages du district du Jura-Nord vaudois (sauf la Vallée de Joux). Il sera disponible chaque vendredi en kiosque ou sur abonnement, alors qu'une édition tous-ménage est prévue une fois par mois. Le prix de l'abonnement annuel devrait tourner autour de 100 francs.

Le nouveau journal sera imprimé par le Centre d'impression romand à Monthey, qui appartient, lui aussi au groupe ESH Médias, et d'où

Une partie de l'équipe du défunt quotidien *La Région* a été engagée par ESH Médias. Son rédacteur en chef Jean-Philippe Pressl-Wenger sera ainsi aux commandes du nouvel hebdo. Il sera Jean-Philippe Pressl-Wenger secondé par deux jeunes journalistes et une équipe de pigistes pour couvrir l'actualité régionale. Le rédacteur en chef, jeune quinquagénaire né à la Chaux-de-Fonds, a été journaliste sportif durant plusieurs années tout en faisant des passages dans la presse régionale. Il avait déjà repris la tête de *La Région* en 2017 durant une petite année avant d'y revenir à la fin de l'année 2024.



Une forte identité régionale

Pour Sébastien Hersant, il s'agit d'un «projet très motivant pour les équipes du groupe ESH et un signal positif sur le marché de la presse régionale en Suisse romande. D'autant plus que ce district du Nord vaudois a une forte identité locale et régionale.»

Le district du Jura-Nord vaudois compte 100 000 habitants dont 30 000 résident dans son chef-lieu Yverdon-les-Bains. Seule la Vallée de Joux ne sera pas comprise dans la zone de diffusion du *Nord vaudois*.

Celle-ci connaît déjà bien la région puisqu'elle commercialise, depuis quelques mois, les espaces publicitaires de Travys, la compagnie régionale de transports publics.

eshmédias

sortent chaque jour ses quotidiens. Le directeur général du groupe ajoute qu'à partir du mois de décembre, le nouvel hebdo aura une déclinaison numérique sur internet, sur le modèle des quotidiens du groupe.

Nicolas Willemin
ArclInfo

Le journalisme doit s'orienter vers la complexité

Rapport du président (résumé par l'IA Grok à 80%, retouché à 20%, un essai avec Chat GPT s'est révélé plus décevant).

Le journalisme traverse une crise, illustrée par des initiatives comme le «Presstival» à Bienne ou des festivals similaires à Lyon et Couthure-sur-Garonne, qui mettent l'accent sur la liberté d'expression. Cependant, cette liberté est menacée par la disparition de supports professionnels, papier ou numériques, et par la réduction drastique des effectifs et des volumes des journaux. Ces difficultés suscitent des inquiétudes, poussant la profession à organiser des événements festifs et informatifs pour se rassurer. Cette vision est centrée sur le papier, c'est historique, et des signes positifs émergent: la *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ) en Suisse alémanique gagne des abonnés en Allemagne grâce à un travail rédactionnel et de diffusion, tandis que *Le Monde* en France connaît une remontée spectaculaire de son tirage (533 000 exemplaires en 2024) en investissant dans ses rédactions. Les magazines, après avoir flirté avec le tout-numérique, renouent également avec le succès. Les radios, focalisées sur l'immédiateté, manquent de diversité par manque de moyens. La télévision, en Suisse romande notamment, se contente souvent de relayer la presse écrite, produisant des émissions «magazine» superficielles et parfois partisanes. Rien d'étonnant à ce que la baisse de la redevance télévisuelle (à 200 CHF) se profile, soutenue par un désintérêt du public.

80% des revenus venaient

Le journalisme évolue avec des concepts comme le «nouveau journalisme» de Tom Wolfe (1973), qui mêle narration littéraire et rigueur factuelle, ou le «nouveau nouveau journalisme», marqué par des récits personnels et des questions iconoclastes, comme celles de Jon Krakauer sur la rémunération des sources. Gay Talese et Lawrence Wright soulignent que la vérité est relative et que le journalisme doit complexifier les débats pour contrer le simplisme ambiant, notamment sur des sujets



comme le climat. Pourtant, trop de journalistes adoptent des positions conformistes, excluant les voix dissonantes sous des étiquettes comme «complotiste».

L'intelligence artificielle (IA) offre des perspectives. Elle menace certains emplois (traduction, agences) mais facilite la recherche, la veille, la vérification des faits et l'adaptation des contenus aux lecteurs. Le journalisme doit embrasser l'humilité face à la vérité relative et privilégier des reportages longs et complexes, comme ceux prisés sur des plateformes comme Medium. Le président estime que douter du lien exclusif entre CO₂ et réchauffement climatique est permis et plaide pour un débat ouvert et scientifique, sans ostracisme.

Malgré les défis, le journalisme reste une passion et une aventure. Les rédactions s'amincissent, mais de nouveaux métiers émergent (superviseurs IA, experts en éthique algorithmique). La demande de contenus explicatifs croît, et la profession, en pleine évolution, continuera d'attirer par son rôle d'éclaireur dans un monde complexe. C'est cette complexité qui doit inspirer les futurs journalistes.

Gil Egger, président

EN BREF

Exposition

Le journalisme dans ses pires moments

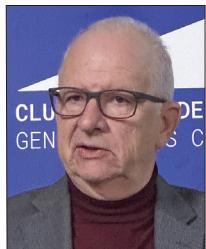
L'artiste peut-être le plus connu dans le monde est Banksy. Ses œuvres ont d'abord orné les murs des villes, en Grande-Bretagne et ailleurs. Puis elles s'en sont décollées pour devenir des toiles, des sérigraphies, etc. Une grande exposition parcourt l'Europe. Elle s'est arrêtée à Lausanne au printemps dernier. L'une des images paraît adaptée à notre métier, celle d'un enfant, dans la guerre. Blessée, elle devrait être secourue. Une réalisatrice retient les infirmiers de la Croix-Rouge parce qu'un caméraman est en train de filmer. Plus loin un photographe attend la meilleure position. Sommes-nous des témoins, et avons-nous

le droit d'agir ainsi pour la bonne cause de l'information? Ou avons-nous suffisamment d'humanité pour mettre en priorité le soin physique à donner, de même que celui de prendre en compte la détresse d'un enfant? Banksy nous interroge, cette image en dit long sur la réputation de la presse. À méditer... **Gil Egger**



La presse papier peut se réinventer: l'exemple de la NZZ

Un Romand à la tête de la NZZ (*Neue Zürcher Zeitung*)? L'impensable survient parfois et c'est lui, Etienne Jornod, qui a accompli cet exploit. Il a expliqué sa stratégie devant le Club suisse de la presse en novembre dernier.



Etienne Jornod est Executive Chairman et copropriétaire d'OM Pharma, et fut président de la NZZ (*Neue Zürcher Zeitung*) entre 2013 et 2023. Pourquoi lui? Parce qu'il avait réussi à faire de Galenica, grossiste en pharmacie, un fleuron coté en bourse. Il ne connaissait rien à la presse, mais beaucoup en stratégie. Il est venu raconter son expérience.

On disait que la NZZ vivait sur sa réputation. Le journal perdait des abonnés, et de l'argent. La *NZZ am Sonntag*, sa variante du dimanche, fonctionnait en revanche très bien. Etienne Jornod raconte que les deux rédactions étaient séparées, les employés du dimanche ne voulaient pas être affectés par le déclin de la maison mère. Le TAGI (*Tages Anzeiger*) commençait à grignoter le marché, alors que la NZZ était considérée comme un des trois meilleurs journaux du monde. Une restructuration à la Tamedia avait traumatisé l'ensemble de l'entreprise, la rédaction en particulier. Les bureaux de certains correspondants à l'étranger avaient été fermés, ils sont pourtant le cœur de la réputation du journal. La cantine avait même disparu. Les restructurations? Elles n'aboutissent jamais à renforcer l'entreprise. Plusieurs idées étaient sur la table. Mauvaises, selon M. Jornod.

Idées à oublier

La première: créer une Fondation pour financer le journal puisque la publicité n'y parvenait plus. La deuxième: acheter une plateforme comme *Scout24* pour amener des revenus, en partant du principe qu'on ne pourrait plus vivre des ressources historiques. Troisième idée: tout faire pour reprendre les grands journaux qui restaient, que Tamedia n'avait pas rachetés. Entre autres, la *Basler Zeitung* et le *Landbote*.

Aucune des trois n'était bonne. La fondation, c'est injecter de l'argent sans rien changer, cela ne peut durer. Deuxième conviction: la diversification ne peut pas financer le journal. Les petites annonces ne sont plus dans les journaux, acquérir une plateforme en ligne pour financer le journal? Ce serait une diversification, qui deviendrait le cœur de métier de la société. À un moment, ce core-business est prioritaire et, finalement, le journal passe à la trappe. Troisièmement: pas d'achat de journaux. Fusionner les rédactions, cela ne marche pas. «Je l'avais appris dans mes expériences pharmaceutiques.» «Je n'avais aucun plan!» raconte Etienne Jornod, «mais j'avais expliqué ce que j'avais fait avec Galenica.» L'entreprise était un grossiste avec des pharmaciens d'officines au Conseil d'administration, il en a fait un groupe coté en bourse. De gros défis s'annonçaient. Il a proposé à la NZZ de faire de même, en commençant par le Conseil d'administration et la stratégie. Son credo: «On ne crée pas de valeur à long terme simplement en économisant, ce n'est pas possible.» Pour faire une stratégie basée sur la création de valeur. «Il faut du courage, du talent, des reins solides et il faut de la chance.» Et concevoir des produits et des services.

Acheter et licencier, c'est facile... pour les financiers. Pour un entrepreneur c'est autre chose. La plus grande chaîne de pharmacies au monde a procédé par rachat et fusions, elle était cotée 100 milliards, elle est tombée à dix.

Un conseil très fort

Pour atteindre son objectif, il dut constituer un Conseil d'administration très fort. Des personnalités affirmées, au caractère irréprochable. Il devait pouvoir tenir le cap pendant la crise qui allait durer longtemps. Des personnes de qualité, pas des spécialistes. Sans ego disproportionné et sans agenda propre, «ils ne devaient pas venir pour défendre leurs propres intérêts.» Chacun devait être capable d'expliquer la stratégie. «Je n'ai pris personne de mes amis. Un seul venait des médias.»

«Transformer une société est impossible sans un conseil qui est totalement identifié avec les objectifs.» En 2013, ils ont ainsi anticipé tous les problèmes que la presse a rencontrés.

Ensuite, il s'est agi de recruter un CEO à même de construire et pas seulement d'économiser. Ce fut un Autrichien, qui aimait les journalistes, ne les considérait pas comme un facteur de coût seulement. Pour donner une ligne claire au journal, un nouveau rédacteur en chef était nécessaire. Très pointu, clairement libéral, qui correspond à la NZZ. Une étape très difficile! Le business model, c'est le journalisme, et pour cela, avoir une obsession: écrire pour être lu par les clients. «Écrire tellement bien que les lecteurs sont prêts à payer très cher pour avoir le produit. Il faut arriver à ce que les gens ne puissent plus vivre sans lire votre journal. Créer une dépendance.» C'est une réalité puisque l'abonnement dépasse 1000 CHF.

Il décida de fermer l'imprimerie très moderne qui faisait la fierté des actionnaires. Aller imprimer chez les concurrents de Tamedia, quelle émotion! «On déplaçait le problème des coûts fixes chez Tamedia. Ainsi, nous pouvions passer du print au digital sans avoir de ligne rouge.» Priorité était donnée au digital sur le téléphone portable. «Nous étions allés voir au *New York Times*, qu'est-ce que Jeff Bezos (le nouveau propriétaire) avait apporté? Les technologies, qui sont le centre nerveux de tout le système.»

Des abonnés en Allemagne

Enfin, l'internationalisation. «La Suisse est trop petite. Il fallait aller ailleurs.» Un test en Autriche a révélé les difficultés. «Nous avons tiré des leçons de nos erreurs en Autriche pour faire juste en Allemagne, où la NZZ a près de 60 000 abonnements digitaux.» Au lieu de partir avec 20 journalistes allemands qui ne connaissaient rien à la NZZ (erreur en Autriche), une petite équipe de la NZZ s'est installée, avec des correspondants historiques, puis ils purent étoffer la rédaction allemande. Actuellement, la NZZ dénombre 200 000 abonnements, 20% exclusivement papier, 80% numériques (ou les deux), 60 000 en Allemagne. De nouveaux produits, de nouveaux journaux ou magazines ont été créés. The Market, par exemple, joint venture avec un journaliste, des lettres d'informations auxquelles on s'abonne, comme «Un autre regard sur l'Allemagne», etc. Alors, oui, Etienne Jornod a prouvé que la presse papier, bien accompagnée, avait encore sa chance.

Gil Egger

20 minutes lance une rédaction nationale pour unir le pays

De Saint-Gall à Genève, *20 minutes* veut surmonter le Röstigraben en réunissant ses rédactions alémanique et romande au sein d'une rédaction nationale.

Dans le cadre de la concentration sur l'offre numérique début 2026, *20 Minuten / 20 Minutes* réorganise sa rédaction au niveau national. Cela permettra de traiter des thèmes à l'échelle nationale et de regrouper les forces. La direction sera assurée par Désirée Pomper, jusqu'à présent rédactrice en chef de *20 Minuten* en Suisse alémanique. Côme Gallet représentera la Suisse romande au sein de la rédaction en chef nationale.

Côme Gallet travaille pour *20 minutes* depuis 2011, dernièrement en tant que responsable du site Internet et de la vidéo. Après



(g. à dr.): debout: Gaudenz Looser, Désirée Pomper, Daniel Waldmeier; assis, de g. à dr.: Basil Honegger, Côme Gallet.

crédit: 20min/Celia Nogler

un Bachelor en histoire obtenu en 2006 à l'université parisienne de la Sorbonne, il s'est spécialisé dans le journalisme à l'Institut français de journalisme (IFJ). Il a ensuite effectué divers stages journalistiques, notamment à l'AFP, au *Nouvel Obs* et au *Parisien*, ainsi qu'à *Al-Ahram Hebdo* en Égypte. En Suisse, il a d'abord travaillé pour *Le Matin Bleu*, puis pour *20 minutes*.

Gaudenz Looser, rédacteur en chef adjoint, ainsi que **Daniel Waldmeier** et **Basil Honegger** font également partie de la rédaction en chef nationale. De plus, **François Schlatter** et **Lauriane Chautems** prendront d'autres fonctions de cadre au sein de la rédaction de Lausanne à compter du 1^{er} janvier 2026.

Philippe Favre, rédacteur en chef depuis la création de *20 minutes* en 2006, a pris le poste de directeur Romandie le 1^{er} septembre 2025. À ce titre, il sera responsable de la direction du site de Lausanne, soutien-

dra les activités commerciales romandes et s'occupera de la collaboration opérationnelle avec «L'essentiel» une joint-venture établie en 2007 entre la société Tamedia et Edipress du Luxembourg. En collaboration avec Laurent Siebenmann, rédacteur en chef de *lematin.ch*, il sera également responsable du développement de l'offre de *lematin.ch*.

Désirée Pomper, rédactrice en chef de *20 Minuten* et *20 minutes*: «Nous voulons unir nos forces pour créer une véritable rédaction nationale qui, avec le bon état d'esprit, permettra de surmonter le Röstigraben. En tant que rédaction nationale et média le plus diffusé de Suisse, nous sommes très heureux de pouvoir aborder des thèmes qui intéressent tout le pays. Grâce à notre présence de Saint-Gall à Genève, nous pouvons ainsi apporter une contribution importante à la cohésion nationale.»

Bernhard Brechbühl, CEO du groupe *20 Minuten*: «Le principe directeur de notre nouvelle organisation est «Une équipe, une Suisse». Dans cet esprit, je me réjouis de la fusion des rédactions. Je tiens ici à remercier chaleureusement Philippe Favre pour son travail extrêmement fructueux en tant que rédacteur en chef depuis la création de *20 minutes* et je souhaite à tous beaucoup de succès dans leurs nouvelles fonctions.»

www.cominmag.ch

EN BREF

Le Journal du Jura et RJB

Gassmann Media cède ses parts

Le paysage médiatique du Jura bernois et de Bienne connaît une nouvelle petite révolution. Gassmann Media cède sa participation dans RJB et dans le Journal du Jura à la nouvelle société Jura Media SA (JMSA), qui en devient copropriétaire avec le groupe BNJ.

La société JMSA codirigera donc *Le Journal du Jura* (JdJ), à Bienne, et la radio RJB (Radio Jura bernois) avec le groupe BNJ Media Holding (BNJ), ont indiqué les partenaires. L'ambition de ceux-ci vise à «faire grandir le journal en garantissant une édition papier de qualité, tout en accélérant le développement numérique».

La décision de Gassmann Media, éditeur du *Bieler Tagblatt*, quotidien de langue allemande de la cité seelandaise, de céder sa participation à

une société de l'Arc jurassien implique en conséquence de poursuivre une «logique de rapprochement des médias francophones dans les régions du Jura bernois et de Bienne». Une collaboration qui sera aussi maintenue sur le plan rédactionnel. Le *Bieler Tagblatt* et le JdJ continueront ainsi à partager leurs contenus journalistiques, «dans l'intérêt de leurs lectorats respectifs». Par ailleurs, le site principal de la rédaction sera maintenu au Communication Center de Bienne.

Les bureaux de Tavannes (BE), qui accueillent déjà une partie de la rédaction du JdJ et de RJB, resteront pour leur part les «points d'ancre» dans la région du Grand Chasseral, assurent les partenaires. Ces derniers affirment encore pouvoir garantir l'emploi de «toutes les personnes engagées».

ATS

Schweizer Medien veut récupérer de la pub passée chez Google

La Fédération des éditeurs alémaniques Schweizer Medien monte au front pour défendre le journalisme face aux contenus peu crédibles qui circulent sur les grandes plateformes numériques internationales. Sa campagne vise à récupérer des recettes publicitaires encaissées actuellement par des firmes de la «big tech» aux Etats-Unis ou en Chine.

Depuis le début du siècle, les recettes publicitaires des médias classiques se sont effondrées, d'environ 3 milliards de francs dans la presse papier en 2000 à 650 millions de francs actuellement. «L'âge d'or est révolu», a déclaré le président de Schweizer Medien, Andrea Masüger, face aux médias.

Quitter les plateformes «douteuses»

Une grande partie de la publicité a été transférée en ligne. Le hic: trois quarts des dépenses publicitaires des entreprises ne vont pas au marché des médias suisses, mais à l'étranger, Silicon Valley (Etats-Unis) et Chine en tête. Le système médiatique suisse en souffre.

A travers sa campagne, Schweizer Medien veut gagner les consommateurs et le marché publicitaire à sa cause. Son but est qu'une partie de la publicité diffusée actuellement sur des «plateformes douteuses» soit désormais publiée par des médias suisses crédibles. Le marché publicitaire suisse en sortirait renforcé et les géants de la «tech» n'en sentirait guère la différence, a souligné Andrea Masüger.

Etudes favorables aux médias classiques

«Qui veut de la crédibilité doit s'adresser aux médias journalistiques», martèle Schweizer Medien dans son slogan. Selon une étude de PWC et de gfs-Zürich, les médias classiques offrent plus d'avantages aux clients publicitaires que les médias sociaux. Ils sont plus crédibles, plus professionnels et inspirent davantage confiance et de sympathie.

De plus, un sondage mené par gfs-Zürich auprès de consommateurs alémaniques montre qu'une grande majorité des personnes interrogées fait bien davantage confiance aux médias classiques qu'aux médias sociaux.

«La publicité dans les médias classiques est considérée comme plus cré-

dible et moins dérangeante», souligne Andrea Umbrecht, auteure de l'étude.

Renforcer la démocratie et l'économie

«En tant que médias classiques, nous nous sommes parfois vendus en-dessous de notre valeur», déplore Ladina Heimgartner, directrice de Ringer Suisse et vice-présidente de Schweizer Medien. La fédération des médias alémaniques veut désormais changer la donne à coups de messages publicitaires dans les journaux, à la radio et à la télévision, de même que sur des sites en ligne de médias suisses.

Le journalisme ne renforce pas seulement la démocratie, mais aussi l'économie indigène: tel est le message central de la campagne. «Nous espérons tous que cela fasse effet», a lancé Ladina Heimgartner.

Sur le plan politique, les Chambres fédérales doivent décider prochainement si les grandes entreprises numériques comme Google et X doivent verser des droits d'auteur lorsqu'ils diffusent de courts extraits d'articles de journaux.



Les grandes plateformes numériques gagnent des millions de francs avec les contenus journalistiques des médias suisses.

ATS

EN BREF

Tribune de Genève

Sophie Davaris à la tête

De retour à la *Tribune de Genève* après l'avoir quittée l'été dernier, la rédactrice en chef adjointe Sophie Davaris est au commandement de la rédaction depuis le 1^{er} juin dernier. Après une expérience de porte-parole à l'Etat de Genève au Département de la santé et des mobilités, elle a choisi de revenir au journalisme, un métier qu'elle a toujours exercé avec talent. Sophie Davaris fait également partie de la rédaction en chef de la rédaction romande de Tamedia, sous la direction d'Eric Lecuyse. Elle renforce ainsi la collaboration entre la rédaction romande et les rédactions de Tamedia en Suisse alémanique.



TX Group

M Le Média

Fin d'activité le 31 juillet dernier

Près de trois ans après son lancement, le média romand *M Le Média*, basé à Crissier (VD), a mis un terme à ses activités le 31 juillet dernier. Ce pionnier du format HD en Suisse combine radio et télévision dans un format hybride. Philippe Morax, producteur et directeur de Millennium Média Groupe SA. Comme public cible, il visait particulièrement les 25-49 ans. Financé par la publicité, le nouveau média a employé jusqu'à une dizaine de personnes. Après avoir tenu l'antenne durant plusieurs années sur LFM, mais aussi à RTN, Rouge FM ou encore NRJ, Philippe Morax a repris en 2021 la direction de Millennium Média Groupe.

ATS

Abonnement annuel gratuit

mobility car sharing

Etre mobile en combinant les avantages à la fois du vélo, du bus, du train ou de la voiture, et cela sans rester lié de manière contraignante à un véhicule privé constitue une formule valable pour les membres RP de **ch-media** qui peuvent désormais profiter de l'offre spéciale car sharing de Mobility.

Les membres RP obtiennent gratuitement l'abonnement annuel Mobility d'une valeur de CHF 290.- durant la première année. Et l'année suivante, ils profitent de l'offre avantageuse d'un abonnement annuel Mobility au prix de CHF 70.-. Avec Mobility, vous disposez de 2600 véhicules, répartis sur 1300 emplacements dans toute la Suisse. En libre service, 24 heures sur 24. L'éventail des véhicules proposés va du biplace à la camionnette. Des véhicules à louer dès CHF 2.80 de l'heure et CHF 0.52 par kilomètre (carburant, service, réparations, assurances et administration inclus).

Il suffit de s'inscrire auprès du secrétariat par téléphone au 079 230 73 19 ou par courriel à l'adresse info@ch-media.ch (en indiquant votre adresse privée et votre date de naissance).

Plus d'informations sur
Mobility: www.mobility.ch

21 réflexions pour se détoxifier

Lena Rey, journaliste RP indépendante et membre de **ch-media**, publie Déwox – 21 réflexions pour se détoxifier du wokisme.

Publié aux éditions suisses Une Autre Voix, qui défendent la liberté d'expression, l'ouvrage mêle humour et analyse pour explorer les racines du wokisme et ses effets sur la société: éducation, genre, couple... et médias. L'auteure y défend qu'il n'existe pas d'objectivité pure: sous couvert de neutralité, le journalisme peut devenir une caisse de résonance du wokisme. Contrairement aux essais purement critiques, Déwox prend la forme d'un manuel détox en 21 jours, offrant des pistes concrètes pour se libérer de cette idéologie.

Avec un peu de citron et beaucoup de bienveillance et d'ironie, Lena Rey propose une cure de bon sens pour l'esprit.



242 pages, CHF 33.-
ISBN: 2970188902, 9782970188902

Plaque auto et gilet de sécurité



Gilet de sécurité
Prix: CHF 25.- pièce

Même si elle ne donne pas le droit de jouer les pirates sur la route ou les squatteurs sur les trottoirs, la plaque auto est souvent très utile dans les grandes manifestations.

Quant au gilet de sécurité, il est devenu obligatoire par ordre de police dans certaines rencontres sportives ou lors d'événements de grande envergure.

ch-media PRESSE

Association indépendante des journalistes suisses
Unabhängiger Verband der Schweizer Journalisten
Associazione indipendente dei giornalisti svizzeri

Plaque auto
Prix: CHF 10.- pièce

Ce matériel – réservé exclusivement aux rédactions et pour les membres RP, stagiaires et actifs non-RP – est à commander au secrétariat par courriel à l'adresse info@ch-media.ch ou sur le site internet de **ch-media**.

Admissions, radiations, décès...

... de octobre 2024 à septembre 2025, le Comité a enregistré les mutations suivantes:

Admissions

Léna AILLOUD, F-Cruseilles, RP
 Maude BENOIT, Romainmôtier, STA
 Aymane BARKA, F-Annemasse, NRP
 Yann CARDOSO COSTA, Lausanne, NRP
 Matthias DAVET, Fribourg, RP
 Jérôme DUCRET, Lausanne, RP
 Sandrine FATTEBERT, Lucens, RP
 Bastien, FELLER, Collombey, RP
 Gérard FUMEX, F-Thônes, NRP
 Sandra IMSAND, Echandens, RP
 Nicolas JUTZET, Fribourg, NRP
 Alexia Maria MUANZA, Prilly, STA
 Lucas Walter PANCHAUD, Yverdon-les-Bains, STA
 Nicolas PINGUELY, Genève, RP
 Jean PLANCARDE, Lausanne, RP
 Marie-Claire REGIS, F-Demi-Quartier, STA
 Maryline RICHARD, La Roche, RP
 Fabienne ROSSET, Lausanne, RP
 Michel THORIMBERT, Genève, RP
 William TSHISEKEDI, Corcelles-près-Payerne, RP
 Clément BUAGNAT, Genève, RP

Transferts de catégorie

Ethan FASNACHT, La Croix-de-Rozon, de STA à RP
 Marie KARATSOUBA, Genève, de STA à RP
 Tatiana KOUNOU Effa, de STA à RP

Décédés

Aristide CAVALIERE, Mezzovico, RP
 François LAMARCHE, Corgémont, RP
 André MAILLARD, Savièse, RP
 Arlette ROBERTI, Lausanne, RP

Démissions

Marc ALLGÖWER, Nyon, RP
 Roberto CHIESA, Chiasso, RP
 Shlomit Miky DAN, Lugano, RP
 Alain GIROUD, Avully, RP
 Béatrice GUELPA, Chêne-Bourg, RP
 Alekasandra JEVTOVIC, Vernier, RP
 Isabelle KOTTELAT ROCHAT, Autavaux, RP
 Patrick LAPP, Gimel, RP
 Chloé LAUBU, Thônex, NRP
 Filippo LOMBARDI, Massagno, RP
 Michel PERRENOUD, Lausanne, RP
 Séverine SAAS, Lausanne, RP

Radiations

Claude BAUMGARTNER, Les Brenets, RP
 Michel DUPERREX, Yverdon-les-Bains, RP
 Federico INTROZZI, Barbengo, RP
 Camilla MAINARDI, Breganzona, RP
 Josiane MEYER, Chamblon, RP
 Philippe MONNIER, Yvonand, RP
 Laurent PRIVET, Conches, RP

RP: Actif RP (BR) – STA: Stagiaire NRP: Actif non-RP (ohne BR) – ASS: Associé-passif

www.ch-media.ch

LE COMITÉ, LES COMMISSIONS...

COMITÉ (BUREAU)

Président
 Gil EGGER
 rte Buchillon 17, 1162 St-Prex
 portable: 076 567 47 40
 gil.egger@gmail.com

Vice-président

Jonas Follonier
 ruelle Vaucher 17
 2000 Neuchâtel
 jonas.follonier@leregardlibre.com

Caissier

Jean-Hugues SCHULÉ
 rue de Félice 12
 1400 Yverdon-les-Bains
 namjhs@bluemail.ch

Secrétaire général

Francesco DI FRANCO
 case postale 17
 1422 Grandson
 tél: 079 230 73 19
 info@ch-media.ch

COMITÉ (MEMBRES)

Jérémie SEYDOUX
 Route des Jeunes 41B
 1227 Carouge
 jeremy.seydoux@lemanbleu.ch

Philippe JUNG
 la Malcôte 15K, 2954 Asuel
 phil@photos-people.ch

Giovanni GALLI
 via Bernasconi 9
 6833 Vacallo
 giga@ticino.com

Président d'honneur:
 Jean-Marie REBER
 ancien Chancelier d'Etat
 Neuchâtel

SEZIONE DELLA SVIZZERA ITALIANA

Presidente onorario
 Fabio PONTIGGIA

Contatto per la Svizzera italiana e Presidente della sezione

Giovanni GALLI
 via Bernasconi 9
 6833 Vacallo
 prof.: 091 960 31 31
 giga@ticino.com

ADMINISTRATEUR-CONSEIL

Pour adresse:
 secrétariat général de ch-media

COMMISSIONS...

- candidatures

Jean-Hugues SCHULÉ

- Fonds de solidarité

Jean-Hugues SCHULÉ

- journal, site internet

Francesco DI FRANCO,
 Jonas FOLLONIER

- Formation continue

Francesco DI FRANCO

- éthique professionnelle

Boris ENGELSON

Le président et le secrétaire
 sont membres de toutes
 les commissions.

Un conseil juridique?

Adressez-vous à nos conseillers juridiques
 Prenez contact avec le secrétariat qui vous dirigera auprès
 d'un des avocats conseils de l'association.
 case postale 17, 1422 grandson - tél: 079 230 73 19 - courriel: info@ch-media.ch