



## **Communiqué de presse**

Zurich, le 21.10.2024

# **La SSR n'évince pas les médias d'information privés**

**Les personnes qui utilisent les offres d'informations de la SSR consomment également plus fréquemment les médias destinés aux pendulaires, la presse à sensation et les médias par abonnement que celles qui ne les utilisent pas. L'utilisation des contenus de la SSR n'a pas non plus d'effet négatif sur la propension à payer pour les actualités en ligne, comme le montrent les Annales 2024 sur la qualité des médias du Centre de recherche sur le public et la société (fög) de l'Université de Zurich.**

Les médias publics sont souvent accusés de faire pression sur les médias privés sur le marché, voire de les évincer. Cette thèse du «crowding-out» prend de l'ampleur, car de nombreuses offres d'information se font concurrence en ligne pour attirer l'attention et des abonnés payants. Dans l'édition de cette année des Annales sur la qualité des médias, le fög a vérifié cette thèse à l'aide des données d'une enquête standardisée et représentative menée dans le cadre du Reuters Institute Digital News Report 2024 de l'Université d'Oxford pour la Suisse alémanique et la Suisse romande.

## **Les médias publics sont utilisés en complément des médias privés**

L'analyse des données montre que les utilisatrices et utilisateurs de la SSR consomment plus souvent des médias à abonnement hors ligne et en ligne (61%) que celles et ceux qui n'utilisent pas les offres d'information de la SSR (38%). Les médias pour pendulaires et à sensation sont également plus fréquemment consommés par les utilisatrices et utilisateurs de la SSR sur tous les canaux (75%) que par les non-utilisateurs et non-utilisatrices (58%).

«La majorité de la population suisse n'utilise donc pas les offres d'information de la SRF et de la RTS de manière exclusive, mais en complément de celles des fournisseurs privés d'informations», explique Mark Eisenegger, directeur du fög. Cela vaut également pour le domaine en ligne. Seulement 4% des personnes interrogées consomment exclusivement les actualités en ligne de la SSR. Ce chiffre est nettement inférieur à la proportion de personnes interrogées qui n'utilisent en ligne que les médias pendulaires et à sensation (26%) ou les médias par abonnement (8%).

Un lien statistique entre l'utilisation de certains types de médias et la disposition à payer n'a pas pu être constaté. «Le fait de payer ou non les informations en ligne dépend plutôt de l'attitude et des caractéristiques sociodémographiques des personnes interrogées», explique Mark Eisenegger. «Les hommes et les jeunes paient plus. Et les personnes qui s'intéressent beaucoup à l'information et à la politique sont plus enclines à dépenser de l'argent pour des offres d'actualités numériques.»

## **Transparence exigée pour l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le journalisme**

Une autre étude publiée dans les Annales montre que la population reste toujours sceptique quant à l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) dans le journalisme – et ce, à une époque où les entreprises de médias suisses utilisent désormais l'IA dans de nombreux domaines. Près des trois



quarts de la population suisse estiment que les risques de l'IA dans le journalisme sont élevés, plus élevés que dans d'autres domaines de la société tels que la politique ou l'armée. De manière générale, plus l'IA intervient directement dans les résultats journalistiques, par exemple dans la production de textes ou d'images, plus le scepticisme est grand. En revanche, l'utilisation de l'IA pour les traductions, l'analyse de données ou les recherches est majoritairement approuvée. De nombreuses personnes interrogées attendent des médias de la transparence lors de l'utilisation de l'IA et souhaitent connaître en détail toutes les publications et étapes de travail pour lesquelles l'IA a été utilisée. Seule une minorité des personnes interrogées (21%) estime que les médias suisses utilisent l'IA de manière responsable.

### **Journalisme avec problème de portée**

Des analyses à long terme supplémentaires publiées dans les Annales montrent que la qualité de nombreux médias suisses reste globalement bonne, même si elle a légèrement baissé par rapport à l'année précédente. «Les médias suisses n'ont pas de problème de qualité, mais de pénétration, car de plus en plus de Suisses consomment peu ou pas d'informations», constate Mark Eisenegger. La part des personnes «indigentes et indigents en matière d'information», dont la consommation d'actualités est inférieure à la moyenne, est de 46% en 2024 (+3 points de pourcentage par rapport à l'année précédente).

En outre, la situation financière du journalisme reste tendue. L'une des conséquences est la concentration croissante des contenus médiatiques, c'est-à-dire l'utilisation multiple d'articles identiques. Cette réutilisation multiple dans différents médias a fortement augmenté pour la première fois par rapport à 2023 dans les informations régionales, qui avaient été largement épargnées jusqu'à présent. Étant donné qu'il existe souvent peu d'offre d'actualités au niveau régional et local, une nouvelle perte de diversité serait problématique.

### **Recommandations pour renforcer le système médiatique helvétique**

Les analyses des Annales 2024 montrent à quel point le journalisme est sous pression en raison de la mutation numérique et du recul des sources de revenus traditionnelles. L'esprit de concurrence entre les médias d'informations privés et publics s'avère toutefois infondé. «La pression sur les médias d'information suisses vient surtout de l'extérieur, à savoir des plateformes technologiques mondiales, qui captent une grande partie des revenus publicitaires en ligne», explique Mark Eisenegger. «Dans ce contexte, il faudrait consolider les coopérations entre les médias privés et publics.» Celles-ci pourraient renforcer la position du système médiatique suisse face aux plateformes technologiques et, depuis peu, aux fournisseurs d'IA, et favoriser le développement d'innovations pour l'ensemble du secteur.

Les Annales 2024 sur la qualité des médias sont disponibles en ligne sur [www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch).



**Contact:**

Professeur Mark Eisenegger

Centre de recherche sur le public et la société (fög)

Universität de Zurich

Tél. +41 44 635 21 23 | E-mail: [mark.eisenegger@foeg.uzh.ch](mailto:mark.eisenegger@foeg.uzh.ch)

Media Relations

Universität de Zurich

Tél. +41 44 634 44 67 | E-mail: [mediarelations@kommunikation.uzh.ch](mailto:mediarelations@kommunikation.uzh.ch)