



Prise de position des villes sur la politique des médias

## Des médias régionaux forts pour une démocratie fonctionnelle

**Les villes ont besoin de médias régionaux, indépendants et de qualité pour que leur système démocratique fonctionne. C'est à travers les informations diffusées par les médias que la population s'informe, forme une opinion et peut participer à la démocratie directe. Ces dernières années, le marché des médias a beaucoup évolué : les modes de consommation ont changé et de nouveaux acteurs internationaux ont investi le marché. Face à cette concurrence, les médias traditionnels et régionaux doivent se réinventer pour ne pas disparaître. Cela nécessite un positionnement des villes, défini dans ce papier.**

### 1. Situation de départ

Les villes en tant qu'acteurs démocratiques ont besoin d'un paysage médiatique diversifié, indépendant et accessible. Il est essentiel pour informer la population, faire naître des débats publics et renforcer la confiance dans les processus politiques.

Cependant le contexte actuel, en pleine transformation, n'est pas favorable aux médias traditionnels et en particulier à ceux de faibles portées. Ils sont en effet confrontés aux nouveaux modes de consommation qui privilégient des informations mondiales, digitales et accessibles. Les médias traditionnels sont, ainsi, confrontés à une concurrence très inégale avec les plateformes mondiales (p.e. Google, Meta, TikTok), réduisant leur nombre d'abonnements et leurs recettes publicitaires. Cette baisse de revenu aboutit dans de nombreux cas à la disparition de médias locaux, dont 70 journaux régionaux depuis 2003. De plus, les groupes Tamedia et CHMedia ont intégré plusieurs journaux auparavant indépendants. Dans ce contexte, les informations locales sont de moins en moins diffusées. En parallèle, les plateformes en ligne et l'intelligence artificielle utilisent les contenus journalis-

tiques pour renseigner la population sans mentionner les sources ou rémunérer les auteurs de ceux-ci. Cela participe non seulement à une forme de concurrence déloyale avec les médias traditionnels, mais permet aussi la diffusion d'informations non-sourcées ou vérifiées et ne respecte pas le droit d'auteur. Ces problématiques ont des impacts importants sur la participation démocratique en Suisse et dans les villes.

**Du point de vue des villes, il est donc nécessaire de mettre en place une politique médiatique qui garantisse la liberté, la diversité, la qualité et la couverture locale, encourage l'innovation numérique et crée des conditions équitables pour tous les acteurs publics et privés. C'est une condition essentielle pour garantir la participation démocratique de la population urbaine et permettre aux villes d'agir efficacement sur les plans politiques, économiques et sociaux.**

Le but de ce papier de position est de définir les besoins et les demandes des villes dans le champ de la politique médiatique. Il définit d'abord la notion de service public et son financement, donne ensuite une idée du contexte général et de ses conséquences sur la politique des villes, et approfondit la position des villes, esquissant des mesures pour relever les défis futurs.

#### 1.1. Notion de service public

Selon la Constitution fédérale, la radio et la télévision doivent contribuer à la formation, au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement, tout en prenant en considération les particularités du pays et les besoins des régions<sup>1</sup>. La loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) concrétise ce rôle pour la SSR, en tant que média de service public et la concession définit les conditions de ce mandat<sup>2</sup>. Ce cadre législatif engage ainsi la SSR à produire du contenu

<sup>1</sup> Art. 93, al.2 Cst.

<sup>2</sup> [Concession octroyée à SRG SSR \(état du 19 juin 2024\)](#)



fiable, indépendant et destiné à toutes les régions de Suisse (multilinguisme). Les médias traditionnels participent aussi à ce mandat à travers leur travail. Cette offre d'information neutre, transparente et indépendante est fondamentale pour informer la population, permettre la formation de l'opinion et rendre possible la participation démocratique. Ceci est particulièrement important dans le contexte des nouvelles évolutions technologiques et de l'emploi des réseaux sociaux, qui ne doit pas se substituer à l'information fiable et indépendante garantie par le service public. Pour éviter qu'une telle situation se produise, il est important que les médias de service public restent forts tant au niveau national que régional.

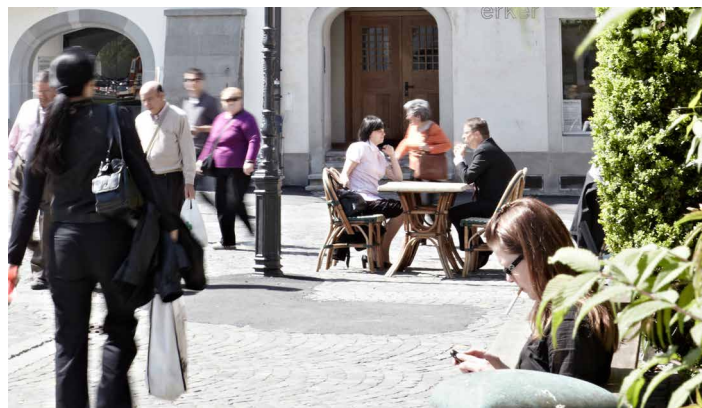
Le mandat de service public, en plus de sa dimension démocratique, remplit aussi un rôle social et culturel, puisque la SSR contribue à promouvoir la culture et notamment le film, à travers ses subventionnements et sa programmation.

**Les villes s'engagent depuis longtemps en faveur d'un service public fort et indépendant et soulignent son importance pour la démocratie, les régions et les villes.**

## 1.2. Système de financement des médias

Pour réaliser leurs prestations de service public, les médias radio et TV privées, et la SSR, en particulier, reçoivent une contribution financière. Celle-ci est prélevée sous forme d'une redevance auprès des ménages suisses et des entreprises. La redevance est très importante dans le financement des médias traditionnels, puisqu'elle constitue 83 % des recettes de la SSR<sup>3</sup> et 86 millions de francs en 2025 pour les radios et TV privées au bénéfice d'une concession<sup>4</sup>. Le reste des recettes des médias privées et de la SSR provient des publicités. Ce modèle de financement mixte garantit une totale indépendance vis-à-vis du monde politique et économique. En ce qui concerne la presse, elle ne bénéficie que de l'aide indirecte à la presse : rabais auprès de la Poste pour la distribution des journaux.

La redevance est contestée depuis plusieurs années à travers des initiatives populaires, telles que «No-Billag» en 2018, et en 2025 avec «200 francs, ça suffit!», qui aimerait baisser le montant de la redevance des ménages à 200 francs et supprimer la redevance des personnes morales. Mise en place en réponse à cette dernière initiative, la modification de l'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV) baissera la redevance de 335 à 300 francs d'ici 2029 exonérera du paiement de la redevance les entreprises avec un chiffre d'affaires inférieur à 1200 000 francs. Dans sa réponse à la procédure de consultation de cette modification d'ordonnance, les villes se sont prononcées contre cette réduction, qui constitue une coupe de 240 millions dans les recettes de la SSR<sup>5</sup>. **Les villes se sont jusqu'ici opposées aux baisses de redevance puisqu'elles considèrent qu'un service public fort est essentiel pour le bon fonctionnement de leurs démocraties.**



En parallèle, les médias privés bénéficient aussi d'un soutien étatique sous forme de quote-part de la redevance, que les villes ont soutenu jusqu'ici. Lors de la procédure de consultation sur [l'initiative parlementaire 22.417 «Mesures d'aide en faveur des médias électroniques»](#), déposée par la Conseillère d'Etat Isabelle Chassot, qui propose d'augmenter la quote-part de la redevance accordée aux radios et télévisions privées et d'investir dans des mesures de soutien à la presse, à la formation des journalistes et à l'autorégulation de la branche, les villes ont soutenu ces propositions<sup>6</sup>. De telles mesures avaient déjà été formulées dans la loi fédérale sur un train de mesures en faveur des médias, rejetée en référendum, et les villes avaient là aussi pris position en faveur d'un soutien aux médias<sup>7</sup>. Aujourd'hui, la mesure 33 du PA27 propose, quant à elle, de réduire l'aide indirecte à la presse, ce à quoi les villes s'étaient déjà opposées dans leur réponse à la procédure de consultation du paquet<sup>8</sup>. En parallèle à ces mesures fédérales, certaines villes soutiennent déjà les médias régionaux de manière indirecte. On peut citer des mesures comme des subventions à des fonds de soutien aux médias, tel que «Journafonds», ou encore des mesures plus concrètes, comme le fait de fournir en contenu les médias régionaux avec des informations ou des offres d'emploi (recette publicitaire). **Les villes soutiennent les mesures de soutien aux médias privés et s'opposent donc par extension à toute baisse de celles-ci, puisqu'elles ont besoin de la survivance d'un journalisme régional et national qualitatif, et que cela ne semble possible qu'avec la mise en place de telles mesures de soutien.**

## 2. Les besoins des villes

### 2.1. Besoin d'une information locale de qualité

Les villes, en tant que niveau étatique, ont absolument besoin de médias régionaux qualitatifs, pour représenter leurs réalités et de leurs spécificités au niveau national et régional. C'est grâce à ces informations que la population peut s'informer, former une opinion éclairée et participer au système démocratique des villes.

<sup>3</sup> Répartition des moyens de la SSR

<sup>4</sup> Répartition de la redevance

<sup>5</sup> Réponse de l'UVS à la procédure de consultation sur la modification de l'ORTV du 23.01.2024

<sup>6</sup> Réponse de l'UVS à la procédure de consultation sur la motion 22.417 du 16.10.2024

<sup>7</sup> Réponse de l'UVS à la procédure de consultation sur la nouvelle loi sur les médias électroniques du 15.10.2018

<sup>8</sup> Réponse de l'UVS à la procédure de consultation sur le paquet d'allègements 27 du 02.05.25



Or, ces dernières années la situation financière des radios, télévisions et journaux locaux et régionaux est devenue particulièrement difficile, au point de mettre en péril la survivance de certains de ces médias. Ils s'adaptent, en effet, difficilement aux nouveaux modes de consommation et à la nouvelle concurrence, et perdent, ainsi, du public au profit de formats plus mondiaux et digitaux. Dans ce contexte, les revenus des médias traditionnels sont à la baisse en raison de la diminution des recettes publicitaires et des abonnements. La conséquence directe de cette situation est la disparition des médias de plus petite portée, et la concentration du marché médiatique dans les mains de quelques grands groupes médiatiques. Ainsi Tamedia occupent, en 2025, 27,6 % du marché suisse alémanique et 45 % du marché romand<sup>9</sup>.

Une conséquence majeure de cette concentration est un changement de perspective vers une logique exclusivement marchande, qui veut maximiser le nombre de ventes et réduire les coûts. On vise ainsi premièrement à toucher un public large, choisissant des titres qui attirent l'attention, des contenus courts et simples et une perspective nationale voire mondiale, au détriment des informations régionales. En parallèle on réduit les coûts en proposant le même article dans plusieurs quotidiens différents. Ce changement de cadre signifie que moins de contenus politiques et régionaux et d'informations publiques sont diffusés. Une autre conséquence importante de la concentration est, bien entendu, la perte de diversité. Comme le nombre d'agences de médias diminue et que les contributions identiques augmentent, il est de plus en plus difficile de porter un regard critique sur le contenu journalistique. Cette situation engendre donc le risque d'une péjoration de la qualité du journalisme et la diminution de contenus régionaux et politiques diversifiés<sup>10</sup>.

Cette situation est néfaste au fonctionnement de la démocratie, et en particulier de celle des villes. La population sans information sur les décisions et services publics régionaux et sans diversité d'opinions sur celles-ci n'est pas en mesure de construire une opinion informée et par extension de participer à la démocratie directe. Il s'agit pour les villes d'une menace importante à la fois pour leur démocratie et pour leur communication à la population.



**Les villes ont besoin de médias régionaux de qualité pour véhiculer leurs informations et leurs décisions. Une baisse de qualité des informations et des médias dans les villes a une incidence sur le système démocratique à tous les niveaux de l'État.**

## 2.2. Besoin d'une information fiable et indépendante

Les villes suisses dépendent d'un paysage médiatique fiable et indépendant pour que leur population soit correctement informée et que leurs systèmes démocratiques fonctionnent. En l'occurrence, la population se tourne de plus en plus vers les réseaux sociaux et l'intelligence artificielle (IA) pour s'informer. Ceux-ci exercent une forte influence sur la formation d'opinion en Suisse, comme le montre le monitoring des médias : en 2023, Instagram était la troisième source d'influence d'opinion la plus importante<sup>11</sup>. L'analyse annuelle de Föeg sur la qualité des médias de 2025, fait le constat similaire que 46 % de la population ne consomme plus de contenu journalistique, ne s'informant plus que via les réseaux sociaux voire plus du tout. Or les plateformes en ligne et l'IA diffusent du contenu non-professionnel et non-vérifié. Ces transformations du secteur des médias nécessitent des réponses politiques concrètes, notamment à travers la régulation du numérique, l'adaptation du droit d'auteur et la lutte contre la désinformation.

La révision du droit d'auteur de 2025 constitue une avancée bienvenue, qui prévoit l'instauration d'un droit de rémunération pour les extraits de contenus journalistiques mis à disposition par les plateformes en ligne. Lors de la procédure de consultation de ce projet, l'Union des villes suisses avait déjà soutenu une juste rémunération du travail médiatique<sup>12</sup>. Par ailleurs, l'essor de l'IA rend nécessaire une législation complémentaire. Les systèmes d'IA utilisent des contenus journalistiques pour générer des résumés ou des textes dérivés, souvent sans mention de la source et en contournant les mécanismes traditionnels de rémunération. Les contenus journalistiques constituent, par exemple, 73 % des sources de Chat GPT<sup>13</sup>. Cette pratique crée une concurrence déloyale avec les médias traditionnels, nuit à la qualité de l'information et ne respecte pas le droit d'auteur. Une régulation claire est donc nécessaire pour encadrer l'utilisation des contenus journalistiques par l'IA et les plateformes en ligne, afin de garantir la traçabilité des sources et protéger les droits des auteurs et des autrices.

La formation d'opinion dont dépend notre démocratie, tant au niveau national que local, a besoin d'une information sourcée, développée et fiable, c'est pourquoi l'utilisation des contenus médiatiques par l'IA et les plateformes en ligne devrait être réglementée.

**Les villes plaident donc en faveur d'une réglementation de l'utilisation des contenus journalistiques par l'IA et les plateformes en ligne, tout en soutenant un développement ciblé.**

<sup>9</sup> [Analyse annuelle Föeg «Jahrbuch Qualität der Medien 2025»](#)

<sup>10</sup> [Etudes annuelles Föeg sur la qualité des médias](#)

<sup>11</sup> [Plateforme de monitoring média Suisse : Marques de médias](#)

<sup>12</sup> [Réponse de l'UVS à la procédure de consultation sur modification de la LDA du 06.09.2023](#)

<sup>13</sup> [Analyse annuelle Föeg «Jahrbuch Qualität der Medien 2025»](#)



### 2.3. Besoin de médias promoteur, diffuseur et acteurs de la culture

Les villes en plus d'être des lieux centraux d'échanges culturels et créatifs, sont aussi des acteurs majeurs de la promotion culturelle. Elles s'engagent à soutenir une offre culturelle variée et un secteur culturel professionnalisant. Les médias jouent ici un rôle multiple : ils participent à la promotion et la diffusion culturelle, mais sont aussi des acteurs à part entière de ce secteur.

Les médias sont des acteurs majeurs de la promotion culturelle : en tant que soutien et que diffuseur. Ils constituent une plateforme de diffusion très importante à travers les programmes radios et TV, ou les événements organisés par la presse. La SSR, en particulier, est un acteur important de la promotion culturelle. Elle diffuse énormément de produits culturels puisque 14% du temps d'antenne TV, 5% du temps d'antenne radio, et 17% de ses dépenses leur sont consacrés<sup>14</sup>. De plus, elle soutient le film à travers son pacte de l'audiovisuel<sup>15</sup>, ce qui fait d'elle le plus grand acteur de la promotion et de la production du cinéma après l'Office fédéral de la culture.



En plus, le contenu journalistique est un élément constitutif de la culture nationale et urbaine. Les médias façonnent non seulement la perception et la représentation de l'actualité, mais offrent aussi une importante plateforme de débat et de réflexion. Ce rôle doit encore se développer à l'avenir grâce à leur important potentiel d'innovation. La situation actuelle du marché des médias représente dans ce contexte une chance de développer de nouvelles plateformes et formats, dont les villes se réjouissent de bénéficier.

Les médias contribuent donc à une culture riche. Dans un contexte mondialisé, où la production culturelle suisse est mise en concurrence avec un pléthore de contenus, une relation fructueuse entre les médias, la culture et la promotion culturelle est indispensable pour garantir une offre variée dans les régions et les villes.

**Les villes s'engagent en faveur d'une interaction forte entre les médias et la culture, la promotion de la culture et celle des médias devant être envisagées conjointement.**

## 3. Positions et demandes des villes

### 3.1. Pour un soutien aux médias

Les villes ont besoin de la survivance et d'un renouveau du journalisme local, régional et national, or cela ne serait possible qu'avec la mise en place de mesures de soutien. Cependant cette aide doit être réalisée de manière indirecte pour conserver l'indépendance des médias et doit être prise en charge par la Confédération pour apporter une réponse nationale à cette problématique.

En l'occurrence les propositions de l'initiative parlementaire [22.417](#), «Mesures d'aide en faveur des médias électroniques», vont dans la bonne direction du point de vue des villes. Il s'agit d'investir dans des mesures de soutien à la presse, à la formation des journalistes et à l'autorégulation de la branche. Cela permet de soutenir financièrement la radio, la télévision et la presse, de valoriser et de promouvoir la profession journalistique et de lutter contre la désinformation grâce à de bons outils d'autorégulation de la branche. Les villes plaident pour un soutien financier aux médias traditionnels régionaux, essentiel à leur survivance, et à leur adaptation aux nouveaux besoins du marché. Afin de pouvoir communiquer de manière fiable et critique les décisions prises par les différents niveaux étatiques, et celles des villes en particulier, et ainsi conserver une démocratie forte et participative, il est essentiel que des médias rendent compte de manière adéquate des réalités urbaines, que des télévisions, des radios et des journaux régionaux existent et qu'ils possèdent suffisamment de moyens pour produire des contenus diversifiés, indépendants et qualitatifs. Du point de vue des villes, dans le contexte économique actuel cela n'est réalisable qu'avec des aides financières aux médias accordées aux journaux, radios et télévisions locales et régionales.

**Les villes prennent position en faveur de mesures de soutiens aux médias et s'opposent aux potentielles baisses des aides existantes.**

### 3.2. Pour le maintien de la redevance et un service public fort

Les villes s'opposent à toute nouvelle baisse de la redevance, qui risquerait de conduire à une baisse de qualité des prestations du service public. La redevance est un système contributif qui permet de garantir un financement régulier du service public, c'est-à-dire de la SSR et des radios et télévisions au bénéfice d'une concession. En l'occurrence, pour que la SSR puisse continuer à développer ses offres actuelles et les renouveler de manière à répondre aux nouveaux besoins de la population, il lui faut des moyens suffisants et donc une redevance adéquate. Les villes défendent un service public fort, c'est-à-dire, une SSR avec suffisamment de moyens et donc le maintien de la redevance.

**Les villes s'opposent à toute nouvelle baisse de la redevance Radio-TV.**

<sup>14</sup> [Site internet de la SSR et description de ses activités](#)

<sup>15</sup> [Pacte de l'audiovisuel de la SSR](#)



Elles se positionnent aussi en faveur d'un droit d'auteur adapté au nouveau contexte technologique, de manière que l'IA et les plateformes en ligne diffusent des contenus journalistiques sourcés, fiables et qualitatifs.

Finalement, elles mettent en place, dans la mesure de leurs compétences, des politiques publiques qui garantissent l'accès à l'information à toute leur population.

### **3.3. Pour une régulation de l'IA et un droit d'auteur qui protège le travail des journalistes**

Le fonctionnement démocratique des villes nécessite que la population soit informée de manière fiable, sourcée et qualitative. Or, les résumés de contenus journalistiques produit par l'IA ou repris par des plateformes en ligne sans mention ni rémunération des auteurs nuit à la qualité de l'information en circulation et par extension à la capacité des personnes à participer à la démocratie directe. Pour les villes, il est important d'assurer que les journalistes soient rémunérés pour leur travail, de permettre aux lecteurs et lectrices d'avoir la possibilité de connaître les sources des informations qu'ils consultent et de garantir la qualité et la véracité des contenus en circulation. Elles plaident donc pour une modification de la loi sur le droit d'auteur pour réglementer l'utilisation des contenus journalistiques des plateformes en ligne et de l'IA.

**Les villes se positionnent en faveur d'une révision de la loi sur le droit d'auteur, qui permette une rémunération pour les extraits de contenus journalistiques mis à disposition par les plateformes en ligne.**

**Les villes se positionnent en faveur d'une réglementation de l'IA, qui permette d'encadrer son utilisation des contenus journalistiques.**

## **4. Conclusion**

Les villes s'engagent pour une offre médiatique qualitative et accessible. Elles portent pleinement les positions exprimées dans ce papier à travers leurs futures prises de position en lien avec la thématique et les politiques publiques, qu'elles pourront mettre en place.

Elles plaident, ainsi, pour des mesures d'aide aux médias et le maintien d'une redevance suffisante, qui sont des conditions essentielles non seulement à la survivance des médias traditionnels régionaux, mais aussi au développement de nos services publics pour répondre de manière adéquate aux nouveaux besoins de la population.