

# Quand le Grand Chasseral redessine sa carte des médias

**Tramelan** Entre rachats de journaux, concessions contestées et menace sur la redevance, la région du Grand Chasseral vit une mutation médiatique profonde, un bouleversement au cœur de la conférence organisée par la SSR Berne et la CEP.

Céline Latscha

Rarement le paysage médiatique francophone du Jura bernois aura paru aussi mouvant. Entre rachats de titres, incertitudes autour des concessions régionales et menaces sur la redevance, l'écosystème local se retrouve dans une zone de turbulence qui oblige à repenser des questions fondamentales: comment continuer à informer une région plurielle, bilingue, et profondément attachée à ses médias de proximité?

C'est dans ce climat de bascule que s'est tenue la conférence-débat organisée par la SSR Berne et la Chambre d'économie publique (CEP) du Grand Chasseral, table ronde animée par Vincent Bourquin, rédacteur en chef adjoint du Temps, mardi soir au CIP de Tramelan. Et dès les premiers mots d'Hervé Gullotti, maire de la localité, le ton était donné: il s'agissait moins d'un bilan que d'un exercice de lucidité collective sur les forces, les fragilités et l'avenir du Grand Chasseral médiatique.

## Rachats, recompositions et promesse de continuité

Le rachat du Journal du Jura et de RJB, consécutif au retrait de Gassmann de leur capital, a été l'un des points centraux de la soirée. Ce passage sous Jura Media SA — en partenariat avec BNJ — illustre l'ampleur des mutations qui traversent la presse régionale. Pour Sébastien Voisard, directeur de Démocrate Media Holding, l'enjeu dépasse les chiffres. «On ne rachète pas un média pour en tirer des dividendes, mais parce qu'on veut faire vivre une région.»



Pour parler de l'avenir des médias, des intervenants de qualité, maîtrisant parfaitement leur sujet. De gauche à droite: Sébastien Voisard, Pierre Steulet, Vincent Bourquin, Nicoletta Cimmino, Pascal Crittin et Marcello Del Zio.

Stéphane Gerber/Bist

Pierre Steulet, président de BNJ, a rappelé que la proximité éditoriale reste un pilier intangible. Se remémorant la reprise de RJB en 1997, il souligne qu'«une rédaction doit ressentir sa région, comprendre ses sensibilités et ses tensions». Les promesses faites aux citoyens n'ont de valeur que si la ligne éditoriale demeure ancrée dans le territoire.

Nicoletta Cimmino, directrice éditoriale de Gassmann Media, insiste elle aussi: l'objectif du retrait du capital n'a jamais été de diluer Le Journal du Jura, mais bien de le fortifier. «L'essentiel est de garantir sa continuité, sa crédibilité et son rôle de journal régional.»

## Télé locale: concurrence et renforcement du pluralisme

Le débat s'est ensuite déplacé vers les concessions télévisuelles. La rivalité entre la nouvelle entité Canal B (projet de Canal Alpha) et TeleBilingue a été évoquée avec prudence, mais sans détour. Ainsi, Marcello Del Zio a balayé d'entrée de jeu l'idée d'un «petit empire». «Canal Alpha et Canal B restent des médias indépendants. Le pluralisme n'est pas une option, c'est une nécessité.» Il reconnaît toutefois que les recours et les incertitudes retardent la mise en place du projet. Mais, selon lui, cela ne change rien au fond, car «les régions ont besoin de voix multiples.»

Dans la même veine, Nicoletta Cimmino a rappelé que le bilinguisme n'est pas vécu de la même manière à Bienne et dans la région du Grand Chasseral. «Mais ce qui ne change pas, c'est la responsabilité des médias de construire des ponts, pas des frontières.»

## Redevance sous pression: une inquiétude partagée

Cette responsabilité qui incombe aux médias est d'autant plus cruciale que le cadre dans lequel ils évoluent pourrait être profondément bouleversé. En effet, difficile d'échapper à l'initiative «200 francs, ça suffit!», qui sera soumise au vote en mars 2026. Pour Pascal Crittin, directeur de

la RTS, ses conséquences seraient immédiates: «Une baisse aussi brutale supprimerait une grande partie de la couverture régionale. La SSR n'a pas été conçue pour fonctionner avec une logique de rendement.»

«Ce serait une catastrophe. La redevance a déjà diminué. Une nouvelle baisse déséquilibrerait l'ensemble du système», prédit Pierre Steulet, rappelant que fragiliser la SSR revient mécaniquement à fragiliser les médias locaux — y compris les radios qu'il représente — qui dépendent d'un environnement stable pour produire de l'information de qualité.

Marcello Del Zio et Nicoletta Cimmino abondent dans ce

sens: les régions périphériques seraient les premières touchées, et la diversité éditoriale s'en trouverait affaiblie. Tous soulignent que sans un financement solide, même les médias les plus ancrés ne peuvent garantir une présence quotidienne sur le terrain.

## Des questions qui secouent

C'est précisément là que surgit l'autre inquiétude du moment: croire que la technologie pourrait combler ces manques. Or, comme tous l'ont rappelé, «l'intelligence artificielle ne remplacera pas les journalistes de terrain. Un journal n'est pas un produit industriel. Il vit avec sa communauté.» Investir dans de nouveaux formats ne peut donc se faire qu'en préservant l'essence du métier: enquête, vérification, proximité. Une conclusion qui a servi de fil rouge pour aborder la suite. Si les outils évoluent, les fondamentaux demeurent — et l'ensemble du débat s'est structuré autour de cette idée.

La transition a alors été assurée par Patrick Linder, directeur de la CEP, qui a proposé une synthèse claire des échanges avant d'ouvrir la parole au public. Quelques questions bien ciblées ont permis de prolonger la réflexion et d'ancrer les enjeux dans le vécu des acteurs présents, qu'ils soient journalistes, responsables de médias régionaux ou représentants du monde politique. Et s'il n'y a pas eu de solution miracle — personne ne s'y attendait vraiment —, la soirée aura eu le mérite de mettre en lumière un paysage médiatique en pleine recomposition, où les acteurs du Grand Chasseral entendent défendre leur pluralisme et maintenir, malgré les secousses, un journalisme de terrain indispensable à la vie démocratique.

PUBLICITÉ

Le Private Banking est un travail d'équipe.

Rejoignez une banque où la coopération compte.

À vos côtés. Vers le succès.

BCBE

TEAM BCBE

bcbe.ch/devenir-client | 032 327 46 55