

Une info, zwei Blick

Bienne Le Presstival, festival dédié à la presse et au journalisme, a posé sa plume au stade de la Gurzelen pour la deuxième année consécutive. De nombreuses conférences ont rythmé le programme, dont une consacrée au «Mediagraben». Alors, mythe ou réalité?

Jennifer Cereijo

Ce serait l'un des mythes qui fondent la Suisse: le Röstigraben. Les Romands et les Alémaniques seraient des êtres différents, que ce soit en termes de gastronomie ou lorsqu'il faut se rendre dans les urnes un

dimanche de votation. Qu'en est-il dans les médias? Existe-t-il des différences entre les informations en allemand et en français? A en croire les participants de la table ronde dédiée à ce thème lors du Presstival, ces différences sont bien réelles.

Les médias romands conquis par les Zurichois?

Lors d'une autre table ronde, dimanche, on a aussi discuté du rachat de titres francophones et de la centralisation croissante de l'information dans les grands groupes zurichois. «Blick» et TX Group (Tamedia) figurent parmi les plus grands producteurs d'information en Suisse. Virginie Lenk, rédactrice en chef ad interim de «24 Heures», défend l'autonomie des rédactions: malgré la puissance des maisons mères, les équipes locales conservent une large indépendance édi-

toriale et s'entraident entre régions linguistiques. Les intervenants s'accordent sur un point: les rédactions régionales ont encore de l'avenir. Elles couvrent des informations de proximité que les grands médias ignorent - et dont le lectorat local ne peut se passer. Virginie Lenk note par ailleurs que la presse en ligne génère actuellement moins de revenus que le papier. En période de transition, la presse écrite pourrait encore tenir un moment.



Le Presstival s'est tenu pour la deuxième fois consécutive à Bienne: l'occasion était belle pour un débat sur le «Mediagraben».

Matthias Käser

Le Röstigraben est évident, mais il est dû au public.



Etienne Daman
Journaliste web chez «Blick»

liste web chez «Blick», et Stéphane Deleury. Certains formats prennent mieux d'un côté que de l'autre - c'est notamment le cas de la presse de boulevard, dominante en Suisse alémanique.

Werner De Schepper applique un filtre simple: «Je me demande si ça intéresserait quelqu'un qui habite à Lyss, par exemple.» Pour un média régional, la place est comptée. Le dialogue entre rédactions est donc essentiel - le rédacteur en chef alémanique tente de rester informé de ce qui se produit côté francophone afin de planifier les traductions. Le bilan: une trentaine d'articles par semaine, dans les deux sens.

Des angles différents

La modératrice de la table ronde, Aude Raimondi (RTS), a pointé une divergence frappante dans la couverture du drame de Crans-Montana et des bombardements à Gaza: là où les Alémaniques cherchaient des responsables, les francophones cherchaient à comprendre.

Chez «Blick», le choix entre traduction et envoi d'un jour-

naliste francophone sur le terrain s'avère délicat. Etienne Daman l'admet: une traduction mot à mot ne suffit pas - le ton alémanique n'est pas celui qu'attend le lectorat romand. Mais la contrainte économique pèse: l'antenne francophone du groupe reste modeste, et les moyens ne suivent pas toujours.

Face à ces limites, pourquoi ne pas recourir davantage à des correspondants? Leur regard externe éviterait le travail de traduction et apporterait un style distinct. Ils se font pourtant rares dans les médias romands, ce qui contribue à une centralisation croissante de l'information à Zurich (lire par ailleurs). Werner De Schepper s'en inquiète: «Le journalisme, c'est l'immersion.» Un vrai contact humain lui semble indispensable.

Virginie Borel, directrice du Forum du bilinguisme, y voit pourtant une richesse propre à la Suisse: ce dialogue entre les deux langues, avec ses différences de tonalité et d'angles, enrichit la compréhension de l'information plutôt qu'il ne l'appauvrit.

Choisir quoi traduire

Les deux régions ne couvrent pas les mêmes événements, et l'importance accordée à une information varie fortement d'un côté à l'autre de la Sarine. Comment les rédactions décident-elles quoi traduire?

«Le Röstigraben est évident, mais il est dû au public», expliquent Etienne Daman, journa-

«Un franc succès» à l'heure du bilan

Quelque 1300 personnes ont investi les gradins du stade mythique biennois. Le programme était vaste. «Cette édition est un franc succès», s'est réjouie Jessica Monteiro, chargée de communication au sein du comité du Presstival à l'heure du bilan.

La première édition l'année dernière se déroulait sur un jour et avait rassemblé près de 800 personnes. «Même si nous n'avons pas doublé le nombre de visiteurs, nous avons réussi notre pari de réunir les professionnels du métier et le grand public»,

ajoute-t-elle. Selon les organisateurs, près de la moitié des personnes n'étaient pas du métier.

Le format sur deux jours a également «bien fonctionné». «Les visiteurs ont davantage le temps pour se poser et profiter», a indiqué Jessica Monteiro. Il faut dire que la météo clémente a aussi joué en la faveur des organisateurs, le soleil et la chaleur étaient au rendez-vous.

Près de 200 intervenants venus de Suisse mais aussi de l'étranger ont commencé dès la matinée du samedi à faire vivre ce fes-

tival qui a pris possession de cette friche urbaine réhabilitée en lieu culturel lors d'une septantaine d'événements.

Nouveauté de cette deuxième édition, le Presstival a installé une radio au cœur de l'événement, un exercice qui a particulièrement bien marché, a indiqué Jessica Monteiro. Elle a souligné la collaboration entre la RTS, Radio Vostok, RJB et GRIFF: «La Terrasse était presque remplie pour toutes les émissions». Le public, comme les organisateurs, étaient ravis.

Des médias internationaux étaient aussi présents avec les Français de Médiapart, Blast et Street-Press, ainsi que les Belges de Médor et de l'émission culte Strip-Tease. Le BD journalisme et la photo de presse étaient aussi à l'honneur. A noter que l'ambassadeur de Belgique en Suisse, Patrick Van Gheel (Keystone/Jean-Christophe Bott), a aussi découvert la Gurzelen.

Le choix de Bienne a été reconduit, car c'était l'un des facteurs de réussite de la première édition. Le budget s'élève à quelque 140'000 francs. ats

