



**Auteur**

Res Strehle chef de projet Monitoring qualité Tamedia

**En collaboration avec**

Anita Bissig/Alessandro Saporiti Digital Analysts Tamedia

Ignaz Staub/Denis Etienne médiateurs

**Impressum**

Rapport qualité Tamedia 2021

Publié par Tamedia, Werdstrasse 21, CP, 8021 Zurich

Conception MADE Identity AG, Zurich

Layout Urs Dudli Design, Zurich

# Introduction

En 2021, toutes les rédactions de Tamedia, hormis celles du Bund et du Berner Zeitung, ont été soumises pour la cinquième fois à un monitoring qualité approfondi. Comme les deux rédactions bernoises étaient engagées dans un processus de fusion, elles ne seront réintégrées dans le monitoring qu'en 2022. Cette fois encore, la période étudiée était d'une semaine pour les médias d'information, et elle n'avait pas été communiquée à l'avance aux rédactions. Une attention particulière a été accordée à l'offre numérique. Concernant les médias économiques étudiés (Finanz und Wirtschaft, Bilan), l'offre numérique et l'offre imprimée ont été examinées dans une même mesure. Pour les autres magazines, l'offre numérique n'a pas constitué une priorité; 2 ou 3 éditions imprimées ont été étudiées.

Finanz und Wirtschaft: Konrad Hummler, docteur en droit, entrepreneur et chroniqueur, St-Gall

Schweizer Familie: Colin Porlezza, Prof. Dr., Institut de médias et journalisme de l'Università della Svizzera italiana, Lugano

Zürichsee-Zeitung: Vinzenz Wyss, professeur, Haute école zurichoise des sciences appliquées, Winterthour

Le monitoring a été mené selon les règles professionnelles et les critères du manuel «La qualité des médias» (Tamedia 2017/de; 2018/fr). Pour la première fois cette année, les Mission Statements des rédactions formulés en 2020/2021 ont également été pris en compte.

3

## **En 2021, les experts suivants ont participé au monitoring qualité des différents médias:**

Basler Zeitung: Roger Blum, professeur émérite, spécialiste des médias, Cologne

Das Magazin: Otfried Jarren, professeur émérite, Institut des sciences de la communication et de la recherche sur les médias de l'Université de Zurich (IPMZ)

Tages-Anzeiger: Felix Müller, Dr phil., germaniste, ancien rédacteur en chef de la NZZ am Sonntag

Rédaction Tamedia Suisse alémanique/SonntagsZeitung: Miriam Meckel, professeure en sciences de la communication à l'Université de St-Gall

Rédaction Tamedia Suisse romande/Le Matin Dimanche, Tribune de Genève: Philippe Amez-Droz, docteur en sciences économiques, AZconsulting, chargé de cours au Medi@lab de l'Université de Genève

24 heures: Géraldine Falbriard, responsable médias, Université de Lausanne

Bilan: Vincent Kaufmann, professeur émérite, MCM, Université de St-Gall, Genève

# 1 Règles professionnelles

Le monitoring 2021 a révélé très peu de lacunes professionnelles dans les rédactions de Tamedia. Pour les différents points définis par le manuel qualité, le bilan peut être résumé de la façon suivante:

## 11 Séparation entre le contenu rédactionnel et la publicité

Le principe de séparation entre les contenus rédactionnels et la publicité a été bien respecté. Il était possible de distinguer à tout moment les contenus rédactionnels des contenus publicitaires. Aucun mélange n'a été constaté. Seules quelques questions ont été posées concernant les articles rédactionnels de recommandation de nouveaux produits (voitures, p. ex.) et les ouvertures de magasins pour lesquels la sélection était peu transparente et il manquait des éléments critiques dans le texte. Il n'y avait toutefois aucun lien avec les contenus publicitaires.

## 12 Exactitude/vérité

Les experts ont relevé peu d'erreurs factuelles les jours de référence du monitoring, ce qui témoigne du soin apporté à la relecture et à la correction. La vérification des faits est exemplaire, notamment dans les magazines avec un délai de production plus long tels que Schweizer Familie et Das Magazin. Nous avons aussi apprécié que Schweizer Familie attire l'attention de ses lecteurs sur la règle du triple contrôle de sa rédaction, dans un article historique de son numéro de janvier consacré aux fake news.

Autre élément exemplaire selon nous: le nouveau lien « Vous avez trouvé une erreur? Faites-le nous savoir » créé sur les sites d'information, qui permet aux lecteurs d'envoyer directement aux rédactions leurs remarques sur des faits incorrects. Une analyse de ces remarques effectuée pour la troisième semaine d'avril (du 19 au 24 avril) dans le cadre du monitoring qualité a montré de nombreux avis divergents (souvent aussi communiqués via ce lien) ainsi que 131 remarques de lecteurs concernant des erreurs factuelles, orthographiques ou grammaticales. La moitié d'entre elles portaient sur l'orthographe, l'autre moitié sur le contenu. Dans environ 80% des cas, la version numérique a été corrigée une fois l'erreur signalée, mais très rarement de manière transparente (en indiquant l'erreur dans la version d'origine en fin de texte). Dans certains cas, les auteurs n'avaient pas connaissance du message signalant l'erreur.

Le monitoring qualité suggère de clarifier comme suit la procédure interne applicable en cas de remarques des lecteurs sur des erreurs factuelles: transmettre la remarque à l'auteur,

vérifier le fait, envoyer un message de remerciement au lecteur puis corriger l'erreur de manière transparente. Par ailleurs, nous recommandons également aux magazines d'ajouter ce lien dans leurs articles; il permet de recueillir des indications importantes et montre que la rédaction prend au sérieux la vérification des faits.

## 13 Équité

De manière générale, l'équité à l'égard des acteurs et institutions n'a pas été mise en doute en 2021. Les avis divergents de lecteurs qui se sont adressés à nos médiateurs sont discutés séparément au chapitre 3.

Détecter et prévenir les atteintes au principe d'équité est la priorité lors de la relecture, ce qui n'a pas toujours été le cas.

Nous avons relevé que la partie adverse peut généralement répondre en toute équité aux reproches et critiques, sans que ces prises de position ne soient disqualifiées par les formules «prétend» ou «conteste». Autre signe réjouissant selon nous: la mention «la présomption d'innocence s'applique» s'avère de plus en plus superflue car celle-ci est davantage mise en œuvre dans les articles.

## 14 Transparence et distance critique à l'égard des sources

La transparence et la distance critique à l'égard des sources étaient présentes dans la quasi-totalité des articles analysés. L'encadré nouvellement créé sur l'auteur, qui permet d'instaurer de la transparence le concernant, nous semble exemplaire..

## 15 Séparation entre faits et opinion

Le principe consistant à séparer faits et appréciation/opinion a été en grande partie respecté en 2021; comme les années précédentes pourtant, il a donné lieu à des débats nourris. Il est érodé la plupart du temps dans les textes d'auteur, ce qui est autorisé dans la mesure où ceux-ci sont signalés en tant que forme particulière (reportage, essai, etc.). Il est également érodé lorsque des journalistes deviennent, par conviction, des activistes pour une (généralement) noble cause, perdant alors leur distance critique avec les protagonistes.

La question de la distinction entre la position et l'activisme politique a été discutée en profondeur lors de la conférence trimestrielle des rédacteurs en chef. Il a été convenu que la position commune des rédactions de Tamedia devrait se limiter au respect des règles du métier de journaliste et que le média en soi ne doit pas devenir un acteur politique, voire un allié lors d'une campagne.

## 16 Langage

Durant les semaines étudiées, dans tous les médias de Tamedia, le langage était compréhensible, « pondéré, pertinent et

peu maniéré», selon la formulation de Felix Müller, expert sollicité pour le Tages-Anzeiger. Mais il était également « rarement brillant», comme l'a regretté l'expert Konrad Hummler pour Finanz und Wirtschaft. Les tournures abstraites et bureaucratiques n'ont pas entièrement disparu des médias régionaux, notamment lorsqu'un article se base sur une décision ou un communiqué des autorités. C'est là que les relecteurs interviennent en étant attentifs aux lourdes substantivisations de verbes, aux substantifs composés et aux descriptions complexes d'éléments simples. Le fait que dans nos médias germanophones, le génitif soit bien souvent remplacé par un datif moins élégant a aussi été pointé du doigt.

Des efforts ont manifestement été déployés dans toutes les rédactions l'année passée afin d'éviter, au moins dans les textes, que le masculin générique ne devienne la norme. Cette forme n'est toutefois pas encore évitée de manière systématique. Contraignant pour les médias de Tamedia depuis le mois de septembre, le guide interne «Langage épïcène» montre diverses alternatives pour un langage sans discrimination et sans lourdeur.

### **17 Erreurs de production**

Les erreurs de production pointées du doigt l'année dernière avaient quasiment disparu cette année et étaient de toute évidence liées aux incertitudes découlant de l'introduction de «Mobile first». Elles sont désormais beaucoup plus rares et les articles des différents canaux sont nettement mieux coordonnés que l'an dernier, comme le souligne l'experte Miriam Meckel.

## 2 Création de valeur selon le diagramme de valeur ajoutée

Comme les années précédentes, le monitoring qualité a été basé sur la pondération des différents critères de valeur définis par les rédactions en chef (illustrations 1 à 3). Pour la première fois, les Mission Statements formulés par les rédactions en 2020/21 ont aussi été pris en compte.

### **21 Choix/traitement de l'information**

#### **22 Vitesse**

#### **23 Enquête**

#### **24 Hiérarchisation**

#### **25 Service**

#### **26 Divertissement**

#### **27 Visualisation**

#### **28 Storytelling**

#### **29 Interaction avec le lectorat**

Selon le manuel «Mobile first», un article doit répondre normalement à deux critères de valeur ajoutée au moins et contenir en outre des éléments complémentaires, tels des liens et des teasers faisant référence aux médias sociaux. C'est souvent une question de ressources, parce que l'édition imprimée doit aussi être réalisée avec grand soin et que les ressources n'augmentent pas globalement.

Par rapport aux différents critères considérés, le monitoring a fait les constats suivants:

### **21 Choix/traitement de l'information**

Cette fois encore, la pandémie de Covid-19 a dominé l'information. Les experts ont estimé unanimement que les médias de Tamedia ont rempli cette tâche correctement et avec professionnalisme en 2021, avec une distance critique envers tous les acteurs, autorités comprises.

Certains points ont donné matière à discussion lors des monitorings. Il a fallu par exemple déterminer dans quelle mesure les opposants aux mesures de l'État devaient pouvoir s'exprimer dans les médias de Tamedia et surtout comment documenter leurs reproches abscons par le texte et par l'image, notamment l'insinuation selon laquelle le Conseil fédéral (et en particulier le ministre de l'intérieur Alain Berset) se comporterait comme

Adolf Hitler. Le délégué à la qualité était d'avis que faire preuve de responsabilité journalistique consiste aussi à ne pas multiplier sans les commenter des critiques non factuelles et attentatoires à l'honneur dans nos médias.

L'orientation de la sélection des informations et l'approfondissement selon l'intérêt des lecteurs (utilisation, transformation en abonnements numériques) correspond à l'orientation en fonction de ce qui est subjectivement pertinent pour les lecteurs d'un titre. Elle constitue ainsi un critère de qualité mais doit cependant être corrigée lorsque la pertinence objective est remise en question. Il est utile de connaître plus précisément l'intérêt des lecteurs lors de la sélection des informations mais cela ne doit pas constituer l'unique critère.

De l'avis aussi de l'expert Otfried Jarren, il faut saluer la sélection des sujets de Das Magazin, qui combine recherches, débats de société et articles à mi-distance parfaite de l'actualité. Pour la première fois, les articles des magazines ont suffisamment de visibilité sur Internet, ce qui a fortement accru leur interactivité.

## 22 Vitesse

À notre sens, la vitesse de traitement en 2021 ne prête guère à la critique; elle était le plus souvent adaptée au canal. L'absence de titres accrocheurs vifs et actuels sur les sites d'information était souvent due à un manque de ressources en début de semaine ou pendant le week-end.

Au cours de cette deuxième année, on a pu constater combien le mode de production «Mobile first» s'est établi rapidement, accentuant les différents rythmes et formes de couverture sur les canaux numériques et dans la presse imprimée. Géraldine Falbriard, experte lors du monitoring de 24 heures, s'est félicitée de cette évolution constante du flux d'information, qui permet aux lecteurs de ne jamais avoir l'impression d'être informés de manière statique.

## 23 Enquête

Le bureau d'investigation de Tamedia s'est une nouvelle fois distingué par ses nombreuses enquêtes réalisées dans un contexte difficile, les thèmes clés étant définis en partie dans le cadre de collaborations internationales. Il a beaucoup été question des «Pandora Papers», un dossier d'évasion fiscale et de blanchiment d'argent, dont la couverture a pris différentes formes, y compris interactives. Au niveau local, l'enquête sur la contamination des sols par la dioxine («Sie haben unsere Existenz kaputtgemacht», «Ils ont détruit notre existence», 22.8) et celle sur les erreurs médicales («Vorwürfe gegen Klinikdirektor» «Un directeur de clinique sous le feu des critiques», 17.11) ont joué un rôle majeur.

Nos médias comptent aussi parmi ceux qui ont le plus approfondi les thèmes liés au coronavirus (scandale des masques Emix; St-Gall pointée du doigt pour ses mesures insuffisantes contre le coronavirus; Berset stoppant un document sensible sur les mesures liées au coronavirus; fraude au crédit d'aide dans le contexte du coronavirus).

La profondeur de l'enquête dans les médias régionaux n'a pas toujours suffi à clarifier totalement les faits. Pour certains sujets locaux, il est régulièrement apparu que le point central n'a pas été clarifié. Vincent Kaufmann, expert pour le monitoring qualité de Bilan, aurait aussi souhaité une plus grande diversité des sources dans le cadre des enquêtes économiques.

Le fait que d'importants recours devant les tribunaux ont été gagnés cette année et que les médias de Tamedia n'ont eu à publier que peu de droits de réponse, montre tout le professionnalisme des enquêtes.

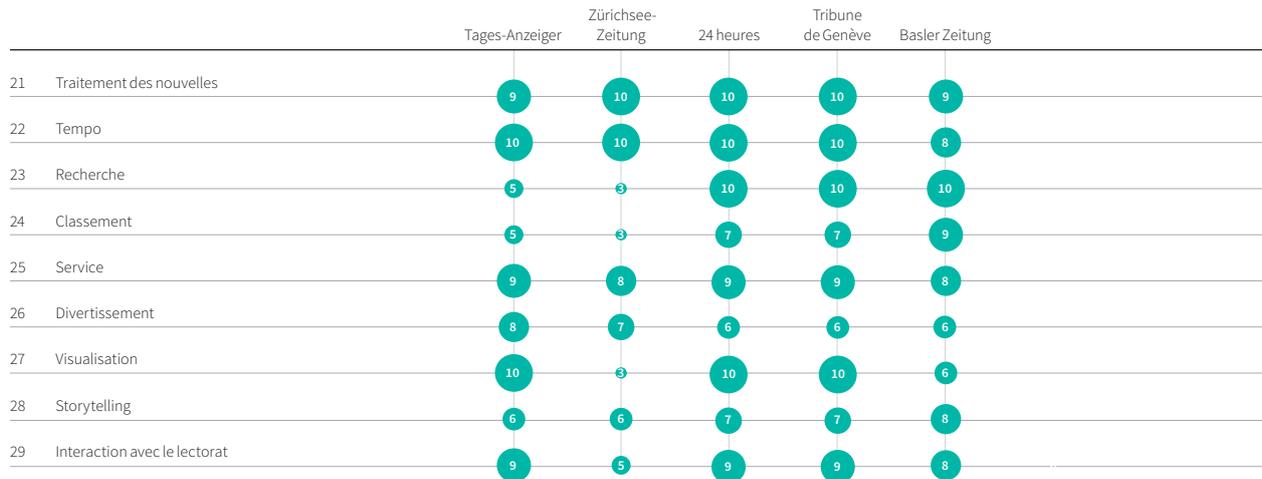
Dans le cadre de son mandat d'expert pour le monitoring qualité du Basler Zeitung, Roger Blum, spécialiste des médias, a pris l'initiative d'étudier les comptes-rendus judiciaires importants pour la démocratie et la séparation des pouvoirs pendant un semestre (Qui donne des informations? Comment? Sous quelle forme?). L'expert s'est montré satisfait du grand nombre d'articles judiciaires (85 au total, soit 3,3 par semaine), ce qui s'explique aussi par les quelques affaires spectaculaires dans la région (affaire du travail au noir dans le canton de Bâle-Campagne, soignantes soupçonnées de meurtre à Laufon, viol dans la Elsässerstrasse). Il n'a pas constaté de voyeurisme ni de couverture médiatique à charge. Le spécialiste des médias a cependant regretté une trop grande focalisation sur le droit pénal. Il déplore également le fait qu'il y ait de nombreux auteurs plutôt que seulement quelques-uns dotés de compétences particulières et – ce qui est sans doute lié – le faible nombre de commentaires pointus.

## 24 Hiérarchisation

Comme auparavant, les experts du monitoring qualité souhaitent davantage de commentaires et d'analyses, aussi en tant que critères de l'identité d'un média. Il serait également souhaitable d'établir une distinction entre les commentaires (comportant une forte part d'opinion) et les analyses (interprétation du problème, part d'opinion plus faible). Les opinions surprenantes restent plutôt rares, les commentaires qui enfoncent des portes ouvertes sont plus fréquents.

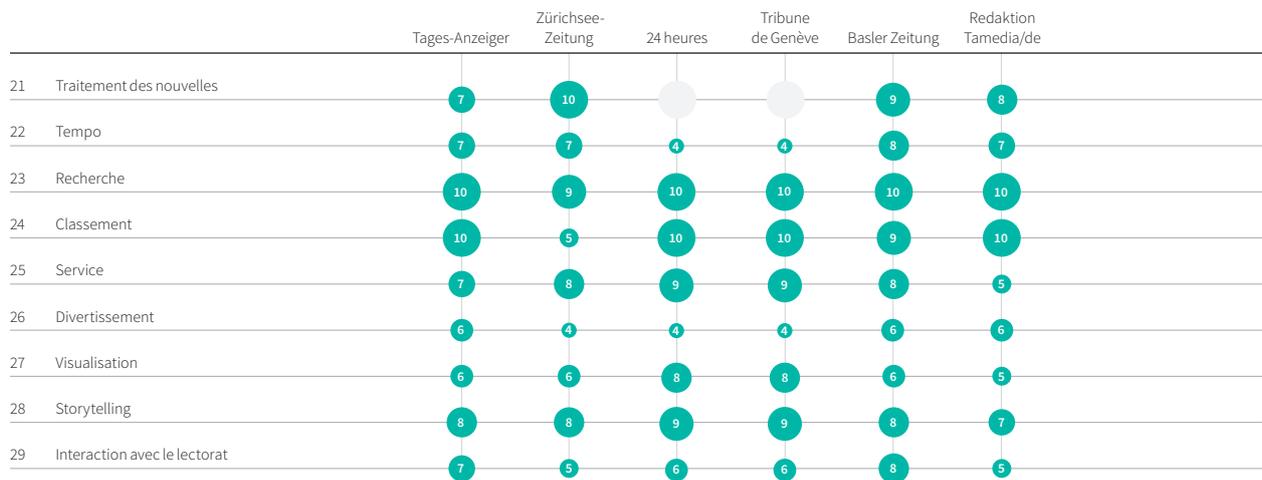
## Valeur ajoutée des médias d'information numériques

Fig. 1



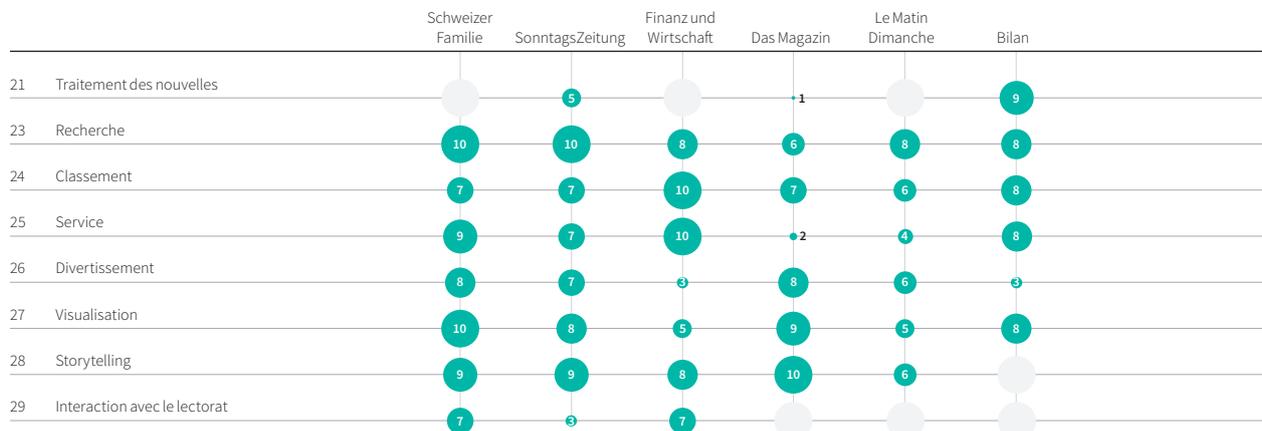
## Valeur ajoutée des médias d'information imprimés

Fig. 2



## Valeur ajoutée des magazines imprimés

Fig. 3



## 25 Service

À la lumière du monitoring qualité, ce critère de création de valeur est parfaitement rempli. Dans cette dimension, nos magazines Schweizer Familie, Finanz und Wirtschaft et Bilan sont exemplaires pour leurs publics de lecteurs respectifs. Un sujet clé dans cette dimension est l'aide à l'information concernant la transformation de la société, avec l'abandon des énergies fossiles, et la transformation numérique.

Le monitoring de Schweizer Familie a relevé comme élément positif le fait que le thème de la transformation de la société en matière d'énergie, d'alimentation et d'approche de la nature est très présent dans les sujets quotidiens traités, en particulier dans l'édition de janvier étudiée (n° 2, 14.1). Comme au cours des trois dernières années, l'expert Colin Porlezza a décerné la meilleure note à Schweizer Familie dans cette dimension. Il a été impressionné par l'orientation systématique vers le groupe cible, l'intégration avec le site Internet et les recommandations faciles à comprendre.

## 26 Divertissement

Tous les médias de Tamedia ont de bons formats de divertissement, notamment avec leurs rubriques. Ils constituent un bon complément et apportent de la légèreté aux sujets graves, pour l'essentiel, de la partie actualité (pandémie, conflits, etc.). De l'avis de nos experts, même dans la partie actualités, le facteur de divertissement pourrait toutefois être un peu plus développé. La satire compte cependant parmi les formats les plus difficiles dans le journalisme, comme l'illustrent aussi certains exemples ratés selon nous en 2021.

## 27 Visualisation

L'obligation de mettre en ligne une image d'accroche pour chaque article conduit notamment à la mise en ligne d'images peu pertinentes, surtout lorsque le sujet est très abstrait, qu'il est interdit de photographier et quand l'infographie est saturée par le sujet du coronavirus. Toutefois, lorsqu'il est possible de photographier, les images de nos photographes internes convainquent par leur approche originale.

L'obligation d'insérer une image pose problème à nos petites rédactions locales, qui ne peuvent photographier elles-mêmes que peu de sujets et dont les portails d'information sont parfois peu attrayants. Les raisons de ces difficultés sont la nécessité de devoir souvent recourir à des images envoyées (qui, pour la plupart, sont arrangées et sans focus formel), de devoir montrer un bâtiment ou un logo pour les décisions administratives ou judiciaires, et de ne pas avoir le droit de montrer les élèves sans le consentement des parents dans les écoles où il y aurait beaucoup de vie.

Une formation accessible de nos rédacteurs à la photographie à l'aide du téléphone portable pourrait permettre d'enrichir

l'offre de photos. Les formats vidéo sont devenus plus rares mais apportent souvent une utilité supplémentaire là où ils sont utilisés.

## 28 Storytelling

Le storytelling reste fortement axé sur l'énumération de faits et pourrait, à notre sens, être plus varié. Néanmoins, les rédactions centrales (Deutschschweiz/ Suisse Romande) produisent avec succès d'autres formats (Listicles, vérification des faits, enquêtes, etc.). Le regroupement des acteurs en quatuor dans les «Pandora Papers» est apparu comme particulièrement original et intéressant sur le plan didactique.

L'expert Vinzenz Wyss a une nouvelle fois souligné la principale faiblesse du storytelling dans les rédactions locales. Certes, on n'informe plus désormais sur les assemblées communales avec une rigueur quasi administrative, on préfère généralement choisir un sujet à approfondir. Cependant, le message manque trop souvent de clarté; M. Wyss recommande de mieux clarifier le focus et le message avec un interlocuteur de la rédaction avant de rédiger l'article.

Les podcasts ont été fortement développés dans les départements des rédactions centrales et les différentes rédactions. Ils sont désormais presque partout à la pointe de la technique et certains figurent parmi les leaders du secteur («Apropos»). Le chargé de qualité apprécie toujours beaucoup le podcast «Troisième mi-temps» dédié au football, car il permet de faire se rencontrer diverses cultures, expertises et passions, et de se défier mutuellement de manière humoristique.

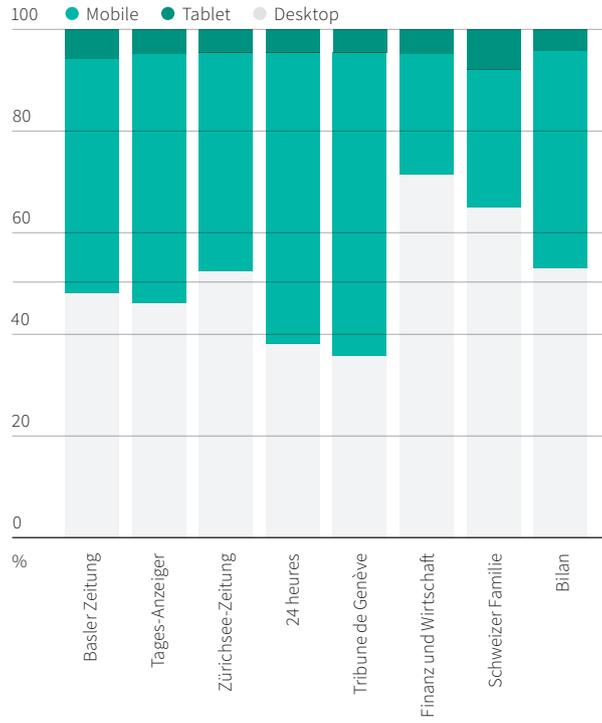
Seul élément laissant à désirer dans les podcasts: le format «Un journaliste interviewe un journaliste» pourrait être utilisé avec plus de parcimonie, ce qui permettrait de faire davantage appel à des acteurs et experts externes. Et les possibilités de formation vocale et en matière d'animation ne semblent pas non plus encore épuisées, nos auteurs de podcasts venant majoritairement des médias imprimés.

## 29 Interaction avec le lectorat

Un fait demeure: les forums de commentaires ne sont beaucoup utilisés que dans les grands médias d'information, de manière fréquente et très intense, notamment lorsque le sujet du coronavirus est abordé. Point positif: certains auteurs participent désormais aux forums de commentaires, ce qui est très souhaitable, surtout lorsque l'on s'adresse directement à eux dans les commentaires. Contrairement aux responsables, le chargé de qualité considère comme dérangeante et souvent de nature à baisser le niveau la possibilité de commenter de manière anonyme ou sous un pseudonyme (ceci ne peut toutefois pas être prouvé de manière empirique).

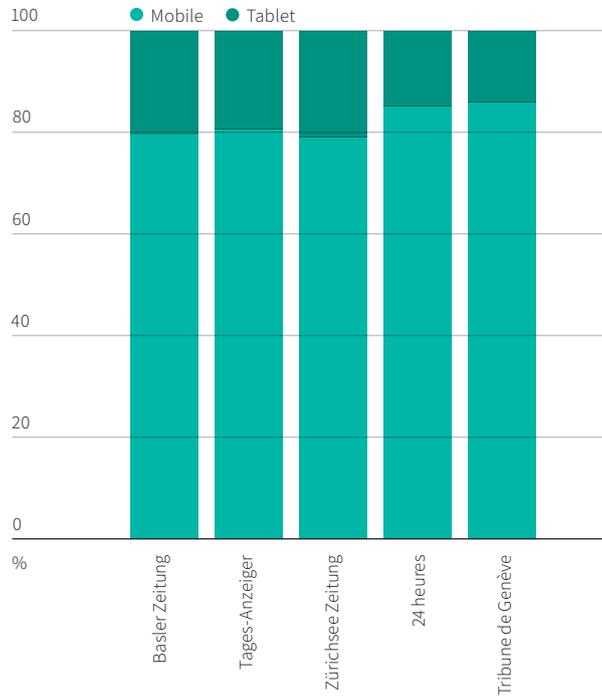
### Internet — Pages vues par appareil

Fig. 4 : Forte proportion d'utilisation d'appareils mobiles pour les titres d'information, l'utilisation de l'ordinateur domine pour les magazines



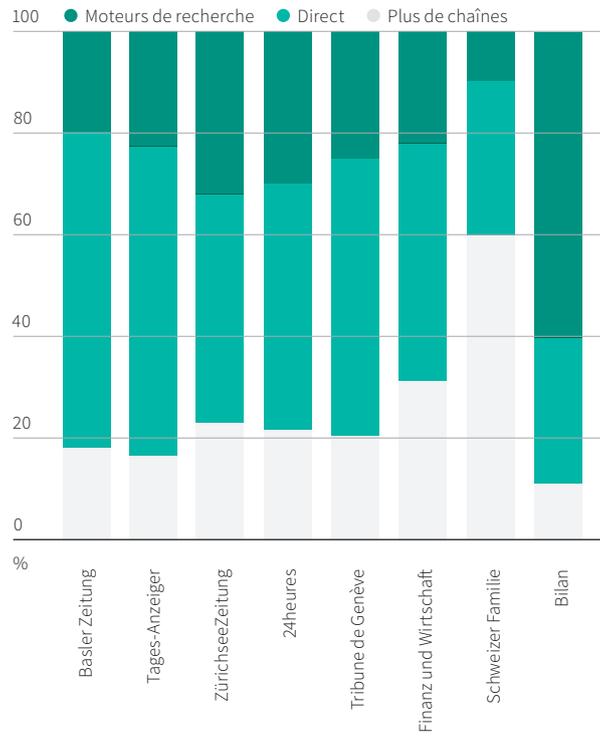
### Appli — Pages vues par appareil

Fig. 5 : L'application est principalement utilisée via le téléphone portable



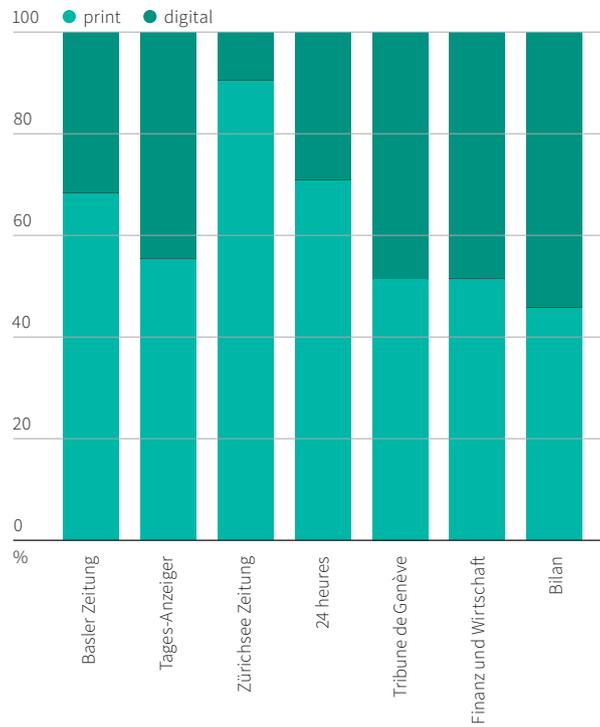
### Sources d'accès aux sites Web 2021

Fig. 6



### Rapport entre les lecteurs de médias imprimés et les utilisateurs de médias numériques

Fig. 7



La volonté de lancer des débats formulée par les médias locaux dans leurs Mission Statements ne se matérialise encore que trop rarement. Et les enquêtes interactives organisées au sein du cercle des lecteurs sont parfois banales et peu attrayantes sur le plan graphique.

La présence de nos titres et de nos auteurs dans les médias sociaux devrait encore être améliorée, mais elle est souvent tributaire des ressources disponibles. L'expert Philippe Amezdroz a recommandé aux rédactions du *Matin Dimanche* et de la *Tribune de Genève* de hausser nettement le rythme sur Instagram. Sur ce média social, la présence originale de la «Troisième mi-temps» et la haute qualité des images du magazine ont été relevées comme des points positifs.

### 3 Statistiques des médiateurs

11

#### **Suisse alémanique (Ignaz Staub)**

En 2021, le médiateur de Tamedia Suisse alémanique (à l'exception de 20 Minuten) a enregistré 200 réactions de lecteurs, ce qui correspond plus ou moins au niveau de 2020. Ces plaintes parfois extrêmement émotionnelles ont été une nouvelle fois causées principalement par la couverture de la pandémie du coronavirus. Le Covid-19 a occulté d'autres sujets tels que les votations nationales sur la loi contestée sur le CO2 ou le mariage pour tous.

Parmi les médias payants, les plaintes du lectorat ont principalement visé le *Tages-Anzeiger* (TA) et, dans une moindre mesure, le *SonntagsZeitung* (SoZ), le *Bund*, le *Berner Zeitung* (BZ), le *Basler Zeitung* (BaZ), le *Landbote* et le *Zürichsee-Zeitung* (ZSZ). La plupart des articles et commentaires critiqués provenaient de la rédaction centrale. Approximativement un quart des plaintes concernait à nouveau des aspects administratifs, comme la gestion des abonnements, la vente des journaux ou l'utilisation des offres en ligne.

Environ trois quarts des plaintes portaient sur des contenus rédactionnels, notamment sur les points suivants:

#### Séparation entre le contenu rédactionnel et la publicité

En 2021, seule une réaction indirecte concernant la publicité payante a été enregistrée. Un lecteur du SoZ s'est étonné que

dans le même numéro du journal soient publiées une annonce clairement présentée comme du «contenu sponsorisé» de la filière viande et une «page double attrayante (...) intéressante sur la valorisation complète de la viande».

#### Exactitude/Vérité

En 2021, plus d'un quart des plaintes concernait la couverture du coronavirus par les titres de Tamedia. Très virulente, la critique portait généralement sur l'orientation de nos articles et souvent aussi sur les commentaires concernant la pandémie et les contre-mesures prises par les autorités. Il était question de diffamation, de discrimination, d'alarmisme et d'incitation à la haine.

On a reproché plusieurs fois à l'éditeur et à ses collaborateurs d'être animés par des motivations déloyales, comme celle de loucher sur les subventions de la Confédération (mot-clé: loi sur les médias) au lieu d'informer en toute objectivité. Selon une plainte, la seule utilité de Tamedia sur le plan intellectuel serait de montrer l'exemple à ne pas suivre. Certains lecteurs ont mis en doute la compétence des journalistes qui couvrent le coronavirus.

Les articles sur l'affaire Jolanda Spiess-Hegglin et son litige avec Tamedia à la suite de la parution prévue du livre d'une journaliste de ce journal ont également provoqué différentes réactions: une lectrice en a conclu que la manière de procéder de Tamedia devrait «horrorifier toute personne droite et attachée à la démocratie». En revanche, la démarche de l'éditeur dans le cas de la lettre de protestation des 78 femmes journalistes de Tamedia sur le sexisme au travail n'a donné lieu qu'à une seule plainte.

La couverture des correspondants étrangers sur la Chine, la Pologne et la Russie a aussi fait l'objet de critiques. Certains lecteurs l'ont qualifiée d'incendiaire, de partielle ou d'inappropriée. Un lecteur trouve que les articles sur le président américain Joe Biden sont trop élogieux puisqu'il a «volé» l'élection à Donald Trump en 2020.

#### Équité (Fairness)

Conformément au principe d'équité, les articles doivent être «équilibrés et honnêtes». Pour une partie des lecteurs, ce principe a été violé de façon répétée, notamment dans la couverture du coronavirus. Les articles et les commentaires sur le Covid-19 sont, selon eux, beaucoup trop partiels et contribueraient à déstabiliser et à diviser la société.

#### Transparence et distance critique

Selon le «Manuel de la qualité», dans le journalisme indépendant, il convient de garder une distance critique envers tous les acteurs décrits. Plusieurs lectrices et lecteurs ont considéré que ce principe avait été bafoué dans la couverture du coronavirus.

Ils ont argué que les titres de Tamedia seraient sous l'emprise des autorités ou des experts et occulteraient de manière ciblée les informations alternatives. Les liens et intérêts économiques ne seraient pas non plus présentés en toute transparence.

Un lecteur a déploré le manque de transparence du TA lors de la controverse sur les contacts de la Confédération avec Lonza/Moderna et l'éventuelle fabrication de vaccins par les deux entreprises. D'après lui, le rôle de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) a certes été évoqué sous un angle critique dans un premier temps, mais cela n'a ensuite pas été le cas pour les conclusions de la Commission de gestion du Conseil national (CDGN), selon lesquelles les autorités fédérales auraient eu un comportement adéquat dans le dossier en question.

Indépendamment des contenus journalistiques, le lectorat a regretté une nouvelle fois le manque de transparence concernant les critères de sélection des lettres de lecteurs et la mise en ligne de commentaires sur Internet. Là aussi, il est supposé que, dans le contexte du coronavirus, des «ordres venus d'en haut» n'autorisent que les réactions opportunes sur le plan politique, économique et social, en réduisant au silence les avis différents.

Un lecteur a présumé que les personnes non abonnées aux titres de Tamedia sont discriminées lors de la sélection des commentaires en ligne. Autre reproche: les commentaires orientés à gauche seraient favorisés par rapport aux réactions de droite. Un lecteur qui a critiqué à maintes reprises les articles culturels du TA a demandé pourquoi, parmi ses «quelque 45 lettres de lecteurs et innombrables commentaires», aucun n'a encore été publié à ce jour.

#### Séparation entre faits et opinions/commentaires

Les lecteurs ne formulent pas d'objection à l'encontre du principe de séparation entre l'information et le commentaire. Mais ils ne parviennent souvent pas à se mettre d'accord sur ce que sont les faits et les avis et ils les confondent. Deux éditoriaux du Basler Zeitung et du SonntagsZeitung ont donné lieu à de nombreuses plaintes virulentes: celui du BaZ intitulé «Die Arroganz der Ungeimpften ist unerträglich» («L'arrogance des non-vaccinés est insupportable») et celui du SoZ «Jetzt muss Berset die Gegner zur Impfung zwingen» («Berset doit désormais obliger les opposants à se faire vacciner»). Ces deux articles d'opinion ont été considérés comme représentatifs du prétendu déséquilibre dans la couverture du coronavirus et comme l'expression d'un journalisme de groupe.

#### Le langage journalistique

En 2021, les principales pierres d'achoppement ont été le langage épïcène et les considérations à ce sujet. Un lecteur du TA s'est demandé pourquoi publier «pour la centième fois» une polémique contre l'astérisque de l'écriture inclusive dans les

pages culturelles. À sa connaissance, cette rubrique est réservée à la culture, pas aux opinions politiques unilatérales de l'UDC qui ont pour unique objectif d'attiser la haine à l'encontre de la communauté LGBTQIA. À l'inverse, un autre lecteur s'est agacé de la manière dont le TA traite «quotidiennement, avec acharnement et avec une obsession frôlant le pathologique, les questions liées au féminisme et aux LGBTQIA».

Un lecteur du BZ a jugé inadmissible l'utilisation du terme «Ayatollah de la vaccination» dans un commentaire, car il offenserait selon lui les dignitaires religieux d'une culture étrangère. Un lecteur du Bund s'est plaint de titres tape-à-l'œil obtenus pour certains en détournant des citations. Pour un lecteur du Landbote, l'utilisation du terme «nazi» employé par un soignant dans un article est «complètement fou». Deux lecteurs ont trouvé que le mot «Besserwisser» («je-sais-tout») employé ironiquement dans une publicité à leur attention pour un abonnement au TA et au BaZ était une offense ou une outrance.

La chronique mensuelle du médiateur qui traite du choix des mots dans les articles sur la guerre de Gaza de mai 2020 a également essuyé des critiques. De plus, les détracteurs ont considéré qu'il est incorrect sur le plan historique de parler dans les articles de «territoires palestiniens» ou de «zones occupées par les Israéliens» car la Cisjordanie et Jérusalem-Est ont, selon eux, toujours appartenu à l'État juif. Les correspondants du TA pratiqueraient le «bashing» à l'égard d'Israël, ce qui serait de nature à attiser la haine envers l'État juif.

#### Conseil suisse de la presse, Chambre suisse alémanique

Sur les 73 prises de position publiées par le Conseil suisse de la presse jusqu'à la fin de l'année, 17 décisions concernaient des journaux de Tamedia Suisse Alémanique. L'organe a approuvé trois plaintes entièrement ou partiellement. Dans cinq cas, il les a jugées entièrement ou partiellement fondées. Dans huit cas, le Conseil de la presse a rejeté les plaintes, tandis qu'il a décidé de ne pas intervenir dans un cas.

Les trois plaintes approuvées entièrement ou partiellement cette année concernaient des atteintes aux chiffres vérité et audition lors de cas graves en vertu du Code de la presse. La plainte la plus frappante, avec 32 annexes, est celle formulée par un chirurgien cardiaque de l'hôpital universitaire de Zurich à l'encontre du TA et du SoZ. Toutefois, le Conseil de la presse l'a seulement approuvée partiellement au point exception de l'obligation d'audition.

#### **Rapport du médiateur pour les publications romandes de Tamedia (Denis Etienne)**

En 2021, le médiateur Tamedia pour la Suisse romande a été sollicité à 226 reprises, soit une augmentation de près de 90% par

rapport à l'année précédente. Cette hausse est sans doute due aux tensions exacerbées par la prolongation de la pandémie. Sur ce total, 142 (contre 65 en 2020) entrent dans le cadre des activités journalistiques soumises aux six critères de qualité, ci-dessous dans l'ordre décroissant des sollicitations.

Le solde concerne surtout des demandes d'explications générales (ex. fonctionnement du Courrier des lecteurs; jusqu'à quel point un article peut être anglé...) ou d'aiguillage sur différents services, de la Rédaction aux Abonnements, en passant par la Pub ou le Marketing.

#### Équité (Fairness)

La grande catégorie en cette année 2021. Le médiateur romand y recense 118 réclamations (contre 40 l'année précédente). L'immense majorité est liée aux commentaires sur nos sites; une partie aussi dans le cadre du Courrier des lecteurs, celui-ci étant évidemment mieux balisé. Ce domaine englobe autant les lecteurs qui se sentent discriminés par la non publication d'un commentaire numérique ou le refus d'une contribution rédactionnelle qu'une attaque à leur encontre dans le cadre de l'interactivité.

Cette année par rapport aux précédentes, on constate ainsi de fortes réactions suite à des matchs de «ping-pong». Pour l'illustrer, on retient un affrontement entre un élu vert de la périphérie lausannoise (alertes réchauffement climatique, pro vaccination, anti-pseudos) et un «climato-négationniste», physicien à la retraite, habitant une autre commune vaudoise, qui pense exactement le contraire.

Ce domaine intègre enfin les demandes de droit de réponse, qui se sont d'ailleurs avérées infondées d'emblée - car trop éloignées des critères requis - dans la quasi-totalité des cas.

Relevons une question qui reste à éclaircir du point de vue de l'ombudsman: lorsqu'un même article publié dans différents titres fait l'objet d'une requête en droit de réponse (ex.: Myriam Demierre, pièce Les Chutes d'Alep, 12 et 23 mars), qui tranche? Il apparaît judicieux que les rédacteurs en chef concernés prennent une décision de concert après avoir consulté le service juridique.

#### Exactitude/Vérité

Quinze plaintes (17 en 2020) dans ce secteur. Certaines, concernant par exemple le conflit au Proche-Orient, ont été rangées dans la catégorie Équité, car trop subjectives ou pas assez fondées.

Deux réclamations - liée à un gros travail de data journalisme - ont demandé un réel effort aux rédactions concernées, soit la TdG et 24 heures.

La première concernait une carte interactive du nombre d'antennes 5G en Suisse. En résumé, un calque de Google Maps ne supporte pas plus de 2000 entrées, donc les informations se révélaient incomplètes. Ce fut - bravo, car complexe - corrigé ensuite.

La seconde avait trait aux échelles de graphiques utilisées pour comparer les effets sur les hospitalisations entre la deuxième vague et le début de la quatrième. Procédé acceptable, car proportions bien indiquées, mais thème extrêmement sensible. Du coup, la rédaction en chef de 24 heures et le data journaliste ont accepté de les présenter à nouveau, mais en pourcentage plutôt qu'en valeur absolue. Les esprits ont été aussitôt apaisés. Pour la petite histoire, mentionnons une coquille qui a ébranlé l'îlot foot au sud de Lausanne, le SLO (FC Stade Lausanne Ouchy) étant devenu le LSO (London Symphony Orchestra).

Finalement, les inexactitudes rédactionnelles se sont révélées rares et assez gracieusement corrigées.

#### Transparence et distance critique

Huit (quatre en 2020) interventions s'inscrivent dans ce registre. Mais aucune ne fut probante. On va de la critique d'une page Autos (LMD) consacrée aux SUV (mais non sponsorisée) à une attaque contre les sujets des Pandora Papers, dont l'objectif serait de miner la place financières suisse.

A relever, cas intéressant, un lecteur du Matin Dimanche qui - avant la votation du 13 juin - s'indignait de lire une grande interview d'un scientifique qui évoquait les dangers des pesticides, une semaine après une lettre de médecins qui s'inscrivait dans la même ligne. Dans ce cas, le médiateur s'est surtout contenté de relayer à la rédaction en chef qui lui a exprimé sa volonté d'arriver à un certain équilibre au cours de cette campagne.

#### Langage journalistique

Une seule récrimination, comme l'année précédente. Versant 24 heures, une lectrice proteste contre les mots trop aimables ou familiers utilisés pour rendre compte du procès d'un grand-père incestueux: "Un papy profite de trois fillettes aux jardins familiaux". La Rédaction en convient et "Un papy profite.." est vite corrigé dans la version en ligne par "Un grand-père abuse...".

#### Séparation entre faits et opinion

Aucune protestation, ce qui correspond à l'année précédente (un reproche, mais pas probant).

#### Séparation entre le contenu rédactionnel et la publicité

Ce thème sensible n'a pas fait l'objet de sollicitations en 2021. On se souvient que plusieurs cas de Native Advertising ou d'articles sponsorisés avaient été dénoncés en 2018 et début 2019. Le médiateur romand a d'ailleurs été invité à participer à deux débats sur cette thématique durant l'année écoulée.

A voir si c'est la clarification du balisage - décidée au plus haut niveau à la mi-2019 - qui est suffisant et intégré dans l'esprit des lecteurs. Ou s'il y a eu nettement moins de sujets sous cette forme en 2021.

#### Conseil de la presse, Suisse romande

Rares sont les articles des publications romandes de Tamedia qui ont fait l'objet d'une décision formelle du Conseil suisse de la presse au cours de l'exercice: trois plaintes traitées, comme en 2020. Une a été acceptée (24 heures); la deuxième partiellement acceptée (TdG); la troisième rejetée (TdG).

Pour conclure, en cette période où les Suisses semblent perdre leur habitude de discuter posément, merci à tous les journalistes et rédacteurs en chefs de tenter de conserver les fils du dialogue avec les protestataires de tout ordre. Sans évidemment céder au harcèlement ou plier face à l'insulte: là sont les limites.

«Nous devons placer la barre très haut dans notre travail.  
C'est la seule manière d'être crédibles et de pouvoir  
assumer notre rôle essentiel au sein du système démocratique.»

Pietro Supino,  
Président et Éditeur de Tamedia (2021)