

à propos...

des médias au Luxembourg

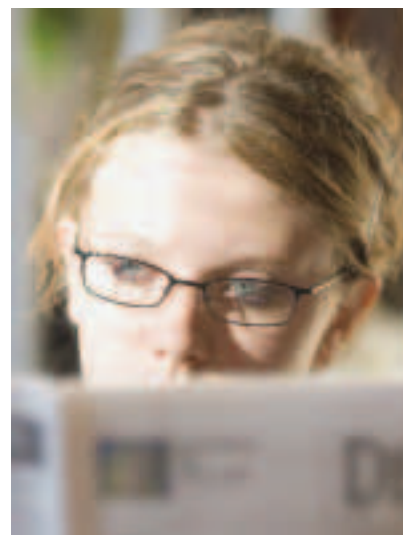
Un pays à la frontière entre les mondes latin et germanique ; un marché exigu de 460 000 habitants ; une population polyglotte composée d'un tiers d'étrangers issus d'une immigration plus ou moins récente ; une économie ouverte accueillant chaque jour ouvrable plus de 120 000 salariés frontaliers ; le tout combiné à un accès aisé tant aux produits de presse qu'aux chaînes de radio et de télévision des pays avoisinants. Le paysage médiatique du Grand-Duché de Luxembourg s'avère particulier à plus d'un égard.

Malgré ces nombreux défis, l'offre nationale révèle une réelle richesse. Ce qui est vrai de longue date en matière de presse écrite s'est développé, à partir des années 1980, aussi pour la radio, voire la télévision.

Cette diversité repose au moins en partie sur une politique gouvernementale favorable aux médias, notamment par un subventionnement à travers un système d'aide à la presse écrite. Dans l'audio-visuel, il a cependant fallu attendre le début des années 1990 avant de voir tomber le monopole en place depuis les premiers pas de la radio dans les années 1930.

Les médias

Les Luxembourgeois sont de véritables papivores. Plus de 80 % lisent un ou plusieurs journaux et 60 % en lisent chaque jour. Pour les magazines, ces chiffres ne baissent que de peu. Plus de 75 % en lisent et 60 % se consacrent chaque semaine à la lecture de la presse magazine. Ils ne sont en fait que



quelque 7 % à ne lire ni journaux ni magazines¹. Il est vrai que le choix est important. La principale messagerie de presse MPK diffuse ainsi 4 600 journaux, magazines et publications de tout genre provenant de 35 pays. Plus de 120 quotidiens sont lus au Grand-Duché.

¹Étude TNS ILRES Plurimedia Luxembourg 2005/2006. Tandis que la mesure d'audience des titres de presse porte sur les 15 ans et plus, les résultats d'audience des autres médias se réfèrent aux 12 ans et plus.

Grand-Duché
de Luxembourg

Régime :
monarchie
constitutionnelle

Pays voisins :
Allemagne,
Belgique,
France

Superficie :
2 586 km²

Population :
459 500 habitants,
dont environ
181 800 étrangers

Densité :
178 hab./km²
(2006)

La consommation des médias audiovisuels est tout aussi considérable. Seuls 2 % ne regardent pas la télévision. La radio séduit neuf Luxembourgeois sur dix, trois sur quatre l'écoutent quotidiennement.

Le choix n'est pas moindre en télévision. Le Luxembourg comptant depuis la fin des années 1960 parmi les pays les plus câblés d'Europe, le ménage moyen capte 40, voire 50 chaînes de télévision, dont une majorité en allemand et en français, deux langues usuelles. Avec la numérisation du câble, cette offre augmentera jusqu'à arriver à au moins 80 chaînes, avec l'option d'y ajouter différents bouquets de chaînes à péage.

Il demeure que tant en matière de presse écrite qu'en matière de radio et de télévision, ce sont bien les médias nationaux qui remportent le plus de succès.

La presse quotidienne

Le Luxembourg ne compte pas moins de six quotidiens nationaux, tous payants, publiés le matin et vendus surtout par abonnement. La différenciation entre ces titres se fait moins par leur spécialisation que, et c'est là une particularité, par leur tendance politique ou idéologique.



Il n'existe par exemple ni de quotidien économique et financier ni de presse populaire. Deux quotidiens nés récemment se distinguent par le choix linguistique – ils sont exclusivement francophones.

Les différents titres s'inspirent dans leur présentation plutôt des grands quotidiens de référence des pays voisins. Jusqu'à il y a peu de temps, les « unes » étaient

ainsi systématiquement réservées à l'actualité internationale, qui occupait aussi les premières pages des journaux. Malgré cette imitation de journaux comme *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ou *Le Monde*, l'ensemble des journaux luxembourgeois peut cependant être qualifié de quotidiens « omnibus ». Ils s'adressent en effet à toutes les catégories sociales, leur offrant des informations allant de l'actualité internationale à la politique nationale, en passant par l'économie et le sport, jusqu'aux faits divers, comptes rendus d'événements locaux, avis mortuaires, faire-part de mariages et de naissances.

La concurrence sur le marché s'avère moins féroce que le nombre de publications le laisse soupçonner. Le quotidien catholique *Luxemburger Wort*, rebaptisé *d'Wort*, fondé en 1848 et donc un des plus anciens journaux d'Europe, domine ainsi le marché avec une distribution quotidienne de plus de 75 000 exemplaires en 2005 et une pénétration de 47,1 %. Doté de la plus importante rédaction de la presse luxembourgeoise, c'est un quotidien très complet recourant à un style particulièrement sobre.

Tageblatt, journal de tendance socialiste fondé en 1913, atteint une distribution de près de 17 500 journaux et une pénétration de 16,4 %, surtout dans le sud du pays. La formulation des titres se veut un brin plus offensive et les commentaires sont plus nombreux.

Le quotidien libéral *Lëtzebuenger Journal*, fondé en 1948, est tiré à 5 000 exemplaires (pénétration de 2,8 %). Le plus petit des quotidiens luxembourgeois, le journal communiste *Zeitung vom Lëtzebuerges Vollek*, paraît depuis 1946 et touche aujourd'hui moins de 1 % de la population.

Si les deux premiers journaux sont distribués tous les jours sauf le dimanche, les deux autres ne paraissent ni le dimanche ni le lundi. Bien que multilingues, ces quatre quotidiens traditionnels du Grand-Duché ont une chose en commun : la majorité des articles sont en allemand.

Deux quotidiens francophones

Le début du troisième millénaire a par contre vu la naissance de deux quotidiens exclusivement francophones. Ils sont nés en concurrence directe en l'espace de trois semaines au cours de l'automne 2001.

La Voix du Luxembourg représente en quelque sorte un *spin-off* du *Luxemburger Wort*, qui publiait, dans les années



1970 et à nouveau depuis deux ans, des pages en français sous forme d'un journal dans le journal. *Le Quotidien* succède, après 40 ans, à l'édition luxembourgeoise du quotidien régional français *Le Républicain lorrain*. Il en a repris le traitement plus poussé des faits divers. Son édition dominicale, héritée du « Répu » et seul journal du dimanche au Luxembourg, fut supprimée en 2002.

La concurrence entre les deux titres fait que ni l'un ni l'autre ne semblent réussir à franchir la barrière des 10 000 exemplaires. *Le Quotidien* stagne à une distribution de près de 5 500 exemplaires. *La Voix du Luxembourg* s'approche lentement des 5 000 journaux

distribués. Le premier est lu par 7,1 %, le second par 6,8 % de la population.

Par ailleurs, force est de constater que les éditeurs luxembourgeois ne réussissent guère à percer le marché des résidents étrangers et encore moins celui des frontaliers. Le lectorat des médias francophones est ainsi composé de profils similaires à celui des quotidiens traditionnels. L'intérêt pour les avis mortuaires et les annonces familiales, dont on pensait qu'il était spécifique aux lecteurs luxembourgeois, s'est ainsi avéré être identique à celui des lecteurs francophones.

Le multilinguisme dans les médias

L'utilisation des langues est une des particularités les plus frappantes de la presse luxembourgeoise. Le Luxembourg compte trois langues officielles, le luxembourgeois (langue nationale), le français (langue législative et administrative) et l'allemand (langue administrative). À la différence toutefois de pays comme la Belgique ou la Suisse, l'utilisation des langues ne varie pas à travers les régions du pays. La population est en fait largement polyglotte.

Dans la presse écrite, du moins avant l'apparition d'organes de presse exclusivement francophones, il est ainsi usuel de trouver côte à côte sur une même page des articles en langue allemande et en langue française. Aucune traduction n'est fournie, le lecteur étant supposé comprendre les deux idiomes. La langue la plus utilisée dans la presse écrite reste toutefois l'allemand, alors que les articles en luxembourgeois constituent l'exception.

Le multilinguisme influence inévitablement aussi la consommation des médias audiovisuels, en premier lieu la télévision. Grâce au câble, les Luxembourgeois ont déjà depuis les années 1970 le choix entre plus de 10 chaînes de télévision publiques, puisqu'ils captent celles des trois pays voisins. 17 % de la population regardent ainsi tous les jours la chaîne française TFI. Les chaînes allemandes restent cependant dans l'ensemble les plus populaires avec RTL Television (15 %), ARD (14 %) et ZDF (13 %). Les chaînes belges sont moins regardées avec 4 % pour RTL-TV1 et 3 % pour La Une (RTBF).



La presse hebdomadaire et périodique

La presse hebdomadaire est composée, d'une part, de journaux hebdomadaires d'information générale et, d'autre part, de magazines familiaux répondant à une demande particulière du public luxembourgeois : un programme de télévision accordant la même importance aux chaînes germanophones que francophones.

Le plus ancien des hebdomadaires d'information générale s'intitule *d'Lëtzebuurger Land* (pénétration de 2,9 %), journal d'analyse et de commentaire fondé en 1954 par des promoteurs issus des milieux économiques. Dans un paysage de presse particulièrement partisan, son principal fonds de commerce consiste dans son indépendance politique.

Le premier journal destiné à la large communauté portugaise, *Contacto*, paraît depuis 1970. L'ancien mensuel devenu hebdomadaire a une pénétration de près de 11 %. Le journal est concurrencé depuis 1999 par le bimensuel *Correio*, qui touche 3,2 % de la population.

Le Luxembourg dispose aussi depuis 1981 d'un hebdomadaire en langue anglaise s'adressant à un public anglophone résident. *Luxembourg News Digest* a laissé en 2003 la place à un magazine intitulé *352*, l'indicatif téléphonique du Luxembourg.

L'hebdomadaire *Woxx* (pénétration de 1,5 %), abordant surtout des questions de politique et de société et consacrant un cahier entier à l'agenda culturel, est né en 1988 sous l'impulsion des milieux écologiques et alternatifs sous le nom de *Grénge Spoun*.

Le journal satirique *Den neie Feierkrop*, lancé en 1993 après avoir paru depuis 1984 en tant que supplément hebdomadaire du *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek*, constitue indéniablement l'un des plus beaux succès commerciaux récents de la presse luxembourgeoise. Son tirage atteint plus de 12 000 exemplaires hebdomadaires.

Le Jeudi devient en 1997 le premier hebdomadaire exclusivement francophone et vise en premier lieu un lectorat qui ne s'intéresse que peu aux quotidiens luxembourgeois. Distribué à 3 200 exemplaires, il touche 7,2 % de la population.

Fondé dès 1945, le magazine familial illustré *Revue* a depuis été complété par l'encart *Télérevue* reprenant le programme de télévision. Depuis 1978, *Revue* se voit concurrencé par *Télécran*, positionné dès ses débuts davantage comme programme de télévision, mais complété par des articles d'actualité. Ces deux magazines sont les hebdomadaires les mieux vendus du Luxembourg, les 39 000 exemplaires distribués de *Télécran* étant lus par quelque 34,3 % de la population, les près de 25 000 exemplaires de *Revue* par 23,8 %.

La riche offre de produits de presse nationaux est complétée par une large palette de mensuels et autres périodiques spécialisés couvrant des centres d'intérêt très variés, allant de l'agriculture à l'économie. Outre les publications commerciales, on y trouve des périodiques d'organisations et d'associations qui peuvent atteindre des tirages très importants.

Les médias audiovisuels

Comme ailleurs en Europe, le paysage audiovisuel luxembourgeois a lui aussi été longtemps caractérisé par une situation de monopole. À la différence des pays voisins, ce monopole n'était cependant pas public mais privé. Une situation née dès la fin des années 1920 et qui, du moins du point de vue juridique, devait perdurer jusqu'en 1991.

La radio

Les premières émissions radiophoniques sont produites au Luxembourg en 1924. En 1930, ce sont des investisseurs français qui découvrent les charmes du Luxembourg et prévoient d'y installer un émetteur pour diffuser des émissions de radio commerciales à destination de la France. La Compagnie luxembourgeoise de radiodiffusion, devenue aujourd'hui RTL Group, naît ainsi en 1931. Elle diffusera à partir de 1933 des émissions en français, allemand et anglais sur ondes longues.

Les premières émissions en langue luxembourgeoise sont produites en 1951 et diffusées avec d'autres programmes sur ondes moyennes. RTL Radio Lëtzebuerg naîtra en tant que station radio à part entière le 19 septembre 1959, grâce au développement des émissions existantes ainsi qu'au transfert de la diffusion sur la bande FM à 92,5 MHz. Émettant entre-temps 24 heures sur 24, le programme généraliste de RTL en langue luxembourgeoise reste toujours la station de radio la plus populaire du Grand-Duché avec une audience moyenne quotidienne de plus de 46 %.

Le monopole de RTL sur le marché luxembourgeois, assuré par un régime de concession exclusive, tiendra jusqu'en 1991, quand le législateur ouvrira les fréquences à la concurrence. Il s'agissait en fait d'une réaction à un fait accompli. Les stations de radio pirates s'étaient multipliées depuis les années 1980, certaines devenant de véritables succès commerciaux. La nouvelle législation redistribuait cependant les cartes.

Il faudra attendre 1993 avant qu'une radio publique, la radio socioculturelle Radio 100,7, ne voie le jour au Luxembourg. Sa programmation diversifiée, incorporant certains éléments d'une radio d'offre, atteint près de 5 % de la population.

Les stations Eldorado, DNR, Radio Ara et Radio Latina sont officiellement des radios à réseau de fréquences, même si leurs ambitions sont indéniablement nationales. Pour couvrir l'ensemble du territoire, elles doivent recourir à plusieurs fréquences FM. Surtout la radio musicale Eldorado, mais aussi DNR, qui dispose en plus de sa propre rédaction, s'adressent à un public plus jeune que ne le fait RTL. L'une comme l'autre sont écoutées par quelque 13 % de la population. Radio Ara se définit comme « radio libre et alternative » et diffuse aussi des émissions en anglais. Elle n'affiche pas, à la différence des autres, de réelles ambitions commerciales. Ses programmes, réalisés souvent en collaboration avec les milieux associatifs, atteignent 1 % de la population. Radio Latina s'adresse avec ses programmes surtout aux communautés d'origine latine résidant au Luxembourg. Elle atteint 5,5 % de la population.

En 1991, le législateur a également prévu la création de toute une série de radios locales. Nombreuses d'entre elles se heurtaient cependant à l'obligation qui leur était faite de ne pas avoir de but lucratif. Il en a résulté une situation paradoxale qui fait que les radios les plus dynamiques et populaires se sont rapidement retrouvées dans l'illégalité, perdant leurs licences d'émettre.

La télévision

À l'instar de la radio, la télévision est longtemps restée réservée à la seule maison RTL, qui produit les premiers programmes en 1955. Pendant vingt ans, la télévision en langue luxembourgeoise s'est limitée à une ou deux heures de programmes diffusées le dimanche après-midi. Né en 1969, le programme « Hei Elei, Kuck Elei » laisse en 1991 la place à une émission quotidienne d'une heure. Ce développement faisait suite à une décision gouvernementale, décision traduite en pratique par un subside public aux producteurs de l'émission. Le but, avoué à l'époque, était d'éviter qu'à force de regarder la télévision allemande, les ministres



Internet

À partir de la fin des années 1990, les médias luxembourgeois se sont dotés en grande partie d'un site Internet. Face à l'absence d'une agence de presse nationale fournissant des dépêches clé en main sur l'actualité nationale et locale, le principal défi consistait dès le début à y publier un contenu actualisé d'informations de proximité.

Alors que plusieurs sites, dont www.tageblatt.lu, offrent des informations internationales, seuls deux tentent de suivre l'actualité nationale en temps réel : www.rtl.lu et www.wort.lu. Il s'agit cependant pour l'un comme pour l'autre surtout d'une réutilisation de contenus produits pour les médias traditionnels de l'éditeur. Le site du Service information et presse du gouvernement (www.gouvernement.lu) regroupe en temps réel les communiqués gouvernementaux.

D'autres sites ont le mérite d'offrir un accès à des archives étoffées. C'est notamment le cas de l'hebdomadaire *d'Lëtzebuurger Land* (www.land.lu, dossiers thématiques), des mensuels économique *Paperjam* (www.paperjam.lu, archives complètes) et financier *Agefi* (www.agefi.lu, archives complètes), ainsi que du mensuel d'information politique *Forum* (www.forum.lu, archives complètes).

Les principaux journaux luxembourgeois sont aussi accessibles sous forme de « journaux électroniques ». *D'Wort* et *La Voix du Luxembourg*, tout comme *Tageblatt*, *Le Quotidien* et *Le Jeudi*, peuvent être téléchargés, contre paiement, sur les sites respectifs.

Les principales radios offrent un streaming gratuit et en direct de leurs émissions via Internet. RTL Radio Lëtzebuerg (www.rtl.lu) et Radio 100,7 (www.100komma7.lu) donnent en plus accès à des archives audio. Les émissions de RTL Télé Lëtzebuerg peuvent de même être regardées en direct et en différé sur www.rtl.lu.



d'outre-Moselle ne deviennent plus connus au Luxembourg que ne l'étaient les hommes et femmes politiques nationaux.

RTL Télé Lëtzebuerg produit entre-temps un programme quotidien de deux heures rediffusé en soirée et complété en journée par des programmes de télé-achat ou encore des émissions pour enfants produites par d'autres filiales de RTL Group. L'émission phare est un journal télévisé de 30 minutes. Il a la particularité, lors des rediffusions, d'être traduit simultanément en français sur le deuxième canal audio de la diffusion stéréophonique. La chaîne ne produit pas de fiction et n'en diffuse que de manière exceptionnelle. Le programme atteint tous les jours quelque 37 % de la population. Un deuxième canal, baptisé Den 2. RTL, se contente pour l'instant de rediffuser les mêmes programmes de manière décalée.

Depuis les années 1990, plusieurs autres projets télévisuels ont vu le jour au Luxembourg. Nordlicht TV prouve que même sur un petit territoire, il est possible de miser sur une cible régionale. Une heure d'émission hebdomadaire consacrée au nord du Luxembourg est ainsi produite depuis 1996.

Uelzechtkanal est un programme réalisé par des élèves du Lycée des garçons d'Esch-sur-Alzette. L'émission mensuelle d'une heure est diffusée par les réseaux câblés depuis 1996.

Dok, den oppene Kanal est un projet de plate-forme de diffusion de programmes de télévision né en 2004. L'objectif est de permettre tant à des producteurs indépendants qu'à des associations ou autres clubs la diffusion d'émissions contre une rémunération abordable.

À noter encore que depuis fin 2001, les débats parlementaires de la Chambre des députés luxembourgeoise sont transmis en direct (et rediffusés) sur un canal créé dans ce but. Ces retransmissions sont complétées par une émission hebdomadaire reprenant les faits saillants de l'actualité parlementaire de la semaine.

Les principaux groupes de médias

La diversité de l'offre médiatique au Luxembourg risque de cacher que la réalité économique s'avère être celle d'un duopole du côté de la presse écrite et de la dominance d'un acteur, RTL Group, du côté de l'audiovisuel.

Saint-Paul Luxembourg, qui a son siège à Luxembourg-Gasperich, est ainsi l'éditeur de deux des principaux quotidiens (*d'Wort* et *La Voix du Luxembourg*), de plusieurs hebdomadaires à succès (*Télécran* et *Contacto*), de même que l'opérateur principal des stations de radio DNR et Radio Latina.

Editpress Luxembourg, sise à Esch-sur-Alzette, en est presque le jumeau, avec également l'édition de deux quotidiens, *Tageblatt* et *Le Quotidien* (en joint venture avec *Le Républicain lorrain*), de l'hebdomadaire *Le Jeudi*, du magazine *Revue* (détenu à 40 %), du bimensuel lusophone *Correio* et de l'hebdomadaire gratuit *Lux-Post*


(pénétration de 25 %, édité en joint venture avec le groupe belge Rossel). Le groupe détient par ailleurs une participation dans Eldorado.

La concurrence entre les deux groupes est au moins aussi forte au niveau idéologique qu'au niveau commercial. L'actionnaire principal de Saint-Paul Luxembourg est ainsi l'archevêché du Luxembourg, et ce dans un pays où tant le premier parti (CSV) que le deuxième syndicat (LCGB) se définissent comme chrétiens. Le capital d'Editpress Luxembourg est détenu majoritairement par la première confédération syndicale du pays (OGBL), syndicat d'obédience socialiste à l'instar du deuxième parti du pays (LSAP).

Sur le plan commercial, les rôles sont cependant clairement définis. Début des années 2000, Saint-Paul Luxembourg annonçait un chiffre d'affaires de 80 millions d'euros pour quelque 40 millions du côté d'Editpress Luxembourg.



Les bâtiments de RTL Group situés au plateau de Kirchberg, Luxembourg



RTL Group, le troisième acteur de taille avec un chiffre d'affaires annuel de plus de 5 milliards d'euros, joue indéniablement dans une autre ligue. Fondé par des capitaux français, longtemps contrôlé par des investisseurs belges et canadiens, RTL Group est aujourd'hui contrôlé par Bertelsmann, le géant des médias allemand. Ses activités luxembourgeoises apparaissent de nos jours, comparées à l'ensemble, comme un accident de l'histoire. RTL opère la première radio et la première chaîne de télévision du Luxembourg. Ces dernières sont aussi chargées d'une mission de service public, définie dans un cahier des charges détaillé repris dans un contrat de concession liant RTL et l'État luxembourgeois. Le groupe détient en plus une participation indirecte dans Eldorado.

Le cadre législatif et réglementaire

L'année 1848 restera à jamais marquée d'une pierre blanche dans l'histoire des médias luxembourgeois. Neuf ans après l'indépendance du Luxembourg, la censure est abolie et une nouvelle Constitution, inspirée du modèle libéral belge, proclame la liberté de presse. Quatre journaux seront fondés la même année, dont *Luxemburger Wort* qui est le seul à paraître encore de nos jours.

Malgré des modifications, le texte de base de l'article 24 reste jusqu'à ce jour inchangé dans la Constitution luxembourgeoise : « La liberté de manifester ses opinions par la parole en toutes matières, et la liberté de la presse sont garanties, sauf la répression des délits commis à l'occasion de l'exercice de ces libertés. – La censure ne pourra jamais être établie. »

La liberté d'expression et de presse

Le grand principe de la liberté de la presse fut encadré à partir de 1869 par la loi sur la presse et les délits commis par divers moyens de publication. Bien que jugée particulièrement restrictive et répressive, la législation est restée en vigueur sans révision jusqu'en 2004. Dans la pratique, il devenait cependant presque impossible de l'appliquer. Les procès de presse se sont en conséquence de plus en plus déplacés du pénal vers les juridictions civiles. Force était de constater que la jurisprudence peinait à appliquer les articles très généraux relatifs à la responsabilité civile à la situation particulière de la presse, et notamment à intégrer la jurisprudence de la Cour européenne des droits de



l'homme, comme en témoignent plusieurs condamnations du Luxembourg par Strasbourg.

La loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias a finalement doté les médias luxembourgeois, la presse et l'audiovisuel d'un cadre légal moderne et adapté. Parmi les éléments nouveaux, on peut en particulier relever la protection des sources des journalistes. La loi règle en outre la protection de la vie privée, les relations entre journalistes et éditeurs, de même que la responsabilité des journalistes ou encore le droit de réponse.

L'autorégulation des médias

À côté de la législation sur la liberté d'expression, le Luxembourg a opté pour un régime d'autorégulation des médias. À l'instar de nombreux autres pays européens, le Grand-Duché s'est ainsi doté d'un Conseil de presse réunissant journalistes et éditeurs. Les uns et les autres sont en outre regroupés dans leurs associations respectives.

Le Conseil de presse

La création du Conseil de presse en 1979 est liée directement à la reconnaissance et à la protection du titre professionnel de journaliste. Organe paritaire composé de journalistes et d'éditeurs, la première mission du Conseil de presse est la délivrance et le retrait des cartes de journaliste. Ses membres sont nommés par arrêté grand-ducal sur proposition des milieux professionnels respectifs.

En 2004, les missions du Conseil de presse ont été élargies à l'autorégulation du secteur des médias. Il a

ainsi élaboré un code de déontologie définissant les droits et devoirs tant des journalistes que des éditeurs. Une Commission des plaintes, présidée par un juriste non membre du Conseil de presse, a en outre été mise en place. Elle est chargée de recevoir et de traiter des plaintes émanant de particuliers au sujet d'informations reprises dans la presse ou par les médias audiovisuels.

Le Conseil de presse peut dorénavant aussi être saisi par le gouvernement en vue de l'étude de questions relatives à la liberté d'expression dans les médias. Il peut de même émettre des recommandations et des directives concernant le travail des journalistes et des éditeurs. Son rôle dans la formation continue des journalistes se voit aussi accru.

Les associations de journalistes et d'éditeurs

L'Association luxembourgeoise des journalistes (ALJ) a été fondée en 1925. Jusqu'à la création du Conseil de presse, il lui revenait de prendre l'initiative pour l'attribution des cartes de presse, qui étaient alors émises par le Service information et presse. Ces dernières décennies, les associations de journalistes se font surtout remarquer par leur tendance à se scinder. En 1977 est ainsi fondée l'Union des journalistes Luxembourg. Une deuxième scission de l'ALJ en 2004 donnera naissance au Syndicat des journalistes – Luxembourg. Les trois associations continuent à coexister.

La principale association d'éditeurs est l'Association luxembourgeoise des éditeurs de journaux, qui regroupe les quatre principales maisons d'édition.



L'aide à la presse

En vue d'assurer une certaine diversité de la presse malgré le marché restreint, le législateur a introduit en 1976 un dispositif d'aide financière à la presse. Le mécanisme a été précisé en 1998 par la loi sur la promotion de la presse écrite.

L'aide à la presse est composée d'une part fondamentale, identique pour tous les journaux, et d'une part proportionnelle au nombre de pages rédactionnelles publiées. Son volume est loin d'être négligeable. Pour les principaux quotidiens, aussi les plus volumineux, le montant alloué dépasse le million d'euros par an. C'est cependant pour les petites publications que l'aide à la presse représente la part la plus importante de leurs recettes. L'enveloppe budgétaire globale de l'aide à la presse dépasse les 6 millions d'euros.

Les critères à remplir pour l'obtention de l'aide à la presse sont multiples. Elle n'est accessible qu'aux quotidiens et hebdomadaires d'information générale édités au Luxembourg. Ils doivent être susceptibles de toucher l'ensemble de la population et avoir recours principalement aux langues officielles, c'est-à-dire le luxembourgeois, le français et l'allemand. Les publications gratuites sont exclues. Les organes éligibles doivent disposer d'une équipe rédactionnelle composée d'au moins cinq journalistes professionnels employés à plein temps.

La distribution de l'aide à la presse est gérée par une commission instituée par la loi sur la promotion de la presse écrite. Onze publications en bénéficient : les six quotidiens, trois journaux et deux magazines hebdomadaires. La presse bénéficie par ailleurs d'un taux de TVA et de tarifs postaux préférentiels.

La législation sur les médias audiovisuels

Le Luxembourg ne s'est doté qu'en 1991 d'une loi sur les médias électroniques. Le législateur réagissait ainsi à l'évolution de la situation réelle et notamment à la naissance de radios pirates, tout en transposant la première directive européenne dite « télévision sans frontières », adoptée deux ans plus tôt.

L'impact le plus considérable de la nouvelle loi a été ressenti sur le paysage radiophonique. Le monopole de fait de RTL sur les ondes luxembourgeoises était aboli après plus de 60 ans, de nouvelles stations de radio nationales, régionales et locales autorisées. Le nouveau texte concernait cependant aussi la télévision, de même que la diffusion par d'autres moyens techniques que les ondes hertziennes, notamment le câble et le satellite.

Avec l'ouverture du secteur des médias audiovisuels, ce sont aussi ses conditions de surveillance qui ont été précisées avec la création d'une Commission indépendante de la radiodiffusion, d'un Conseil national des programmes et d'une Commission consultative des médias.

Ce dispositif peut paraître exagéré pour un petit pays. Or il faut se rappeler la longue tradition de diffuser à partir du Luxembourg des programmes de radio et, plus récemment, de télévision à destination d'autres marchés. Il existe ainsi au Grand-Duché, au-delà des programmes en langue luxembourgeoise, un nombre important d'autres programmes bénéficiant d'une licence et destinés à d'autres pays européens. S'y ajoute le fait que SES (Société européenne des satellites), un des principaux opérateurs de satellites au monde avec

les marques Astra, New Skies et Americom, a son siège au Luxembourg depuis le début des années 1980, époque de sa création.

La Commission indépendante de la radiodiffusion

La première mission de la Commission indépendante de la radiodiffusion, présidée par un magistrat, consiste dans l'attribution et le retrait des autorisations des radios à réseau d'émission et des radios locales. Elle conseille en outre le gouvernement au sujet de l'autorisation d'autres programmes, radiodiffusés ou non, notamment les chaînes de télévision.

Le Conseil national des programmes

Une fois les programmes autorisés, la surveillance du contenu de ces derniers et notamment le respect des dispositions légales ainsi que des cahiers des charges reviennent au Conseil national des programmes. Il est composé de 25 membres au maximum, représentant la société civile, mais aussi les partis politiques, les syndicats et les cultes.

La Commission consultative des médias

La Commission consultative des médias rassemble des représentants des principaux acteurs du secteur des médias au Luxembourg. Elle est consultée par le ministre en charge des médias à propos des questions relatives à la politique des médias.

Le Service des médias et des communications

La loi de 1991 permet également au législateur de formaliser une situation de fait, en constituant au sein du ministère d'État le Service des médias et des communications.

Sous la tutelle du ministère d'État, et donc de la présidence du gouvernement, le Service des médias et des communications regroupe les questions de politique des médias, de même que les questions de politique des télécommunications. Bien que ce soit en principe le Premier ministre qui signe responsable pour ce service, il est régulièrement suppléé par un ministre des Communications ou un ministre délégué.

Dans ce contexte, il convient de citer deux autres institutions dont le rôle dans le paysage médiatique luxembourgeois ne peut être sous-estimé : la Bibliothèque nationale et le Centre national de l'audiovisuel (CNA). Grâce à un système de dépôt légal, la Bibliothèque nationale assure notamment un archivage systématique



des organes de presse publiés au Luxembourg. Une convention entre le ministère de la Culture et RTL confie par ailleurs au CNA l'ensemble des archives films, vidéo et son de la chaîne de télévision luxembourgeoise.

Conclusion

Le paysage médiatique luxembourgeois se caractérise par un dynamisme réel, mais aussi par de nombreuses particularités.

Les contraintes économiques liées à l'étroitesse du marché constituent un premier facteur déterminant. Ainsi, si les rédactions sont nombreuses, elles souffrent souvent de leur petite taille. Les journalistes sont la plupart du temps des généralistes n'ayant que rarement l'opportunité de se spécialiser. En l'absence d'une agence de presse nationale, les rédactions passent leur temps à couvrir en premier lieu les mêmes événements que la concurrence.

Une autre particularité de la presse luxembourgeoise est son côté partisan. Les principales publications sont toutes considérées proches d'un courant politique. Deux quotidiens, à savoir *Lëtzebuenger Journal* et *Zeitung vum Lëtzebuenger Vollek*, sont même la propriété de partis politiques. Le côté partisan dans le contenu est certes en recul continu, mais n'en reste pas moins toujours incontestable. Le Luxembourg ne connaît par contre ni le phénomène de groupes de médias à capitaux familiaux ni celui de médias dominés par des capitaux industriels.



La presse luxembourgeoise n'échappe pas au phénomène généralisé d'un recul du lectorat. Grâce à l'importance des abonnements, cette baisse du lectorat reste cependant limitée. Les journaux locaux se défendent *a priori* bien contre la concurrence des pays voisins. Ce constat se limite toutefois à la presse d'information générale. Pour la presse spécialisée, notamment magazine, le public luxembourgeois a en général recours aux produits de presse étrangers.

La situation des médias luxembourgeois confirme une fois de plus que les lecteurs, auditeurs et spectateurs s'intéressent d'abord à ce qui est proche d'eux. Pour la presse au Grand-Duché, c'est une garantie de survie malgré la présence aux frontières de groupes d'une force économique tout autre. Cette caractéristique qui protège les médias luxembourgeois constitue cependant en même temps la limite de leur expansion.

Bibliographie et sources

Centre d'information sur les médias, Authentification des tirages et diffusions de la presse, chiffres 2005, Bruxelles (www.cim.be).

Débat d'orientation sur le bilan de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, Rapport de la commission des Media et des Communications, Chambre des députés (document parlementaire n° 4850), Luxembourg, 6 juin 2002.

D'Lëtzebuenger Land, dossier « Médias » sur www.land.lu, (www.land.lu/html/dossiers/dossier_medias/index.html).

D'Lëtzebuenger Land, « 50 Joer Land », Supplément à l'occasion du 50^e anniversaire, 9 janvier 2004.

Étude TNS ILRES Plurimedia Luxembourg 2005/2006, Luxembourg, juillet 2006.

HELLINGHAUSEN, Georges, *150 Jahre Luxemburger Wort, Selbstverständnis und Identität einer Zeitung, 1973-1998*, Éditions Saint-Paul, Luxembourg, 1998.

HILGERT, Romain, *Les journaux au Luxembourg 1704-2004*, Service information et presse, Luxembourg, 2004.

« Les pratiques culturelles au Luxembourg », *Cahier PSELL*, n° 152, CEPS, Luxembourg, avril 2006.

« Les pratiques de lecture au Luxembourg », *Cahier PSELL*, n° 153, CEPS, Luxembourg, avril 2006.

SCHEFFEN, Jean-Louis, « Das Fernsehen von nebenan, Die Entstehung von Télé-Luxembourg », dans *Lëtzebuenger Almanach vum Joerhonnert 1900-1999*, Éditions Guy Binsfeld, Luxembourg, 1999.

SIWECK, Jean-Lou, « RTL Télé Lëtzebuerg, Comme une grande » dans *Explorator, City Guide 2004 Luxembourg*, MKE, Luxembourg, 2004.

Impressum

Éditeur

Service information et presse
du gouvernement luxembourgeois,
Département Édition

Layout

Bizart

Impression

...

Photos

Bizart
Communauté européenne
Photothèque SIP
RTL Group
Shutterstock
Tom Wagner/SIP
Christof Weber



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Service information et presse