

www.realites.com.tn

Réalités

N° 2074 Du 13 au 19/11/2025

Hebdomadaire indépendant fondé en 1979



Mourir ou se réinventer

Carte BIAT Flexy +

Divisez vos paiements, multipliez vos envies !

Grâce à la carte de paiement fractionné BIAT Flexy +, vous faites plaisir à vous-même et à vos proches et faites face à vos dépenses imprévues ou urgentes sans souci :

- Un moyen simple et pratique pour financer vos dépenses courantes ou imprévues, vos achats programmés ou coup de cœur, sans déséquilibrer votre budget !
- Un plafond adapté à votre situation et à vos besoins allant de 500 D à 20 000 D pour vous permettre de donner vie à vos projets et vos envies en toute souplesse !
- Vos achats sont réglés sur 6 mois dont un mois de franchise pendant lequel vous ne payez rien !

Pour plus d'informations, contactez votre conseiller en Agence ou notre Centre de Relations Clients au 31 31 18 18.



www.biat.tn

Engagés
avec vous

BIAT



Mourir ou se réinventer

PAR MOHAMED ALI BEN SGHAÏER

Le secteur de la presse écrite en Tunisie traverse une période de turbulences croissantes. A l'exception de quelques titres qui parviennent encore à s'en sortir tant bien que mal, la majorité des journaux peine à assurer sa survie au quotidien. Si certains éditeurs ont fini par baisser le rideau, d'autres, mus par une véritable passion pour leur métier, s'accrochent et poursuivent leur lutte pour exister. Mais cette résistance a un coût et nul ne sait jusqu'à quand elle pourra durer.

La presse écrite a longtemps constitué l'un des piliers essentiels du paysage médiatique national. Tout au long de l'histoire du pays, elle a joué un rôle déterminant dans la diffusion de l'information, la formation de l'opinion publique et la préservation de la mémoire collective. En période de bouleversements politiques ou sociaux, les journaux et magazines ont souvent représenté une voix de référence, relayant les débats d'idées et contribuant à la construction du discours démocratique.

Un déclin marqué

Après la révolution de 2011, la presse écrite a connu un nouvel élan : libérée du contrôle étatique, elle s'est imposée comme un acteur majeur du pluralisme médiatique et de la liberté d'expression. Elle a alors joué un rôle central dans l'accompagnement de la transition politique, en ouvrant des espaces de débat et en favorisant la transparence de la vie publique.

Cependant, cette dynamique s'est progressivement essoufflée. L'émergence de nouveaux acteurs de l'information, notamment les plateformes numériques et les réseaux sociaux — souvent non structurés et dépourvus de règles professionnelles — a profondément bouleversé les habitudes de consommation médiatique. Face à une audience fragmentée et à une concurrence féroce pour acaparer l'attention du public, la presse écrite a vu sa crédibilité s'éroder et ses ressources financières s'amenuiser. Pis encore, la crise de la Covid-19 a porté le coup de grâce à un secteur déjà fragilisé : alors qu'on comptait plus de 250 journaux au moment de la révolution et dans les années qui ont suivi, il en subsiste aujourd'hui moins d'une cinquantaine.

Selon un rapport élaboré en 2023 par Guillaume Astruc et Naoufel Ben Rayana dans le cadre



Avec la reconfiguration de l'écosystème médiatique, les médias traditionnels sont désormais contraints de repenser leur offre éditoriale en adaptant leurs contenus aux nouvelles attentes des lecteurs afin d'assurer leur pérennité économique à travers une audience élargie et fidélisée.



du Programme d'appui aux médias tunisiens, PAMT2, le paysage de la presse écrite tunisienne ne compte plus qu'une vingtaine de publications, pour un tirage global estimé entre 100 000 et 120 000 exemplaires, contre environ 160 000 avant 2011. Se référant aux statistiques de la Fédération tunisienne des directeurs de journaux (FTDJ), les chercheurs ont conclu que la population réelle de lecteurs ne dépasserait pas 60 000 personnes.

Le secteur de la presse écrite, qu'elle soit papier ou en ligne, emploie actuellement entre 600 et 700 journalistes. Avant la Révolution, certains quotidiens connaissaient pourtant des tirages considérables : le journal Al Anwar, par exemple, atteignait jusqu'à 250.000 exemplaires par semaine, tandis que La Presse imprimait près de 70.000 exemplaires pour son édition dominicale et environ 40.000 en semaine.

Cette chute spectaculaire des tirages illustre, selon le rapport intitulé « Défis économiques et organisationnels des médias tunisiens : Étude sur le financement du secteur médiatique et les stratégies des annonceurs publicitaires en Tunisie », la profonde crise que traverse la presse écrite, confrontée à la fois à la concurrence du numérique, à l'évolution des habitudes de lecture et à la baisse des revenus publicitaires.

Ceci dit, plus que jamais, la presse écrite traverse une crise multidimensionnelle — à la fois économique, structurelle et de confiance — qui menace son existence même et pose la question de sa survie dans un environnement dominé par le numérique et l'instantanéité de l'information.

Les maux de la presse écrite

Patrons, syndicats qui ont déjà le blues face à une presse écrite battant de l'aile ont crié sur tous les toits que le secteur traverse une zone de turbulences sans précédent et que seule une réforme structurelle peut stopper l'hémorragie.

La crise économique par laquelle passe le secteur est on ne peut plus spectaculaire, aggravée de surcroît par une baisse significative des ventes de journaux papier, une réduction drastique des revenus publicitaires, une concurrence des plateformes numériques, une fragilité des médias émergents et des difficultés pour les grands titres à maintenir leur modèle économique.

S'ajoutent à ces problèmes une transition numérique incomplète marquée par une adoption faible des abonnements numériques, une concurrence des géants du numérique (Google, Facebook) qui captent l'essentiel des revenus publicitaires. Sans oublier le déficit d'investissements dans la transformation numérique et l'innovation éditoriale au sein de nombreux médias, un retard souvent attribué à l'insuffisance des ressources financières mais aussi à la réticence de certains dirigeants de presse, peu enclins à faire leur aggiornamento et à engager de réels changements structurels.

Au-delà de ces difficultés structurelles, la perte de confiance du public envers les médias traditionnels a accentué la crise du secteur. Le recul du lectorat, aussi bien pour la presse papier que numérique, s'explique en grande partie par l'émergence d'une jeune génération tournée vers les contenus digitaux et les réseaux sociaux. Cette évolution des habitudes de consommation de l'information a

plongé la presse écrite dans une situation de déclin profond et durable.

Dans une recherche présentée lors du colloque international (2021) de l'Institut de presse et des sciences de l'information (IPSI), portant sur « Journalisme et innovation à l'ère du numérique », l'enseignante au même établissement, Marwa Ben Becha, avait souligné que « le développement d'une nouvelle offre numérique bouleverse le modèle économique de la presse écrite, auquel s'ajoute la baisse des recettes publicitaires orientée désormais vers la presse en ligne (...) ».

De son côté, l'universitaire Souhir Lahyani, enseignante à l'IPSI, a considéré dans une recherche publiée sur la plateforme Al Qatiba que « le secteur des médias tunisiens en 2025 se trouve à un carrefour, confronté à une transformation numérique incomplète, à une fragilité financière et à une perte de confiance du public. Malgré les efforts de modernisation, les progrès restent lents ». Pour cette chercheuse spécialisée en IA, « le secteur traverse une crise croissante, reflétée par les graves difficultés financières des grandes institutions médiatiques, autrefois considérées comme des piliers du secteur, ainsi que par les obstacles rencontrés par les médias émergents. Cette situation délicate résulte d'une chute marquée des ventes de journaux papier, d'une diminution notable du lectorat, tant pour la presse imprimée que pour la presse électronique, de la réduction des revenus publicitaires et de l'évolution des préférences du public vers de nouveaux médias. Les géants d'Internet comme Google et Facebook captent une grande partie des recettes publicitaires, affaiblissant les médias traditionnels ».

Une presse face à ses propres défis

En dépit de ce tableau sombre, l'universitaire Marwa Ben Becha conserve une note d'optimisme en soulignant que, malgré les discours alarmistes qui dominent actuellement, la presse écrite ne connaît pas un déclin aussi radical qu'on le prétend. Selon lui, un attachement réel au journal papier persiste encore auprès d'une partie du public, signe que ce média conserve une valeur symbolique et culturelle forte dans le paysage de l'information. Selon la recherche précitée, Marwa Ben Becha a affirmé que « l'émergence d'un nouveau média n'a jamais entraîné la disparition des précédents. Au contraire, les différentes formes médiatiques tendent à coexister, leurs usages se mêlant et devenant souvent complémentaires ».

Cependant, éviter toute menace pesant sur l'in-



Le recul du lectorat, aussi bien pour la presse papier que numérique, s'explique en grande partie par l'émergence d'une jeune génération tournée vers les contenus digitaux et les réseaux sociaux.

dépendance éditoriale, lutter contre le risque de dépendance financière ou encore faire obstacle à la disparition de titres historiques entraînant une perte de diversité médiatique, constituent autant de défis à relever.

Plusieurs voies de redressement se dessinent toutefois, permettant d'entrevoir une possible relance du secteur et un retour progressif à son équilibre. En effet, avec la reconfiguration de l'écosystème médiatique, les médias traditionnels sont désormais contraints de repenser leur offre éditoriale en adaptant leurs contenus aux nouvelles attentes des lecteurs afin d'assurer leur pérennité économique

à travers une audience élargie et fidélisée.

Ils doivent engager une véritable transformation pour s'intégrer pleinement dans ce que Charles de Laubier, directeur de la publication et rédacteur en chef d'Édition Multimédia, décrit comme la « galaxie multimédia de l'information », un univers où les supports se complètent et interagissent pour mieux capter l'attention d'un public en constante mutation.

La nécessaire métamorphose

Le recours à l'intelligence artificielle (IA) comme le font la plupart des médias dans le monde n'est

plus un luxe sous nos cieux, c'est désormais une obligation. Car l'IA transforme profondément la presse, offrant des outils pour automatiser la rédaction, vérifier les faits, analyser les données et personnaliser les contenus, ce qui améliore rapidité, précision et rentabilité. Cependant, son usage soulève des défis éthiques majeurs : fiabilité de l'information, transparence, traçabilité des sources, responsabilité éditoriale et respect des chartes déontologiques. L'IA doit ainsi rester un outil d'appui au journalisme, sans remplacer le jugement humain, afin de concilier innovation technologique et éthique journalistique, tout en préservant

la diversité et la crédibilité de l'information.

Les initiatives, à travers des sites comme Univers News, Tunisie Numérique ou Business News, témoignent d'une transformation nécessaire pour la presse écrite. Ces expériences montrent que l'adoption de l'IA devient inévitable pour moderniser les contenus, enrichir l'expérience des lecteurs et rester compétitif dans un écosystème médiatique de plus en plus numérique.

Ceci étant, la formation des journalistes à l'usage de l'IA, que ce soit lors du cursus universitaire où à travers des programmes d'appui, devient une étape incontournable pour moderniser le secteur

Abdelkrim Hizaoui, Universitaire et président du « Media Development Center »

« On assiste à une désactivation silencieuse des organes de régulation et de transparence »

Le cadre juridique régissant aujourd'hui la presse en Tunisie est-il favorable à son développement ?

Le cadre juridique actuel, qu'il s'agisse de la presse écrite, papier ou électronique, repose principalement sur le décret-loi 115 du 2 novembre 2011. Ce texte est considéré comme le plus libéral que la Tunisie n'ait jamais connu. En 2011, nous avons adopté un cadre juridique garantissant la liberté de la presse et, plus largement, la liberté d'expression. Le décret-loi 115 ne se limite pas à la presse écrite, il encadre aussi les délits d'expression, sans prévoir de peines privatives de liberté sauf pour les cas les plus graves comme l'incitation à la violence. Pour la diffamation ou la diffusion de fausses nouvelles, il prévoit des amendes, mais pas de prison. Ce n'est donc ni l'impunité, ni la répression. C'est pourquoi, en tant qu'universitaires, chercheurs et acteurs de la société civile, nous demandons que le décret-loi 115 soit appliqué. Il s'agit d'un texte spécial par rapport au décret-loi 54, promulgué en 2023.

Le décret-loi 115 a donc été mis de côté ?

Effectivement, la pratique actuelle du pouvoir consiste à ne pas abroger les textes fondateurs de 2011 ou de 2016 tels que les décrets-lois 115 et 116 (créant la HAICA) ou encore la loi organique de 2016 sur le droit d'accès à l'information, mais à désactiver les mécanismes qu'ils instaurent. Ces textes demeurent pourtant valides, et la Constitution de 2022, comme celle de 2014, consacre dans ses articles 37 et 38 la liberté d'expression et le droit à l'information, en imposant à l'État le devoir de

les garantir. Nous avons donc, sur le plan constitutionnel, une excellente protection juridique de ces libertés.

Autrement dit, la pratique journalistique bénéficie bien d'une protection juridique ?

Oui, la protection juridique existe. Les textes sont solides ; le problème, c'est leur non-application. Le pouvoir exécutif ne respecte plus les dispositions en vigueur. Prenons l'exemple de la HAICA : cette instance existe toujours légalement, mais elle a été vidée de sa substance. Sans président ni conseil actif, elle ne peut plus prendre de décisions. Si le pouvoir ne souhaite plus d'autorité indépendante, il devrait présenter un projet de loi au Parlement pour modifier ou supprimer le décret-loi 116. Or, il ne le fait pas, préférant agir discrètement, sans débat public. La même situation touche l'Instance nationale d'accès à l'information (INAI) et l'Instance nationale de protection des données personnelles (INPDP) : elles subsistent sur le papier, mais ne fonctionnent plus. Leurs locaux sont fermés, leurs conseils inactifs. On assiste à une désactivation silencieuse des organes de régulation et de transparence. Un pouvoir qui ne veut plus d'instances indépendantes devrait le dire ouvertement et assumer sa position devant le Parlement, conformément à la loi.

Quel impact la désactivation de l'INAI aura-t-elle, concrètement, sur la pratique du journalisme ?

L'accès à l'information est un droit fondamental. Si le journaliste n'y a plus accès, c'est le citoyen qui en pâtit.



Le journaliste, contrairement au blogueur, vérifie ses sources avant de publier. L'absence d'une instance indépendante pour arbitrer entre journalistes et administration prive le citoyen d'une information fiable. La loi de mars 2016, en conformité avec la Constitution de 2014, garantit ce droit constitutionnel d'accès à l'information. Or, sa non-application entraîne une dégradation de la qualité de l'information et du débat public. Aujourd'hui, on observe un retour au secret administratif : la plupart des ministères n'ont plus de chargés de communication, les responsables publics ne peuvent plus parler sans autorisation, et l'administration devient de plus en plus opaque. Cette opacité constitue une forme de mauvaise gouvernance. Sans transparence, il ne peut y avoir ni redevabilité ni amélioration du service public. C'est grâce aux médias que les dysfonctionnements sont révélés et corrigés. En les muselant, on compromet les acquis obtenus depuis 2011, tels que la liberté de la presse et le droit à l'information. Au Media Development Center, nous préparons d'ailleurs une rencontre nationale sur le rôle de l'État dans la garantie du droit à l'accès à

l'information. Notre objectif est de rappeler à l'État son obligation constitutionnelle de renforcer ces instances, et non de les désactiver.

Cette politique n'a-t-elle pas approfondi la crise structurelle que connaît la presse écrite ?

Effectivement, la presse écrite subit une crise dans la crise. Partout dans le monde, elle est fragilisée par la montée de l'audiovisuel et des plateformes numériques. En Tunisie, la transition vers le numérique n'a pas été suffisamment accompagnée par une politique publique claire. Dans d'autres pays, des fonds d'aide soutiennent la reconversion des journaux papier vers le digital. Chez nous, cela n'a pas été fait, ou très partiellement. Le manque de vision et de soutien accentue donc la fragilité du secteur.

Au-delà du soutien public, le décret-loi 54 continue de peser lourdement sur la profession journalistique, telle une épée de Damoclès. Le président du SNJT a dénoncé récemment une « résistance » de la présidence du Parlement face à toute tentative de révision. Selon vous, que révèle cette opposition ?

La situation est particulière. Il faut d'abord saluer l'initiative de certains députés qui ont proposé la révision du décret-loi 54, notamment la suppression de son article 24, lequel efface les acquis du décret-loi 115. D'un point de vue juridique, c'est le principe de spécialité qui s'applique : le décret-loi 115, texte spécifique à la presse, doit primer le décret-loi 54, plus général. Pour l'instant, il est prématuré de parler de résistance : le projet a été transféré à la commission de législation générale, mais il aurait aussi dû être examiné par la commission des droits et libertés. Il a franchi une première étape ; reste à voir s'il sera soumis au vote en séance plénière.

Propos recueillis par Mohamed Ali Ben Sghaïer

médiatique et garantir une utilisation éthique et efficace des nouvelles technologies. C'est pourquoi il faut familiariser les journalistes avec les logiciels de génération de contenu, d'analyse de données, de transcription automatique et de détection de tendances. Cette formation peut également porter sur l'utilisation responsable de l'IA, en veillant à éviter les biais, la diffusion de fausses informations et le plagiat algorithmique. L'Institut de presse et des sciences de l'information ainsi que les organisations œuvrant dans le domaine de l'IA pourraient proposer des modules dédiés à l'IA, ainsi que des formations continues pour les journalistes en poste.

Le soutien de l'Etat : en attendant Godot...

Face à la longue agonie de la presse écrite, l'État reste impassible. Les appels des professionnels — notamment de la Fédération tunisienne des directeurs de journaux (FTDJ) et du Syndicat national des journalistes tunisiens (SNJT) — pour que l'État soutienne ce secteur en détresse tombent dans l'oreille d'un sourd.

L'annulation arbitraire des abonnements dans les administrations publiques depuis l'ère de la Troïka, ainsi que le clientélisme dans la répartition de la publicité publique, illustrent le laxisme de l'État à mettre en place une structure adéquate, capable de gérer ces enjeux sur la base de critères objectifs et transparents. La dissolution de l'Agence tunisienne de la communication extérieure (ATCE), intervenue à la veille de la Révolution, a profondément bouleversé le paysage médiatique tunisien. En effet, l'absence de création d'une nouvelle structure chargée d'assumer l'une des missions qui lui étaient dévolues, à savoir la gestion et la répartition de la publicité publique, a engendré un vide institutionnel préjudiciable au secteur. Cette situation a ouvert la voie à de nombreuses

“
Face à ces bouleversements structurels et politiques, les médias de presse écrite se trouvent dans l'obligation de réinventer leur modèle économique et éditorial pour garantir leur survie.



dérives et inégalités entre les différents médias. En l'absence de règles claires et de mécanismes transparents de distribution, certains organes de presse ont bénéficié de traitements privilégiés, tandis que d'autres, souvent indépendants ou critiques, ont été marginalisés. Ce déséquilibre a fragilisé l'ensemble du système médiatique, déjà confronté à des difficultés économiques structurelles, et a renforcé même la dépendance de plusieurs titres vis-à-vis de sources de financement opaques ou instables. Ces pratiques, qui évoquent la politique traditionnelle de « carotte et bâton » du régime déchu de Ben Ali ont été systématiquement employées comme instruments de contrôle après la Révolution. Elles ont permis de soumettre les médias au diktat des pouvoirs en place, en favorisant certains organes de presse tout en marginalisant ceux jugés critiques ou indépendants, renforçant ainsi une dépendance structurelle et limitant la liberté éditoriale.

Pire encore, le soutien financier réservé en vertu du décret n°30 de 2020 aux entreprises de presse affectées par la Covid-19 sous forme de subvention reste lettre morte en dépit des cris de détresse des propriétaires de ces médias.

Contrairement à d'autres pays où l'État intervient pour soutenir les médias et garantir leur survie, comme en France, où le ministère de la Culture

consacre un budget conséquent. En 2024, 175,2 millions d'euros ont été attribués en aides directes à la presse écrite, contre 204,7 millions d'euros en 2023. Cette diminution résulte en partie de la suppression de l'aide exceptionnelle de 30 millions d'euros versée l'année précédente pour compenser la hausse du coût du papier, sans compter les avantages fiscaux accordés aux journaux. Dans notre paysage médiatique, la générosité de l'État apparaît paradoxalement sélective et inégalement répartie, bénéficiant presque exclusivement aux organes publics. Cette approche, qui relève d'une logique de « deux poids, deux mesures », soulève de vives interro-

“
En l'absence de règles claires et de mécanismes transparents de distribution, certains organes de presse ont bénéficié de traitements privilégiés, tandis que d'autres, souvent indépendants ou critiques, ont été marginalisés.

gations sur l'équité et la transparence de la politique publique en matière de soutien aux médias. Un exemple emblématique de cette situation est l'allocation de 15,9 millions de dinars, prélevés sur les fonds publics, pour couvrir l'impact financier de la fusion entre la société SNIPE La Presse et Dar Assabah.

Cette décision avait déjà été actée par le président de la République, Kaïs Saïed, qui a réaffirmé son soutien à la fusion des deux institutions lors d'une rencontre en août 2023 avec le PDG de la Société Nouvelle d'Imprimerie, de Presse et d'Édition (SNIPE La Presse), ainsi que l'administrateur délégué de Dar Essabah. Si ce montant peut sembler justifié au regard des besoins d'un seul organisme, il est révélateur d'un déséquilibre profond : il serait largement suffisant pour soutenir l'ensemble des médias actifs dans la presse écrite, toutes catégories confondues, et contribuer ainsi à renforcer la pluralité et la diversité de l'information dans le pays. Cette information, rendue publique lors d'une séance d'audition sur la mission de la présidence du gouvernement, organisée dans le cadre de l'examen du projet de budget de l'État pour l'année 2026, tenue le 30 octobre à l'Assemblée des représentants du peuple (ARP), illustre non seulement les choix budgétaires controversés, mais aussi l'impact de ces décisions sur l'indépendance et la viabilité économique des médias privés, qui peinent à accéder à un soutien équitable. L'enjeu est donc double : d'une part, assurer une redistribution plus juste des ressources publiques pour permettre à tous les médias de se maintenir et de se développer ; d'autre part, éviter que des subventions ciblées ne deviennent un instrument d'influence politique, compromettant l'autonomie éditoriale et la pluralité de l'information.

Un cadre juridique liberticide

La situation actuelle des médias en général et de la presse écrite en particulier est de plus en plus chaotique. Outre les problèmes financiers, la presse se trouve sous le joug d'un décret-loi 54 liberticide et frappant non seulement les médias mais toutes les voix libres comme une lame de guillotine après la « désactivation » des décrets 115-116. Dans ce contexte, l'universitaire et président du Media Development Center, Abdelkarim Hizaoui, a souligné dans une déclaration à Réalités que le cadre légal régissant la presse, qu'elle soit papier ou numérique, est essentiellement défini par le décret-loi 115 du 2 novembre 2011, qu'il considère comme le texte le plus libéral jamais adopté en

“
« L'émergence d'un nouveau média n'a jamais entraîné la disparition des précédents. Au contraire, les différentes formes médiatiques tendent à coexister, leurs usages se mêlant et devenant souvent complémentaires ».



La situation de la presse écrite, toutes formes confondues est de plus en plus chaotique

Tunisie. Selon lui, cette législation constitue un socle important pour la liberté de la presse et la modernisation du secteur médiatique.

Malgré un éclair d'espoir suscité par une soixantaine de parlementaires ayant soumis au président de l'Assemblée des représentants du peuple, Brahim Bouderbala, une demande d'amendement du décret 54 accompagnée d'une requête pour un examen en urgence, la situation semble s'éloigner du bon sens. En effet, lors d'une déclaration accordée aux médias à l'occasion de la Journée internationale pour mettre fin à l'impunité des crimes contre les journalistes, organisée le 4 novembre, le président du Syndicat national des journalistes tunisiens (SNJT), Zied Dabbar, a vivement critiqué la présidence et le bureau du Parlement, les accusant de « freiner délibérément le processus ».

Sans détour, Zied Dabbar a estimé que « le président du Parlement agit comme un ministre de la législation au service du pouvoir exécutif », rappelant que le décret 54 « contredit la Constitution, les conventions internationales et le discours officiel de l'État » et qu'il a entraîné l'emprisonnement de journalistes, d'avocats et de citoyens. Pire encore, le responsable syndical a recensé 149 agressions contre des journalistes, sous diverses formes, y compris des emprisonnements basés sur des prétextes juridiques variés.

Ce constat critique est partagé par le député et président de la Commission des droits et libertés au Parlement, Mohamed Ali, qui a souligné que l'examen de l'initiative parlementaire visant à réviser le décret 54, déposée depuis janvier 2024, a été ralenti après avoir été transféré à la commission de

législation générale plutôt qu'à celle des droits et libertés. Selon ce député, qui a participé à la Flottille Al-Soumoud pour briser le blocus sur Gaza, « l'adoption rapide de cette initiative aurait permis d'éviter à plusieurs journalistes et jeunes l'incarcération pour leurs publications ou opinions ».

La situation s'est détériorée avec l'adoption d'une série de mesures politiques visant à réduire l'influence, voire à la neutraliser, de la plupart des instances constitutionnelles. Parmi celles-ci figurent l'Instance nationale de lutte contre la corruption (INLUCC), la Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle (HAICA), l'Instance nationale de protection des données personnelles (INPDP) et, plus récemment, l'Instance nationale de l'accès à l'information (INAI). Ces actions ont considérablement affaibli les mécanismes de contrôle et de régulation, compromettant



Outre les problèmes financiers, la presse se trouve sous le joug d'un décret-loi 54 liberticide et frappant non seulement les médias mais toutes les voix libres comme une lame de guillotine après la « désactivation » des décrets 115-116.



NUMÉRO BLEU
82 10 10 90

SAHATY CONFORT

يأمنك على صحتك
و يحافظك على ميزانيتك



L'avenir
avec assurance

www.carte.tn



Plus que jamais, la presse écrite traverse une crise multidimensionnelle — à la fois économique, structurelle et de confiance — qui menace son existence même et pose la question de sa survie dans un environnement dominé par le numérique et l'instantanéité de l'information.

tant la transparence, la responsabilité et l'accès à l'information au sein du pays.

S'agissant de l'INAI, la décision constitue une mesure lourde de conséquences pour la transparence et la liberté de la presse. En neutralisant cet organisme, le pouvoir en place prive les journalistes d'un outil fondamental pour accéder aux informations publiques, compromettant ainsi leur capacité à exercer un journalisme indépendant, assurer la transparence dans la vie publique, contrôler l'action des institutions et garantir la responsabilité des pouvoirs publics, ce qui représente l'essence même du métier. Cette décision fragilise non seulement le travail d'investigation des médias indépendants, mais affaiblit la confiance du public dans les institutions et réduit également les possibilités de contre-pouvoir dans les médias censés fournir une information fiable et crédible.

Le chemin de la résilience

Face à ces bouleversements structurels et politiques, les médias de presse écrite se trouvent dans l'obligation de réinventer leur modèle économique et éditorial pour garantir leur survie. La diversification des sources de revenus apparaît comme une nécessité vitale : organisation d'événements, partenariats stratégiques avec des acteurs économiques et culturels, publicité ciblée et contenus sponsorisés permettant de réduire la dépendance aux flux traditionnels souvent instables.

Parallèlement, l'optimisation des coûts et la rationalisation des ressources sont incontournables. Cela implique une gestion plus efficace des équipes, des outils numériques performants, et une réorganisation des processus de production et de distribution. La promotion d'une culture de l'abonnement numérique pour les journaux papier

et la fidélisation du lecteur deviennent également essentielles, car elles offrent un revenu stable et favorisent un lien durable avec le public.

Le développement de modèles économiques hybrides, combinant édition papier et numérique, représente un autre levier stratégique. Il permet de toucher de nouveaux publics, notamment les jeunes générations, tout en modernisant l'offre traditionnelle. L'innovation éditoriale — formats multimédias, contenus interactifs, newsletters thématiques — contribue à séduire ce lectorat tout en renforçant la crédibilité et la pertinence de l'information.

Selon une étude réalisée en 2019 dans le cadre du Programme d'appui aux médias tunisiens (Pamt)-Media Up de l'Union européenne, plusieurs pistes peuvent être envisagées pour renforcer le développement des médias tunisiens :

- **Renforcer la stratégie digitale** : face à la domination des réseaux sociaux, notamment Facebook, les médias devraient se doter de community managers et dynamiser l'échange avec leur audience en diffusant davantage de contenus courts (photos, vidéos) favorisant la viralité, encore peu exploités par la presse écrite en ligne.

- **Rétablir le lien avec les lecteurs** : pour restaurer la confiance, les journaux gagneraient à ouvrir leurs colonnes aux contributions du public et à instaurer des espaces de dialogue via un médiateur, des chartes éditoriales, etc. D'ailleurs, la mise en place du Conseil de Presse, une initiative visant l'auto-régulation des médias, fondée sur le code de déontologie journalistique, la protection de la liberté de la presse et la garantie du droit des citoyens à une information de qualité, marque une étape significative sur la voie appropriée. Le Conseil de presse jouera ainsi le rôle d'ombudsman entre les médias et les lecteurs, notamment en cas de litige.

- **Créer des incubateurs médias** : ces structures favoriseraient la transition numérique, la collaboration entre journalistes, startups, développeurs, et soutiendraient le pluralisme médiatique.

- **Monétiser les contenus** : les médias de la presse écrite doivent prioriser la valorisation payante de leurs articles et archives afin de compenser la baisse des revenus du papier.

Ceci dit, dans ce contexte de crise et de défiance, le maintien d'une information de qualité et d'un journalisme d'investigation reste le socle indispensable de la légitimité des médias print ou numériques. Seule une presse capable de produire des enquêtes rigoureuses et indépendantes pourra regagner la confiance des lecteurs, affirmer son rôle citoyen et consolider sa pérennité sur le long terme. ■

ATB
البنك العربي التونسي

PayLater
4200 0000 0000 0000
FLEN BEN FOULEN
ATB
VISA

**TRAVEL NOW,
PAY LATER**

خزرت... خود و قسط

@ArabTunisianBank
www.atb.tn

Presse écrite Une galère provoquée !

PAR KHADIJA TABOUBI

Le secteur de la presse écrite, en Tunisie, fait face, aujourd'hui, à la crise la plus difficile de son histoire. Depuis la Révolution, le secteur est assailli par une multitude de problèmes. Historiquement, la première source de financement de la presse écrite en Tunisie est la publicité et les abonnements, lesquels ont sévèrement chuté, entraînant une baisse des tirages et des revenus. Cette situation, combinée au changement des habitudes de lecture vers le numérique et à la crise économique générale, a conduit à la fermeture de plusieurs journaux et à des réductions d'effectifs massives, menaçant la survie du secteur. Le plus inquiétant est le silence du pouvoir en place. Malgré les dysfonctionnements, on parle de tout mais pas des médias, comme s'il s'agissait d'une crise provoquée de manière intentionnelle. On ne s'inquiète ni des fermetures ni du nombre de journalistes qui sont mis à la porte. Or, à l'instar des journalistes qui travaillent dans le secteur public, ceux qui travaillent dans le secteur privé ont aussi le droit d'être soutenus par l'Etat ! Eux aussi revendiquent leurs droits légitimes et sont contre les discriminations. Il n'y a pas que le secteur public à soutenir.

Taïeb Zahar : « Tout a commencé avec la disparition de l'ATCE »

Dans son entretien avec Réalités, le président de la Fédération tunisienne des directeurs de journaux (FTDJ), Taïeb Zahar, a déclaré que le problème de la presse écrite, en Tunisie, ne date pas d'aujourd'hui mais de plus d'une dizaine d'années : « Le modèle économique de la presse écrite est traditionnellement basé sur les abonnements et la publicité. Et parmi les abonnements, bien sûr, il y a les abonnements publics (entreprises publiques et ministères) et ceux du secteur privé, qu'il s'agisse de professions libérales ou d'entreprises privées. De même, pour la publicité, donc, il y a ce qu'on appelle aujourd'hui la publicité publique qui était, avant la Révolution, gérée par l'ATCE. Donc les problèmes ont commencé avec la suspension des activités de cette structure et l'absence d'un nouveau modèle pour la distribution de la publicité publique », a-t-il déclaré, faisant remarquer qu'on aurait dû ne pas fermer l'ATCE mais au contraire trouver des modalités de distribution qui soient transparentes et non liées à la ligne éditoriale du journal. Cela interpelle, selon lui, de trouver des critères objectifs permettant de soutenir la presse de qualité et indépendante.

L'argent n'est jamais parvenu aux médias

Il a regretté l'extinction de cette agence et son non-remplacement par d'autres équivalents et cela fait en sorte qu'aujourd'hui, la publicité publique est distribuée de manière anarchique et non transparente : « On avait proposé un statut d'une agence qui soit gérée par les pouvoirs publics, mais dans la gouvernance, il y avait la Fédération des journaux, les syndicats, etc. On avait déposé ce statut, aussi bien au niveau de la présidence du gouvernement qu'au niveau du Parlement, mais il n'y a pas eu malheureusement d'effet. Et cela pose un problème aussi bien pour la publicité publique que pour les abonnements », a indiqué Zahar, rappelant qu'il y a eu, depuis toujours,



J'ai une crainte qu'il y ait une extinction de la presse écrite, et ce serait un grand malheur pour la Tunisie et pas pour les journaux.

Taïeb Zahar

dans le budget de l'État, un montant de près de 3 millions de dinars réservé à l'achat de journaux au niveau des ministères, mais depuis les années 2011/2012, l'argent n'est jamais parvenu aux destinataires, c'est-à-dire aux différents médias, pointant du doigt un détournement de l'argent public qui était destiné à l'achat de journaux : « Donc le problème de la presse écrite a commencé par là jusqu'à arriver à la chute des ventes des différents journaux, y compris les journaux publics qui ont vu leurs abonnements également chuter, faute de budget alloué à l'octroi de journaux ».

Aucun vis-à-vis... aucun espoir

Face à ce problème, Taïeb Zahar a déclaré que la Fédération a veillé à mettre l'accent sur cette question, mais malheureusement, elle n'a jamais été entendue. Ajoutons à cela le déclin, avec la crise économique, du budget publicitaire et des abonnements venant du secteur privé : « J'ai une crainte qu'il y ait une extinction de la presse écrite, et ce serait un grand malheur pour la Tunisie et pas pour les journaux, dans la mesure où la disparition des médias serait remplacée, ce qui est un peu le cas aujourd'hui, par les réseaux sociaux et donc, là, ce serait dommageable pour le

citoyen qui n'aura pas d'informations de qualité, crédibles et transparentes suite à la diffusion de fausses informations et à un manque de rigueur dans la vérification des faits », a-t-il regretté.

Interrogé sur ce que propose la Fédération comme solution pour débloquer la situation, Taïeb Zahar a dit : « Aujourd'hui, malheureusement, on n'a pas de solution pour lever ce blocage parce qu'il n'y a pas d'écoute vis-à-vis des pouvoirs publics. Aucun vis-à-vis et aucun espoir que les choses s'améliorent », a-t-il déploré, faisant toutefois savoir que des discussions sont en cours avec le programme PAMT2 de l'Union européenne afin de voir comment s'adapter et chercher de nouveaux business modèles basés sur les nouvelles technologies pour développer un peu la presse électronique et continuer à exister.

Un coup dur pour la démocratie

« La situation est très préoccupante aujourd'hui. On risque de perdre ce qui reste d'ailleurs de la presse écrite. Et malheureusement, ce serait un coup dur pour notre démocratie et notre société, pour avoir une information de qualité. La disparition progressive de la presse indépendante représente un enjeu majeur pour la démocratie et du coup, on ne va pas baisser les bras au niveau de la Fédération. On est d'ailleurs en train, de nous adapter, de réfléchir sur l'avenir, de chercher ce qui se fait de mieux à l'étranger, d'utiliser les nouvelles technologies, notamment l'intelligence artificielle dans notre modèle de développement. Malheureusement, du côté des pouvoirs publics, il n'y a aucune écoute et aucune volonté de communiquer avec les pouvoirs publics », a-t-il dit.

« On est très content que les pouvoirs publics s'intéressent à la presse publique. Mais il n'y a pas que la presse publique. C'est tout un écosystème regroupant également des médias indépendants. A mon avis, la presse publique ne pourra évoluer et être utile qu'en présence d'une diversification et d'une presse indépendante. C'est bien de s'occuper de la presse publique. On n'a rien à dire. Au contraire, la presse publique fait partie intégrante de la Fédération, mais il n'y a pas que cette dernière. Aujourd'hui, on continue à ignorer nos demandes et nos revendications légitimes alors qu'on ne demande rien d'impossible ! En tout cas, ce serait un moment historique très triste pour le pays. On reprochera au pouvoir actuel d'avoir laissé la situation pourrir, et donc d'assister de manière passive à la disparition de la presse écrite », a encore déploré le président de la FTDJ.



Manoubi Marrouki : « On n'a pas pu saisir l'opportunité de se repositionner »

De son côté, le président du Conseil de la presse, Manoubi Marrouki, a tenu tout d'abord à préciser que la difficulté de la presse écrite a commencé avec la numérisation et le développement accéléré des nouvelles technologies : « *Le passage de l'analogique au numérique n'a pas été réalisé convenablement* », a-t-il précisé, faisant remarquer que des pays comme la France et les Etats-Unis ont soutenu ce passage en les faisant combiner comme s'il s'agissait d'un nouveau produit à développer, contrairement à la Tunisie qui n'a pas pu réussir cette transition. Alors que de nombreux journaux partout dans le monde investissent massivement dans l'intelligence artificielle (IA), les médias tunisiens n'ont pas encore réussi leur transformation numérique, provoquant un départ important des lecteurs vers le numérique : « *Les lecteurs ont privilégié l'information instantanée bien que la rapidité puisse donner lieu à des « fake news » et des dérapages. Nous avons abandonné ce schéma d'informer, de contextualiser, d'expliquer et de courir derrière les taux d'audience à tout prix* ». Et d'ajouter dans le même contexte qu'avant la Révolution, il y avait des restrictions. Mais après, malgré la liberté d'expression, les médias n'ont pas pu saisir l'opportunité de se repositionner. Selon lui, ce phénomène a automatiquement engendré une grande chute au niveau des ventes des journaux et, du coup, le recul de la publicité : « *La publicité a longtemps été un pilier du modèle économique de la presse écrite. Sans publicité, on ne peut pas vendre les journaux ! Beaucoup de pays*

ont saisi le problème et ont eu recours à la diversification de leurs sources, ce qui n'est pas le cas malheureusement pour la Tunisie », a-t-il reconnu.

80% de la publicité absorbés par la télévision et les radios

Selon lui, la principale source de revenus de la presse écrite est la publicité, or 80% de la publicité sont absorbés aujourd'hui par la télévision principalement puis les radios, et le reste, soit seulement



“
Le passage de l'analogique au numérique n'a pas été réalisé convenablement.

Manoubi Marrouki

mahindra^{Rise}

Robuste pour l'aventure,
Agile pour la ville



KUV₁₀₀
NXT

VISITEZ NOTRE SITE
www.mahindra-tunisie.com

AUTOMOBILES ZOUARI
CONCESSIONNAIRE / SAV VÉHICULES DE TOURISME

Appelez-nous au
70 130 130

Nous suivre



MAHINDRA TUNISIE

20%, est partagé par les autres. Aujourd'hui, il y a aussi 140 journalistes qui travaillent dans la presse électronique et la majorité des journaux électroniques fonctionne avec une ou deux personnes qui exercent différentes tâches. Donc, il ne reste aujourd'hui que les médias qui sont soutenus par l'Etat et tout le reste se trouve dans la galère autorisant tout type de vente pour se financer, selon ses dires.

Manoubi Marrouki a fait état d'une chute considérable du nombre de journalistes qui exercent le métier. Selon lui, certains journaux qui travaillaient avant avec 30 ou 40 journalistes, se contentent aujourd'hui de 7 ou 8 journalistes, tandis que certains journaux publics arabophones font travailler entre 30 et 40 alors que pratiquement, ils ne font rien, ce qui n'est pas le cas des médias privés qui ont opté pour des pigistes et des free-lanceurs et des contributeurs.

L'Etat doit y participer

Il a mis en garde contre la rareté des ressources financières et son effet sur la baisse du nombre de journalistes et du coup, la détérioration de la qualité des contenus : « C'est tout un cercle vicieux. Sinon, il n'y aura que la fermeture et c'est le cas d'ailleurs de plusieurs médias. D'autres continuent à exister malgré les difficultés », a-t-il soutenu.

Face à cette situation, le président du Conseil de la presse a estimé qu'à l'instar de la Fédération des journaux, laquelle a élaboré une stratégie et un plan d'action pour améliorer la situation des journaux tunisiens, l'Etat doit aussi y participer, vu l'influence sociale, politique et culturelle majeure des médias. Il faut les relancer avec des participations à attribuer selon divers critères, mais sans intervenir dans la ligne éditoriale et le contenu des journaux. « Les médias ont un rôle très important dans la démocratie et pas de démocratie sans liberté d'expression », a-t-il encore précisé.

Zied Dabbar : « Le problème n'est pas la publicité... »

Quant au président du Syndicat national des journalistes tunisiens (SNJT), Zied Dabbar, il a affirmé que la crise des médias privés n'est pas typiquement tunisienne, surtout au niveau de la presse écrite, mais qu'elle est généralisée à travers le monde.

Il a tenu par ailleurs à préciser que concernant les journaux privés, ce sont plutôt les patrons des mé-



L'État tunisien devrait avoir une stratégie et une politique médiatique, regroupant l'ensemble des actions à entreprendre pour assurer la pérennité du secteur du journalisme

Zied Dabbar

dias qui assument principalement la responsabilité d'assurer la survie de leurs médias. Et d'ajouter dans le même contexte que cette responsabilité n'est pas totalement respectée pour la simple raison que ces médias n'ont pas investi, bien qu'ayant généré autant d'argent auparavant, lorsqu'il y avait de la publicité publique et il y avait de tout, mais ils n'ont pas investi pour assurer la pérennité de leurs médias, surtout au niveau de la transition digitale.

Il a également indiqué que le problème de la presse écrite aujourd'hui n'est pas vraiment la publicité, c'est plutôt une vraie crise d'offres. De plus, a-t-il dit, il n'y a pas une certaine visibilité au-delà des engagements de l'Etat pour soutenir ce secteur.

Zied Dabbar a préconisé à cet effet une politique médiatique étatique. « L'État tunisien devrait avoir une stratégie et une politique médiatique, regroupant l'ensemble des actions à entreprendre pour assurer la pérennité du secteur du journalisme comme il a fait d'ailleurs dans d'autres secteurs, à l'instar du secteur de l'industrie, du tourisme ou encore de l'agriculture, mais à condition que ce soutien ne se décide pas au détriment des droits économiques et sociaux des journalistes qui sont toujours non respectés », selon ses propos. ■



Sauver la presse écrite

Du fond à la forme, cap sur les opportunités

PAR HAJER BEN HASSEN

C'est un secret de polichinelle : la presse écrite tunisienne traverse l'une des crises les plus graves de son histoire. Si cette situation perdure depuis plusieurs années, elle menace désormais sa pérennité. Les ventes sont en chute libre, les abonnements se font rares, les rédactions se vident et le journalisme perd peu à peu son rôle de contre-pouvoir. Le désintérêt croissant des jeunes, le contexte économique tendu et le climat politique hostile ont aggravé la situation, laissant la porte grande ouverte à l'autocensure.

Mais rester les bras croisés face à cette descente aux enfers serait une erreur fatale, du moins pour ceux qui ont encore la volonté d'exister, d'influencer et de peser réellement sur la scène médiatique. Car si les obstacles sont nombreux, les opportunités de relance existent bel et bien, à condition d'avoir le courage de se réinventer.

Repenser l'organisation des rédactions, moderniser les modèles économiques, renouer avec la rigueur éditoriale et surtout, rétablir le lien de confiance avec le public : autant de chantiers urgents pour offrir à la presse tunisienne un nouveau souffle pour qu'elle puisse enfin jouer pleinement

son rôle dans un contexte socioéconomique et politique tendu.

Réinventer le fond : des journaux préparés à l'exigence et à l'influence

Il n'y a pas si longtemps, chaque quotidien ou hebdomadaire comptait un véritable bataillon de ressources humaines. L'effondrement des ventes et des recettes publicitaires a poussé les éditeurs à sacrifier leurs ressources humaines pour survivre. Les journalistes sont souvent les premiers touchés par ces coupes budgétaires. Les rares permanents restants jonglent avec tous les sujets, sous le prétexte de la « polyvalence ».

Face à cette situation, il est urgent de miser sur les forces vives qui demeurent. La formation continue devient alors un levier essentiel pour redonner souffle et compétence à des équipes épuisées.

S'ils n'ont pas les moyens d'investir dans des formations sur mesure, les éditeurs auraient tout intérêt à tirer profit des nombreuses opportunités déjà disponibles proposées aussi bien par le CAPJC et autres institutions étatiques que par les associations locales et les ONG internationales.

Ces programmes, souvent gratuits ou cofinancés,

offrent des formations concrètes, en phase avec les besoins actuels du métier : journalisme mobile, fact-checking, ou encore des formations spécialisées en journalisme environnemental ou autre. Participer à ces formations n'est pas un luxe et encore moins un sacrifice. C'est un investissement essentiel dont l'impact se mesurerait sur la qualité du contenu, et donc sur la confiance du public et, à terme, sur l'audience. Ceci passe aussi par la formation d'autres profils, outre les journalistes tels que les graphistes, vidéastes, community managers, spécialistes du numérique, de la data ou du marketing éditorial. La presse est un écosystème où chaque compétence compte.

Mais il faut avouer que la formation ne suffit pas à elle seule. Elle doit s'accompagner d'une refonte des modèles éditoriaux. Former de bons journalistes sans leur offrir des espaces de spécialisation revient à gaspiller un potentiel. C'est là qu'intervient la nécessité d'une presse de niche : un journalisme recentré sur l'expertise, la crédibilité et la

valeur ajoutée. Dans un paysage saturé d'informations généralistes, la spécialisation est la clé pour attirer un lectorat fidèle, exigeant et prêt à s'engager. Ce modèle, plus restreint mais plus solide, permet aussi de séduire des annonceurs ciblés et de bâtir une identité éditoriale forte.

La presse de niche crée des espaces où le journalisme peut approfondir les sujets, poser les bonnes questions et aller au-delà des apparences. C'est dans ces mêmes espaces que le journalisme d'enquête trouve tout son sens : il transforme l'expertise sectorielle en rigueur, vérification et analyse, offrant au public et aux partenaires une information fiable et respectée.

À cela s'ajoute l'importance du journalisme de solutions : ces médias ne doivent pas se limiter à dénoncer les problèmes, mais mettre en lumière les initiatives efficaces et les réponses concrètes aux défis de la société. Une approche qui redonne espoir aux lecteurs, renforce leur engagement et crée un lien plus direct et positif avec l'information.

C'est d'ailleurs ce que révèle l'étude sur le lectorat tunisien 2025 réalisée dans le cadre du Programme d'appui aux médias tunisiens (PAMT II). Récemment dévoilés, les résultats sont sans appel : le désintérêt croissant pour les médias traditionnels, y compris la presse imprimée, s'explique principalement par un manque de nouveauté, une faible réactivité et des contenus jugés pauvres, biaisés ou obsolètes.

Les interviewés ont toutefois exprimé un intérêt marqué pour des médias spécialisés et des contenus ciblés. Les catégories socioprofessionnelles élevées, notamment, se tournent vers des plateformes comme Al Qatiba, qui propose une lecture approfondie et contextualisée de l'actualité. Perçue comme trop lente, dépassée et souvent inutile face à la gratuité et l'instantanéité du numérique, la presse imprimée a donc tout intérêt à se réinventer en misant sur la spécialisation, le journalisme d'investigation et de solutions.

L'intelligence artificielle peut soutenir cette dé-

marche vers l'excellence éditoriale à condition d'un usage raisonné et éthique loin de toute intention de substitution. L'IA peut être utile pour automatiser certaines tâches répétitives telles que veille, collecte et traitement de données, transcription, etc. Les journalistes auront ainsi plus de temps pour se concentrer sur le terrain, les interviews approfondies, l'investigation.

Faire de la lecture une expérience agréable : une exigence, pas un luxe

Mais au-delà d'un contenu éditorial de qualité et crédible, les lecteurs attendent aussi une expérience de lecture à la hauteur. La presse écrite peut survivre, oui, mais pas dans sa forme actuelle, et encore moins sans une véritable extension numérique. Le problème est d'autant plus pressant que les Tunisiens lisent de moins en moins : selon un sondage de Sigma Conseil réalisé en 2023, ils consacrent en moyenne seulement 4 heures par mois à la lecture, contre 2 heures sur Facebook,

Appui public à la presse

Et si on s'inspirait du modèle français ?

Même si la plupart des opportunités de relance qui s'offrent aujourd'hui à la presse écrite tunisienne dépendent avant tout des choix des éditeurs, de l'engagement des lecteurs et du soutien des annonceurs, il serait naïf d'écarter l'appui de l'État. L'aide publique à la presse n'est pas un luxe, mais une opportunité pour rééquilibrer l'économie des médias, moderniser les rédactions et préserver le pluralisme. Loin des modèles autoritaires, ce soutien doit rester transparent et respectueux des lignes éditoriales : l'objectif est d'assurer l'indépendance financière des médias, pas de contrôler leur contenu. La presse tunisienne a besoin d'un État partenaire, pas d'un État censeur.

Le modèle français en offre la preuve concrète. Le soutien de l'État à la presse remonte à 1796 avec les premiers tarifs postaux préférentiels, puis à des allègements fiscaux au XX^e siècle, notamment un taux de TVA réduit. « Les difficultés économiques croissantes de la presse quotidienne ont justifié, à partir des années 1970, la création d'aides directes gérées par le ministère de la Culture et ciblées sur les publications concourant au pluralisme des idées, c'est-à-dire celles qualifiées d'information politique et générale (IPG) », peut-on lire sur le site officiel du ministère français de la Culture, dans

la rubrique Tableaux des titres de presse aidés.

Dans un souci de transparence, le ministère publie chaque année un fichier recensant l'ensemble des titres ayant bénéficié d'aides directes ou indirectes. Ce document, disponible en libre accès, permet de mesurer concrètement l'ampleur et la diversité du soutien public accordé à la presse française.

Selon la même source, ce dispositif a été élargi progressivement à la presse locale, aux magazines, aux titres ultramarins et, plus récemment, aux médias 100 % numériques.

Le système d'aides vise d'abord à préserver la diversité des opinions et à garantir ensuite l'accès du public à une information de qualité, essentielle au débat démocratique. Il cherche également à réduire les coûts de diffusion et de transport, afin de maintenir un prix de vente accessible et de soutenir un réseau de distribution efficace sur l'ensemble du territoire. Enfin, il accompagne la transition numérique et écologique des rédactions, en favorisant l'innovation et la modernisation des pratiques journalistiques face aux nouveaux enjeux technologiques et environnementaux.

Ces aides apparaissent d'autant plus indispensables que la presse française traverse une érosion structurelle : entre 2000 et 2022, les ventes de la presse quotidienne



ont chuté de 66,5 %, les revenus publicitaires se sont effondrés de 60 %, et le nombre de points de vente a reculé de 27 %, selon la même source.

Dans ce contexte, le ministère de la Culture a versé en 2024 un total de 175,2 millions d'euros d'aides directes en faveur de 527 titres. Ce montant se répartit entre 23,4 millions pour les six dispositifs dédiés au pluralisme, 130,1 millions pour soutenir le transport et la diffusion des journaux, et 21,7 millions pour accompagner les investissements en faveur de la modernisation des rédactions.

Et ce n'est pas tout. Les points de vente de presse ont eux aussi bénéficié d'un soutien, 750 marchands recevant 3,3 M€ en 2024 pour moderniser leurs espaces et leurs outils informatiques, alors que 6.893 kiosques et maisons de presse ont fermé en dix ans.

Ces aides, strictement encadrées par des textes régle-

mentaires publiés au Journal officiel, reposent sur des critères clairs et transparents, garantissant la neutralité et l'impartialité dans leur attribution.

À cela s'ajoutent 300 millions d'euros d'aides indirectes. D'une part, la presse bénéficie d'un taux de TVA dit « super réduit » de 2,1 % dont le ministère des Finances estime la dépense fiscale afférente à 119 M€ en 2024. D'autre part, l'ensemble des publications inscrites sur les registres de la commission des publications et agences de presse (CPPAP) bénéficie de tarifs postaux privilégiés (estimés à 181 M€ par rapport au service universel postal en 2024), ajoute le ministère de la Culture.

Le ministère souligne que ces aides assurent la pérennité de la presse française et contribuent non seulement au bon fonctionnement de la démocratie, en garantissant un accès à une information pluraliste et de qualité, mais aussi à la vitalité économique du secteur des médias, au service de l'ensemble des citoyens.

Au lieu de tourner le dos à la presse écrite, instrument essentiel de la démocratie et secteur vital employant des centaines de personnes, l'État pourrait s'inspirer du modèle français en mettant en place des mécanismes de soutien à l'information de qualité, en renforçant la pluralité des voix et en revalorisant le métier de journaliste. Un éventuel appui commencerait par la révision du système des abonnements publics qui, depuis la révolution, a été réduit au strict minimum, alors que le service d'abonnement initié par Habib Bourguiba visait à diffuser la culture et l'information auprès des fonctionnaires de l'État. ■

66 heures sur Instagram et 57 heures sur TikTok. Ces chiffres soulignent l'urgence pour la presse de repenser non seulement le fond, mais aussi la forme et les supports pour capter et fidéliser le lecteur. L'étude du PAMT II sur le Lectorat tunisien 2025 l'a confirmé. Beaucoup d'interviewés dénoncent une expérience de lecture désagréable : papier trop fragile, impression terne, etc. Autant de détails qui, cumulés, finissent par détourner le lecteur, même le plus fidèle.

Dans cette optique, l'étude recommande la création de véritables passerelles entre le papier et le numérique : QR codes, vidéos, podcasts, contenus interactifs pour enrichir l'expérience du lecteur. Le papier doit devenir un support connecté, vivant. Grâce aux QR codes, à titre d'exemple, un article peut désormais renvoyer vers sa version audio, une vidéo explicative, un résumé pour les textes longs, ou encore un lien vers un débat en ligne. De son côté, la lecture numérique peut être enrichie par la traduction instantanée, les recommandations personnalisées ou l'accès à des archives thématiques.

S'agissant des abonnements numériques, ils ne doivent pas se limiter à de simples PDF comme c'est actuellement le cas pour la quasi-totalité des journaux tunisiens. Ils doivent offrir une application mobile complète, agréable à lire, intuitive et interactive, capable de créer une véritable expérience de lecture moderne et engageante.

Reconnecter avec le public : faire du lecteur un acteur

Une fois le fond et la forme renforcés, avec des journalistes mieux formés, une spécialisation affirmée et une expérience de lecture modernisée, la presse écrite aura réuni tous les ingrédients nécessaires pour reconquérir la confiance de son public et toute la légitimité de s'y adresser. En effet, après de longues années de négligence, en optant pour un monologue, à quelques exceptions près, il est grand temps pour la presse écrite de rétablir une véritable relation avec le public.

Le lecteur doit redevenir le centre de gravité du journal : se reconnaître dans le contenu, se sentir à l'aise dans la forme, mais surtout devenir un acteur engagé du processus, capable d'interagir, de réagir et de contribuer à l'évolution du média.

Cela passe par la construction de communautés autour des contenus, l'interaction constante sur les réseaux sociaux, l'organisation de débats publics ou en ligne et l'invitation des lecteurs à contribuer activement à l'élaboration des sujets.



Cette approche transforme le lecteur en acteur engagé, tout en offrant aux rédactions des retours précieux pour ajuster leur ligne éditoriale et mieux répondre aux attentes du public. Jusqu'à présent, très peu de médias ont adopté cette approche, en dépit de son efficacité pour regagner crédibilité et audience.

Un modèle économique à réinventer

Avec la confiance retrouvée et un lien solide établi avec les lecteurs, la presse écrite peut envisager des transformations structurelles et économiques. Parmi les axes prioritaires figure la mise en place de nouveaux modèles économiques. Il s'agit avant tout de rompre avec la dépendance exclusive à la publicité, en explorant des revenus diversifiés, tels que la promotion des abonnements numériques à travers des versions innovantes comme on vient de le souligner mais aussi à travers les contenus premium ou événements avec participation payante...

Même dans un contexte socioéconomique difficile, un lecteur sensibilisé et engagé devient prêt à soutenir son média, que ce soit par un abonnement ou l'accès à du contenu premium. Certes, la démarche devrait démarrer avec prudence, mais il



Le lecteur doit redevenir le centre de gravité du journal : se reconnaître dans le contenu, se sentir à l'aise dans la forme, mais surtout devenir un acteur engagé du processus, capable d'interagir, de réagir et de contribuer à l'évolution du média.

est essentiel de cultiver une véritable culture du payant. Les lecteurs doivent le comprendre : on ne peut pas vouloir le beurre et l'argent du beurre. Un travail journalistique de qualité a un prix et ne peut pas être gratuit pour l'éternité. S'ils sont exigeants sur la rigueur, la vérification et la profondeur des contenus, ils doivent également accepter de soutenir financièrement le média qui répond à ces attentes.

Les événements représentent aussi un levier majeur pour la presse écrite, en créant des interactions directes avec les lecteurs et en répondant à leurs attentes de proximité, de débat et de participation. Des médias comme Réalités, qui organise des forums depuis près de 30 ans, ou certains pure players, qui proposent régulièrement des débats et ateliers de réflexion, parviennent à attirer non seulement un public fidèle, mais aussi la confiance des entreprises et des institutions, prêtes à soutenir ces initiatives en tant que sponsors. Ces événements deviennent ainsi un moyen de répondre directement aux attentes du public, tout en générant des

revenus complémentaires et en consolidant la crédibilité du média. Ils offrent également l'occasion par excellence de promouvoir les abonnements imprimés ou numériques, renforçant ainsi l'engagement des lecteurs et la fidélité à long terme.

Toujours dans le cadre des transformations structurelles et économiques, qui imposent une logique de diversification des ressources, il est crucial pour les médias de sortir de la dépendance aux pages publicitaires classiques ou aux bannières sur les sites. Ces formats rapportent peu aux annonceurs, qui disposent déjà de plateformes influentes sur les réseaux sociaux et collaborent avec des créateurs spécialisés, une approche jugée efficace.

Les journaux jouissant d'une crédibilité irréprochable doivent dépasser le modèle publicitaire classique en proposant aux entreprises des solutions de communication personnalisées, sans jamais céder à la complaisance « pour ne pas perdre le nord ». Et ce nord, dans les médias, ce sont les lecteurs : leur confiance et leurs attentes doivent guider chacune des initiatives, y compris commerciales.

Cela peut passer par la création de contenus co-brandés de qualité, la production de dossiers thématiques, ou encore l'organisation d'événements exclusifs. Dans de nombreux cas, les entreprises ne disposent pas de ressources internes spécialisées en communication, et collaborer avec des médias crédibles et indépendants représente pour elles une alternative moins coûteuse et plus efficace, tout en offrant aux médias une source de revenus complémentaire et durable, comme l'explique Hatem Ben Youssef, expert en transition digitale (PAMT II).

Ainsi, la presse devient non seulement un espace d'information et d'analyse, mais aussi un partenaire stratégique pour les acteurs économiques et institutionnels, capable de générer des revenus tout en préservant son intégrité et sa crédibilité.

La relance de la presse tunisienne est loin d'être une promesse facile. Elle repose sur trois piliers essentiels, à savoir le fond, avec des journalistes formés, spécialisés et engagés dans un journalisme crédible, la forme, avec des supports modernisés, interactifs et attractifs, et l'organisation, incluant le management, la distribution et le modèle économique. Mais au-delà des stratégies et des réformes, le facteur décisif reste la volonté, celle des journalistes, des éditeurs et des lecteurs. Sans courage et engagement réciproque, aucun plan, aussi ambitieux soit-il, ne pourra sauver la presse écrite. ■



L'économie des médias Survivre, exister

En pleine mutation, le secteur des médias tunisiens affronte une crise profonde : effondrement des revenus publicitaires, dépendance financière, perte de confiance du public. Pourtant, entre modèles d'abonnement, innovations numériques et intégration de l'intelligence artificielle, de nouvelles pistes émergent. L'enjeu est clair : refonder l'économie des médias pour garantir leur indépendance et leur rôle démocratique.

PAR SOUHIR LAHIANI*

La crise que traverse la presse tunisienne s'inscrit dans une dynamique mondiale, et elle porte les stigmates d'une fragilité locale (journaux qui disparaissent, radios qui ferment, dépendance économique progressive). En effet, depuis la Révolution de 2011, en moins de dix ans, le nombre de journaux et magazines est passé de plus de 220 titres à moins d'une cinquantaine. Ce recul spectaculaire traduit un effondrement structurel du marché, amplifié par la domination des plateformes internationales comme Google et Facebook, qui captent la majorité des revenus publicitaires. Privés de leurs principales ressources, les médias locaux, publics comme privés, peinent à élaborer un modèle économique capable de concilier indépendance et durabilité.

Beaucoup d'entre eux dépendent du soutien d'annonceurs institutionnels ou d'investisseurs, au risque de voir leur ligne éditoriale fragilisée. Cette dépendance économique engendre un paradoxe : plus un média revendique son indépendance, plus il s'expose à la précarité. Le diagnostic est clair : aucune réforme du secteur ne sera durable sans refonte économique fondée sur la transparence, la diversification des revenus et la reconnaissance du rôle stratégique des médias dans la croissance nationale.

Un secteur tiraillé entre crise de confiance, mutation forcée et modèle économique fragile

Autrefois pilier de l'information et acteur clé de la démocratie, le secteur des médias tunisiens se trouve aujourd'hui à la croisée des chemins. Entre effondrement des revenus publicitaires, défiance du public et précarisation des rédactions, la presse lutte pour sa survie économique et symbolique.

Mais derrière cette crise silencieuse, des signes d'innovation émergent : de jeunes rédactions et médias numériques expérimentent de nouveaux modèles, combinant abonnements, intelligence artificielle et créativité éditoriale. Une certitude s'impose : sans économie solide, il ne peut y avoir de liberté éditoriale durable.

Depuis la révolution, le paysage médiatique s'est enrichi de nouveaux acteurs, mais la diversification de l'offre n'a pas entraîné celle des revenus. La publicité, principale source de financement des médias tunisiens, s'est effondrée au profit des géants du numérique, tandis que les aides publiques, distribuées sans cadre clair, entretiennent une dépendance nuisible à l'indépendance des rédactions.

Résultat : des journaux en faillite, des programmes suspendus, des radios régionales contraintes de réduire la qualité de diffusion faute de moyens, et des journalistes avec des salaires impayés.

Le secteur souffre aussi d'un manque de vision économique partagée. Les entreprises de presse, souvent peu structurées sur le plan marketing, peinent à développer de nouvelles sources de revenus, abonnements, événements, partenariats ou contenus sponsorisés, etc. La plupart fonctionnent selon des logiques de survie plus que de stratégie, dans un environnement où la régulation du financement publicitaire reste sans instance de régulation.

Face à cette impasse, quelques médias ont choisi la voie de la transformation. Par exemple, le pure player Business News a récemment adopté un modèle d'abonnement payant, un acte de résistance

autant qu'un signal fort pour la profession. Avant lui, Le pure player Ilboursa avait lancé une offre premium destinée à ses lecteurs les plus fidèles, convaincu que la viabilité du journalisme passait par la monétisation du contenu. "Il n'y aura pas de médias libres sans lecteurs responsables", rappelle son fondateur, Ismail Ben Sassi. Ces initiatives, bien que minoritaires, traduisent une mutation : la valeur de l'information ne se mesure plus au volume de clics, mais à la qualité du lien entre le média et son audience. Elles témoignent d'une volonté de bâtir un modèle fondé sur la fidélité du lecteur plutôt que sur la volatilité de la publicité (publique ou privée).

L'intelligence artificielle : menace ou levier de renouveau ?

La transformation numérique ne se limite plus à la simple présence en ligne. Certains médias tu-

“
La technologie seule ne sauvera pas la presse. Sans transparence, sans cadre juridique, institutionnel et fiscal clair et sans éducation du public à la valeur de l'information, les initiatives resteront isolées.

nisiens intègrent aujourd'hui l'intelligence artificielle à leur fonctionnement éditorial. L'Instant M, par exemple, a développé "M", un assistant conversationnel conçu pour accompagner les rédactions dans la structuration et la valorisation de leurs contenus. Son fondateur, Mahmoud El Ghoul, voit dans cet outil un prolongement du

Les médias tunisiens à la croisée des chemins

Face à la crise économique, à la désaffection du public et à la révolution numérique, les médias tunisiens se trouvent à un tournant. Trois fondateurs de médias, Mahmoud El Ghoul, Khaled Aouij et Kaïs Ben Mrad, livrent leurs analyses et leurs pistes pour conjuguer survie et mutation dans un secteur en pleine recomposition.

Pour Mahmoud El Ghoul, journaliste et cofondateur du média culturel digital L'Instant M, le défi majeur est celui de l'adaptation : « Nos rédactions ont souvent



Mahmoud El Ghoul

continué à fonctionner selon des logiques de diffusion unilatérale, alors que le monde est passé au dialogue. » Il rappelle que les médias indépendants évoluent dans un environnement sans modèle économique stable, marqué par la fragilité du marché de l'emploi et la difficulté à fidéliser les talents. Sa réponse a été d'in-

nover : diversifier les revenus, renforcer les compétences numériques et repenser la relation au public à travers de nouveaux outils comme le chatbot "M", interface conversationnelle et éthique fondée sur l'intelligence artificielle. Pour lui, « l'IA ne doit pas remplacer l'humain, mais amplifier sa portée ».

Khaled Aouij, fondateur du média TUNISIE.Co, décrit une presse en perte de repères :

« Les audiences ont migré vers les réseaux sociaux, les annonceurs vers la performance, et les rédactions n'ont pas suivi la cadence. » Il appelle à « repenser le média comme un produit vivant », recentré sur la valeur perçue par le lecteur. Informer ne suffit plus : il faut inspirer, créer de l'impact et replacer le sens au cœur du contenu. L'intelligence artificielle, selon lui, peut être un levier de créativité et d'efficacité, à condition d'être utilisée



Khaled Aouij

travail journalistique, pas un substitut : "L'IA peut soulager les rédactions des tâches répétitives pour qu'elles se recentrent sur leur mission première : enquêter, vérifier, expliquer." De son côté, Millim.tn expérimente un journalisme interactif où le lecteur dialogue directement avec les articles. Ces innovations montrent que la technologie, utilisée de manière éthique et humaine, peut devenir un levier économique autant qu'un moteur éditorial.

Vers une réforme économique du secteur

L'économie des médias tunisiens ne pourra se redresser sans réformes structurelles. Trois leviers apparaissent essentiels. Tout d'abord, il faut diversifier les sources de financement : encourager les modèles d'abonnements, le financement participatif et les partenariats public-privé pour limiter la dépendance publicitaire. Deuxièmement, encadrer

pour libérer du temps et renforcer la dimension humaine du journalisme.

Kaïs Ben Mrad, directeur de PressCom Édition (éditrice de « Espace Manager », Al Hasri et Zeyna), souligne la gravité de la crise économique qui fragilise tout le secteur :

« L'absence d'un modèle rentable et viable, la baisse des revenus publicitaires et la hausse des coûts menacent la pérennité de nombreux médias. »

Ben Mrad plaide pour la diversification des activités — production de contenus, événements, mécénat — et pour un soutien public et privé transparent afin d'encourager le journalisme de qualité. S'il voit lui aussi dans l'intelligence artificielle une aide précieuse pour automatiser certaines tâches, il insiste : « L'IA ne doit pas remplacer le journaliste, mais l'assister. »

Entre crise et renouveau, ces trois voix dessinent les contours d'un même horizon : une presse tunisienne appelée à se réinventer, entre éthique, innovation et engagement.

Nadia Ayadi



Kaïs Ben Mrad

la distribution des aides publiques : instaurer des mécanismes transparents et équitables de soutien à la presse indépendante. Et enfin, accélérer la transition numérique en investissant dans la formation, l'innovation et la modernisation technologique afin de rendre les médias plus compétitifs face aux plateformes mondiales. Des mesures fiscales incitatives, comme des réductions d'impôts pour les entreprises investissant dans la presse ou la création de fonds d'appui à l'innovation éditoriale, pourraient également renforcer la résilience du secteur.

Vers une économie de la confiance

La technologie seule ne sauvera pas la presse. Sans transparence, sans cadre juridique, institutionnel et fiscal clair et sans éducation du public à la valeur de l'information, les initiatives resteront isolées.

L'économie des médias n'est pas qu'une affaire de rentabilité : c'est un enjeu politique et démocratique. Soutenir un média indépendant, c'est investir dans un bien commun, dans la qualité du débat public et la vitalité du pluralisme.

Les solutions existent : diversification des revenus, consolidation du numérique et surtout, reconnaissance du rôle des médias dans l'économie du savoir. Comme l'ont démontré « Le Monde » ou le « New York Times », la durabilité ne dépend plus de la taille, mais de la capacité à innover sans renier l'éthique journalistique.

En Tunisie, cette mutation est possible, à condition de ne plus considérer le média comme un simple produit d'information, mais comme un investissement collectif dans l'intelligence du pays. Car au fond, la question n'est plus de savoir si la presse peut survivre, mais si nous sommes prêts, en tant que société, à la laisser mourir.

*Maître-assistante, IPSI, Manouba

Références

<https://businessnews.com.tn/2025/10/16/business-news-change-pour-mieux-vous-informer/1367683/>
Souhir Lahiani, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication : « Economie des médias en ligne en Tunisie : Etude de cas des « pure players » d'information », 2021.
النظام الإعلامي التونسي : تحول رقمي أخرج، هشاشة مالية، وفقدان ثقة الجمهور
لكتاب الجماعي « أي إعلام نريد ؟ رؤى متقاطعة لإصلاح النظام الإعلامي التونسي », جويلية 2025، دار الكتاب - تونس وموقع الكتبية التونسي