

Grand-Duché de Luxembourg

A PROPOS



CAPITALE:
LUXEMBOURG

PAYS VOISINS:
ALLEMAGNE
BELGIQUE
FRANCE

SUPERFICIE:
2 586 KM²

POPULATION:
524 900 HABITANTS,
DONT 229 900 ÉTRANGERS

RÉGIME:
MONARCHIE
CONSTITUTIONNELLE

A PROPOS



des médias

Un pays à la frontière entre les mondes latin et germanique ; un marché exigu de 500 000 habitants ; une population polyglotte composée de plus de 40 % d'étrangers issus d'une immigration plus ou moins récente ; une économie ouverte accueillant chaque jour ouvrable plus de 155 000 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'audiovisuel, 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.

CAPITALE:
LUXEMBOURG

PAYS VOISINS:
ALLEMAGNE
BELGIQUE
FRANCE

SUPERFICIE:
2 586 KM²

POPULATION:
524 900 HABITANTS,
DONT 229 900 ÉTRANGERS

RÉGIME:
MONARCHIE
CONSTITUTIONNELLE



© SIP/Nicolas Bouvy

Les médias

Les Luxembourgeois sont de véritables papivores. Plus de deux tiers lisent un ou plusieurs journaux et 57 % en lisent chaque jour. Pour les magazines, les chiffres sont comparables. Plus de 71 % en lisent et 52 % se consacrent chaque semaine à la lecture de la presse magazine. Il est vrai que l'offre est importante. La principale messagerie de presse, la société Valora Luxembourg SARL, diffuse ainsi 6000 journaux, magazines et publications en tous genres provenant de 23 pays. Plus de 120 quotidiens sont lus au Grand-Duché. Là où la presse traditionnelle perd des lecteurs, Internet prend la relève : la presse numérique attire 30 % des 25 à 34 ans.

La consommation des médias audiovisuels est tout aussi considérable. La télévision est en moyenne regardée plus de deux heures trente par jour. 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, grâce au numérique, plus de 80 chaînes de télévision. S'y ajoute l'option d'élargir son choix à 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 cinq quotidiens nationaux payants, publiés le matin et vendus surtout par abonnement. S'y ajoute depuis quelques années un quotidien gratuit.

La différenciation entre les titres payants 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 journal économique et financier ni de quotidien populaire ou à sensation. Un des quotidiens payants se distingue toutefois par son choix linguistique – il est exclusivement francophone.

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, la « une » était ainsi systématiquement réservée 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.



© SIP/Charles Caratini

La concurrence sur le marché s'avère moins féroce que le nombre de publications le laisse soupçonner. Le quotidien catholique *Luxemburger Wort*, fondé en 1848 et donc un des plus anciens journaux d'Europe, domine ainsi le marché avec une distribution quotidienne de quelque 69 000 exemplaires en 2011 et une pénétration de 43,2%. 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 quelque 18 000 journaux et une pénétration de 13,3%, 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 *Lëtzebuurger Journal*, fondé en 1948, atteint une pénétration de 2,4%.

Le plus petit des quotidiens luxembourgeois, le journal communiste *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek*, paraît depuis 1946 et touche aujourd'hui 0,7% de la population.

Si les trois premiers journaux sont distribués tous les jours sauf le dimanche, le dernier cité ne paraît 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.

Quotidiens francophones et presse gratuite

Le début du troisième millénaire, à un moment où on disait la presse écrite en retrait face à Internet, a en fait été marqué par le lancement d'un nombre inédit de nouveaux quotidiens. Au cours de l'automne 2001, deux quotidiens francophones sont ainsi nés, en concurrence directe, en

l'espace de trois semaines. Un seul subsiste toutefois en 2012. L'année 2007 a ensuite vu la naissance d'une presse quotidienne gratuite avec d'abord deux, puis trois gratuits distribués tous les matins.

Le journal francophone payant *Le Quotidien* a succédé en 2001, 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, a été supprimée en 2002. Distribué à 7 000 exemplaires, *Le Quotidien* était lu en 2011 par 6,2% de la population. Son concurrent direct, *La Voix du Luxembourg*, a cessé de paraître en automne 2011, dix ans après son lancement.

Les éditeurs luxembourgeois ont longtemps peiné à percer le marché des résidents étrangers au Luxembourg, sans parler de celui des plus de 155 000 frontaliers. Les nouveaux quotidiens payants francophones n'ont finalement guère fait évoluer la situation. Leur lectorat s'est ainsi avéré être composé de profils similaires à celui des quotidiens à dominante germanophone. De larges pans du marché sont restés impénétrables aux produits de presse traditionnels.

Ce qui a finalement permis de changer la donne sont les quotidiens gratuits. En octobre 2007 paraissait le premier numéro de *L'Essentiel*, journal francophone édité par une co-entreprise de l'éditeur luxembourgeois Editpress et Tamedia, depuis 1999 l'éditeur du gratuit suisse *20 Minuten*. Fin novembre 2007, un second gratuit vit le jour avec *Point 24*. L'édition francophone fut complétée en 2009 par une édition germanophone et en 2011 par une édition lusophone. Les trois éditions du *Point 24* cessèrent de paraître fin 2012.



© SIP/Nicolas Bouvy



© SIP/Nicolas Bouvy

En 2011, *L'Essentiel* était tiré à 100 000 exemplaires quotidiens et atteignait 30% de la population résidente, auxquels il faut ajouter les frontaliers attirés par le journal gratuit. Recourant davantage que les journaux traditionnels aux techniques de la presse populaire, *L'Essentiel* est donc indéniablement un succès.

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 3,4%), 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.

L'hebdomadaire *Woxx* (pénétration de 1,1%), 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 *De Feierkrop*, lancé en 1993 après avoir paru depuis 1984 en tant que supplément hebdomadaire du *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek*, arrive avec son ton irrévérencieux à un taux de pénétration de 8,5%.

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. Il touche 7% de la population.

Le premier journal destiné à la large communauté portugaise, *Contacto*, paraît depuis 1970. L'ancien mensuel devenu hebdomadaire affiche une pénétration de 11,9%. Le journal est concurrencé depuis 1999 par le bi-mensuel *Correio*, qui touche 2,5% de la population.

Le Luxembourg a longtemps disposé d'un hebdomadaire en langue anglaise s'adressant à un public anglophone résident. Né en 1981, *Luxembourg News Digest* avait laissé en 2003 la place à un magazine intitulé *352*, l'indicatif téléphonique du Luxembourg, publié jusqu'en juin 2011. Depuis, l'information anglophone a migré vers le mensuel *Delano*.

Fondé en 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 33 000 exemplaires distribués de *Télécran* étant lus par 28,5% de la population, les près de 19 000 exemplaires de *Revue* par 20,6%.

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. Outre les publications commerciales, on y trouve des périodiques d'organisations et d'associations qui peuvent atteindre des tirages très importants. Parmi les mensuels couvrant des sujets politiques et culturels, on peut relever le magazine *Forum*, issu en 1976 de milieux chrétiens progressistes et se définissant aujourd'hui comme « revue d'auteurs ». Le mensuel économique et financier *Paperjam* est publié depuis l'an 2000 par l'éditeur Maison moderne. Distribué principalement par mailing direct, le magazine atteint une pénétration de 8,9% de la population.

LE MULTILINGUISME DANS LES MÉDIAS

La situation linguistique au Luxembourg se caractérise par la reconnaissance légale et la pratique de trois langues – luxembourgeois, français et allemand –, en plus des autres langues parlées par une population multiculturelle. À la différence toutefois de pays comme la Belgique ou la Suisse, l'utilisation de ces trois langues ne varie pas d'une région du pays à l'autre. La population est en fait largement polyglotte.

Cette particularité se reflète également dans la presse luxembourgeoise. Dans la presse écrite, excepté pour les 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 dix chaînes de télévision publiques, puisqu'ils captent celles des trois pays voisins. Aujourd'hui, cette offre dépasse les 80 chaînes. 16% de la population regardent ainsi tous les jours la chaîne française TF1. Les chaînes allemandes restent cependant dans l'ensemble les plus populaires avec ARD (15%), RTL Television (14,8%) et Pro 7 (13,2%). Les chaînes belges sont moins regardées, avec 3,1% pour RTL-TVI et 2,6% pour La Une (RTBF).



© SIP/Charles Caratini

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, lorsqu'une loi a permis la libéralisation des ondes.

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 43%.

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 redistribua 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 4,8% de la population.

Eldorado, DNR, Radio Ara et Radio Latina sont officiellement des radios à réseau d'émission, 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 (taux d'audience de 19,8%), mais aussi DNR (taux d'audience de 9,6%) s'adressent à un public plus jeune que ne le fait RTL. Radio Ara se définit comme « radio libre et alternative » et compte dans sa programmation des émissions dans un nombre important de langues différentes. La radio n'affiche pas, à la différence des autres, de réelles ambitions commerciales. Ses programmes, réalisés souvent en collaboration avec les milieux associatifs, atteignent 1,8% de la population. Radio Latina s'adresse avec ses programmes majoritairement en portugais surtout aux communautés d'origine latine résidant au Luxembourg. Elle atteint 4,4% de la population.

La loi de 1991 a également permis l'établissement de radios locales non commerciales.



© RTL

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 20 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 d'information « 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.

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 sous-titré en allemand ou en français. L'information en langue française est complétée par le format « 5 minutes », présentant un condensé du journal télévisé. Le programme comporte par ailleurs des magazines composés de reportages d'information et de divertissement, de même que des émissions de débat. La chaîne ne diffuse que de manière exceptionnelle de la fiction, mais transmet régulièrement des directs de compétitions sportives nationales et internationales. Le programme atteint tous les jours quelque 28,6% de la population. Un deuxième canal, baptisé Den 2ten RTL, regardé par 2,9% de la population, se contente largement 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 et atteint 5,2% de la population.

Uelzechtkanal est un programme réalisé par des élèves du Lycée de garçons d'Esch-sur-Alzette. L'émission mensuelle d'une heure est diffusée par les réseaux câblés depuis 1996 et atteint une audience hebdomadaire de 3,2% de la population.

Dok, den oppene Kanal, regardé par 0,5% de la population, 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 une chaîne créée à cet effet. Ces retransmissions, comprenant une traduction en langage des signes, sont complétées par une émission hebdomadaire reprenant les faits saillants de l'actualité parlementaire de la semaine. La pénétration de Chamber TV est de 3,7%.



© RTL

Les principaux groupes de médias

La diversité de l'offre médiatique au Luxembourg risque de cacher que la réalité économique est 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 dans la capitale, Luxembourg, est ainsi l'éditeur du principal quotidien *Luxemburger Wort* – il l'était aussi de *La Voix* et du *Point 24* – et de plusieurs hebdomadaires à succès (*Télécran* et *Contacto*). Le groupe est de même l'opérateur principal des stations de radio DNR et Radio Latina.

Editpress Luxembourg, sise à Esch-sur-Alzette, en est presque le jumeau, avec l'édition de deux quotidiens, *Tageblatt* et *Le Quotidien* (en joint venture avec *Le Républicain lorrain*), du gratuit *L'Essentiel* (en joint venture avec Tamedia), de l'hebdomadaire *Le Jeudi*, du magazine *Revue* (détenu à 80%), du bimensuel lusophone *Correio* et de l'hebdomadaire gratuit *Lux-Post* (pénétration de 22%, édité en joint venture avec le groupe belge Rossel). Le groupe détient par ailleurs une participation dans Eldorado. En automne 2011, l'éditeur du *Lëtzebuurger Journal* a en plus apporté les activités commerciales, dont la régie publicitaire, du quotidien libéral à Editpress, prenant ainsi 8 % du capital du groupe.

La rivalité 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 généralement considéré comme étant d'obédience socialiste et proche du deuxième parti du pays (LSAP).

Sur le plan commercial, la force de frappe de Saint-Paul Luxembourg reste supérieure, avec le contrôle tant du premier quotidien payant que du premier hebdomadaire payant du pays. Editpress bénéficie cependant ces dernières années de l'indéniable succès de *L'Essentiel*.

RTL Group, le troisième acteur de taille avec un chiffre d'affaires annuel de plus de 5 milliards d'euros, joue indéniablement en première division. Fondé par des capitaux français, longtemps contrôlé par des investisseurs belges et canadiens, RTL Group est aujourd'hui détenu à plus de 90 % par Bertelsmann, le géant des médias allemand. 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.

—

LES MÉDIAS EN LIGNE

L'avènement d'Internet a bousculé les habitudes de s'informer. Notamment la gratuité d'une vaste offre d'informations a remis en cause les modèles d'affaires de nombre de médias traditionnels, tout en offrant des opportunités à d'autres. Le Luxembourg n'échappe pas à cette évolution.

Les médias luxembourgeois se sont en grande partie dotés d'un site Internet à partir de la fin des années 1990. Certains se sont contentés d'informer sur le contenu de leur dernière édition. D'autres, à l'exemple du site de RTL (www.rtl.lu) ou de *L'Essentiel* (www.lessentiel.lu), reprennent presque l'intégralité de leur contenu traditionnel aussi sur Internet. Encore d'autres, tels que le magazine économique mensuel *Paperjam* (www.paperjam.lu), utilisent leurs sites web et des listes de diffusion de courriels pour rivaliser avec des médias à un rythme de diffusion quotidien. Internet a ainsi mis en concurrence presque l'ensemble des médias qui auparavant se concentraient encore sur des marchés spécifiques. Le web est notamment le lieu de confrontation direct entre les produits de presse et les médias audiovisuels.

Les principaux sites d'information continue sont www.rtl.lu, www.wort.lu et www.lessentiel.lu. Ils visent tous les trois une mise à jour continue tout au long de la journée. Sur www.rtl.lu, on trouve ainsi la transcription en luxembourgeois de l'ensemble des informations nationales et internationales diffusées dans les journaux parlés de RTL Radio Lëtzebuerg et RTL Télé Lëtzebuerg. La version condensée de l'actualité en langue française est accessible via le site de RTL. L'offre est complétée par l'accès en direct ou en différé aux émissions. Un service de *streaming* est d'ailleurs offert par l'ensemble des stations de radio.

Le site www.wort.lu est décliné en trois versions : une allemande, une française et une anglaise. Le contenu provient d'une rédaction à part entière ainsi que de la version imprimée du *Luxemburger Wort*. S'y ajoutent des vidéos d'actualité spécifiquement produites pour le site.

Le site www.lessentiel.lu reprend l'ensemble du contenu de la version imprimée du quotidien *L'Essentiel* et ce, au fur et à mesure que les articles sont rédigés. S'agissant d'un journal gratuit, le site profite de l'absence de risque de cannibalisation qu'encourt un journal payant.

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), du mensuel économique *Paperjam* (www.paperjam.lu, archives complètes) et du mensuel d'information politique *Forum* (www.forum.lu, archives complètes).

Les principaux journaux luxembourgeois sont aussi accessibles sous forme de « journaux électroniques ». Le *Luxemburger Wort*, le *Tageblatt*, le *Quotidien* et le *Jeudi* peuvent être téléchargés, contre paiement, sur les sites respectifs. La version électronique de *L'Essentiel* est logiquement gratuite. Des applications spécifiques existent aussi pour les outils de communications mobiles, des téléphones portables aux tablettes informatiques.

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 la presse. Quatre journaux seront fondés la même année, dont le *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 la 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 modifiée 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.



© Bizart

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 du gouvernement. 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 du Luxembourg.

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 7 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 au luxembourgeois, au français et à 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.

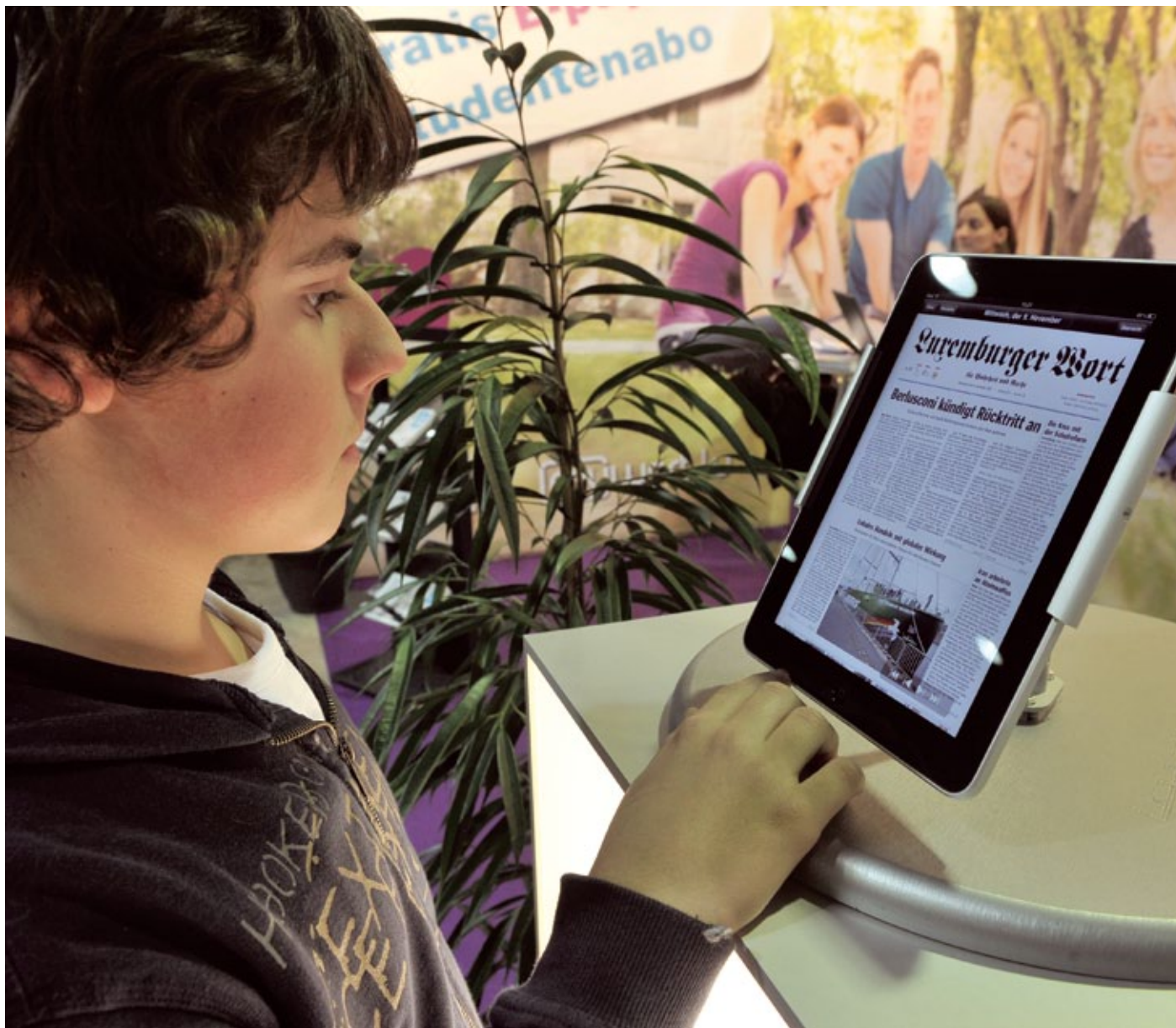
La distribution de l'aide à la presse est gérée par une commission instituée par la loi sur la promotion de la presse écrite. Dix publications en bénéficient : les cinq quotidiens payants, trois journaux et deux magazines hebdomadaires. La presse bénéficie par ailleurs d'un taux de TVA et de tarifs postaux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

Avec l'abandon de *La Voix du Luxembourg* en 2011 disparaissait pour la première fois depuis son instauration en 1976 un journal ayant bénéficié de l'aide à la presse.

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 par le paysage radiophonique. Le monopole de fait de RTL sur les ondes luxembourgeoises était aboli après plus de 60 ans, de nouvelles stations de



© SIP/Nicolas Bouy



© RTL

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, un des principaux opérateurs de satellites au monde avec notamment la marque Astra, 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 revient 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.

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. *Zeitung vom Lëtzebuenger Vollek* est même la propriété du parti communiste KPL. Le côté partisan dans le contenu est certes en recul continu, mais n'en reste pas moins toujours incontestable. Cette proximité à un parti s'avère toutefois souvent incompatible avec des objectifs plus commerciaux. Au lancement de sa nouvelle formule en 2012, le quotidien libéral *Lëtzebuenger Journal* a ainsi explicitement annoncé sa volonté de se distancer de son image partisane. À noter par ailleurs que le Luxembourg ne connaît 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 est cependant plus graduelle. Il reste que, confrontés aux changements d'habitudes, à Internet et aux journaux gratuits, la plupart des journaux et magazines payants perdent année après année une partie de leurs lecteurs. Face à la concurrence des pays voisins, les journaux locaux se défendent par contre a priori bien. 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.

Principaux titres de presse

	ANNÉE DE CRÉATION	LANGUES DOMINANTES	SITE INTERNET
QUOTIDIENS PAYANTS			
– Luxemburger Wort	1848	Allemand, français*	www.wort.lu
– Tageblatt	1913	Allemand, français*	www.tageblatt.lu
– Le Quotidien	2001	Français	www.lequotidien.lu
– Lëtzebuenger Journal	1948	Allemand, français*	www.journal.lu
– Zeitung vum Lëtzebuenger Vollek	1946	Allemand*	www.zlv.lu
QUOTIDIEN GRATUIT			
– L'Essentiel	2007	Français	www.lessentiel.lu
HEBDOMADAIRES PAYANTS			
– Télécran	1978	Allemand	www.telecran.lu
– Revue	1945	Allemand	www.revue.lu
– Contacto	1970	Portugais	www.jornal-contacto.lu
– De Feierkrop	1993	Allemand, français*	www.feierkrop.lu
– Le Jeudi	1997	Français	www.lejeudi.lu
– D'Lëtzebuenger Land	1954	Allemand, français*	www.land.lu
– Woxx	1988	Allemand, français*	www.woxx.lu
HEBDOMADAIRE GRATUIT			
– Lux-Post	1968	Allemand, français	www.lux-post.lu
BIMENSUEL			
– Correio	1999	Portugais	www.correio.lu
MENSUELS			
– Paperjam	2000	Français*	www.paperjam.lu
– Delano	2011	Anglais	www.delano.lu
– Forum	1976	Allemand, français*	www.forum.lu

* La majorité des articles sont rédigés dans la langue indiquée, mais certains peuvent paraître dans une langue différente au sein d'un même numéro.

Principaux acteurs de l'audiovisuel

	ANNÉE DE CRÉATION	LANGUES DOMINANTES	SITE INTERNET
RADIO			
– RTL Radio Lëtzebuerg	1959	Luxembourgeois	www.rtl.lu
– Eldoradio	1992	Luxembourgeois	www.eldo.lu
– DNR	1992	Luxembourgeois	www.dnr.lu
– Radio 100,7	1993	Luxembourgeois	www.100komma7.lu
– Radio Latina	1992	Portugais*	www.radiolatina.lu
– Radio Ara	1992	Anglais*	www.radioara.lu
TÉLÉVISION			
– RTL Télé Lëtzebuerg	1955	Luxembourgeois	www.rtl.lu
– Den 2ten RTL	2004	Luxembourgeois	www.rtl.lu
– Nordlicht TV	1997	Luxembourgeois	www.nordlicht.lu
– Uelzechtkanal	1996	Luxembourgeois	www.uelzechtkanal.lu
– Dok	2004	Luxembourgeois	www.dok.lu
– Chamber TV	2001	Luxembourgeois	www.chd.lu

* La majorité des émissions sont diffusées dans la langue indiquée, mais certaines peuvent également l'être dans d'autres langues.

Bibliographie et sources

- Centre d'information sur les médias, Authentification des tirages et diffusions de la presse, chiffres 2011, 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, juin 2002.
- *D'Lëtzebuenger Land*, dossier « Médias » sur www.land.lu
- *Étude TNS ILRES Plurimedia Luxembourg 2010/2011*, Luxembourg, juillet 2011.
- 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.
- « La presse quotidienne gratuite au Luxembourg. Vers un renouveau générationnel et populaire de la presse ? », *Les Cahiers du CEPS/Instead*, n° 2012-01, CEPS/Instead, Luxembourg, mars 2012.
- « Les pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg », *Les Cahiers du CEPS/Instead*, n° 2011-16, CEPS/Instead, Luxembourg, décembre 2011.
- 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.
- Statec, le portail des statistiques du Grand-Duché de Luxembourg : www.statistiques.public.lu

Éditeur

Service information et presse
du gouvernement luxembourgeois,
Département édition

Layout

lola

Impression

Imprimerie exe

ISBN 978-2-87999-227-3

Janvier 2013



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

33, bd Roosevelt
L-2450 Luxembourg
Tél. : (+352) 247-82181
Fax : (+352) 47 02 85
edition@sip.etat.lu
www.gouvernement.lu
www.luxembourg.lu