

# Les cahiers

du ministère de la Culture



## Presse culturelle et culture dans la presse



**Presse**    
**culturelle et**   
**culture dans**   
**la presse** 



## Préface

p.06 Sam Tanson, ministre de la Culture

## Introduction

p.10 Quelques chiffres

### 01 La presse écrite

p.14 Quotidiens

p.24 Hebdomadaires

p.34 Périodiques

### 02 Les revues culturelles

p.50

### 03 Les revues culturelles de la Grande Région

p.62

### 04 Le paysage audiovisuel

p.68 La télévision

p.70 Les radios

### 05 Les pure players web

p.78

### 06 Les supports de communication institutionnels

p.86

### 07 Les nouveaux médias spécialisés en culture

p.88

### 08 Les associations de critiques

p.94

### 09 Les suggestions des répondant/es

p.98

### 10 Le workshop « Presse culturelle et culture dans la presse »

p.100

### Annexes

p.112

# Préface

Je suis, je le concède, une grande *news junkie* – consommatrice avide de médias de tout type, de la presse écrite classique jusqu’aux nouveaux médias, dont je fais quotidiennement le tour sur papier ou via mes lecteurs numériques. La presse nous montre et explique le monde, reflète et questionne nos actions. Cela est vrai en politique, en économie ou sur les questions de société ; cela est vrai aussi en culture. Alors que les réseaux ont accéléré et amplifié la simultanéité du monde, que nous sommes constamment agités par le *Fomo* (*fear of missing out*), la crainte de rater l’événement qu’il ne fallait justement pas rater, les journalistes culturel/les et les critiques nous aident à nous orienter dans une offre culturelle désormais pléthorique. Ils et elles portent aussi un regard avisé et donnent un retour d’expert aux créateurs et créatrices, mettent en perspective et contextualisent. En tant que lectrice, j’apprécie autant ce rôle de gardien/nes (*gatekeepers* en anglais) qu’il m’importe, en tant que ministre, de m’adresser au public via les médias pour expliquer ma politique culturelle.

Mais en temps de polycrises, les médias en général et la presse culturelle en particulier traversent eux aussi une grave crise actuellement : alors que la révolution numérique transforme profondément le paysage médiatique, la désertion du public et des annonceurs font fondre les rédactions culturelles un peu partout en Europe. Les colloques, conférences et publications sur les questionnements existentiels se multiplient chez nous comme dans nos pays voisins. Il me semblait donc pertinent de faire le point sur la situation actuelle. Ce *Cahier du ministère de la Culture* se fait l’écho des débats qui traversent le métier, ainsi que des différentes attentes vis-à-vis de la presse culturelle et de la culture dans la presse classique : quelle place pour l’expertise et la critique fondée sur des outils objectifs ? Quelle place pour le journalisme à l’ère des algorithmes et de l’intelligence artificielle, des influenceurs, des *followers* et des mentions « j’aime » ? Cette publication dresse un état des lieux basé sur le croisement de nombreuses sources et permettra à chacun/e d’en tirer ses propres conclusions.

Sam Tanson,  
Ministre de la Culture

## Introduction

# Contribuer au débat

<sup>1</sup> \_ Chapitre 3 de la loi : Maintien du pluralisme; article 3 (2)  
« Pour bénéficier de l'aide prévue à l'article 4, la publication de presse d'un éditeur éligible doit (...) 1° diffuser une information générale [et] produire du contenu relevant au moins des domaines politique, économique, social et culturel sur le plan national et international ».

## Presse culturelle et culture dans la presse

En mars 2023, le chorégraphe et directeur du Staatsballet de Hanovre attendit la critique de la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* à la sortie de la première de sa nouvelle chorégraphie et l'astiqua des excréments de son teckel. Immédiatement suspendu par l'institution – qu'il quittera par la suite – il justifia son acte en expliquant que les critiques négatives de la journaliste l'avaient poussé à bout.

Des anecdotes similaires, de nombreux/ses critiques luxembourgeois/es en connaissent personnellement par dizaines : joutes verbales, *shitstorms* sur les réseaux sociaux et parfois même agressions physiques pour une critique ressentie comme trop virulente font partie des risques d'un métier en voie de disparition – celui de journaliste culturel.

« Je me sens un peu comme une abeille dont on craint l'extinction », avait lancé le rédacteur culturel du *Tageblatt* Jeff Schinker lors d'un *workshop* sur le sujet organisé en juillet 2022 par le ministère de la Culture (voir chapitre 9). Il est vrai que les colloques, conférences et débats sur le sujet de la disparition de la presse culturelle sont légion, au Luxembourg comme dans nos pays voisins. En même temps, le monde culturel se plaint constamment de la disparition du regard critique autant que d'un accompagnement bienveillant de ses productions.

Les médias sont en pleine révolution, chavirés par l'avènement non seulement d'internet ou des réseaux sociaux, mais aussi par l'effondrement des marchés publicitaires qui va de pair avec celui du public, désertant les médias classiques et se fragmentant entre plateformes. Les adaptations du paysage médiatique luxembourgeois sont à l'image de ces évolutions, ce dont fait état cette étude.

Pour l'établir, nous avons compilé de nombreuses sources : relevé empirique de ce que fait la presse au quotidien ; envoi d'un questionnaire sur leurs conditions de travail et leur ligne rédactionnelle en matière de culture aux principaux médias ; rapports annuels, législation, entretiens personnels... La période de recherche et de rédaction va de mars 2021 à fin mars 2023, deux ans durant lesquels ce paysage a constamment évolué (changements de rédactions en chef/fe, de mise en page ou de format, de propriétaires, de prix de vente/d'abonnement ou de cadre légal). L'ambition de ce document est de décrire aussi extensivement que possible à ce stade un segment de la presse peu étudié, à la croisée des mondes médiatique et culturel. Un segment des médias qui est pourtant expressément inscrit dans la loi du 30 juillet 2021 relative à un régime d'aides en faveur du journalisme professionnel<sup>1</sup>.

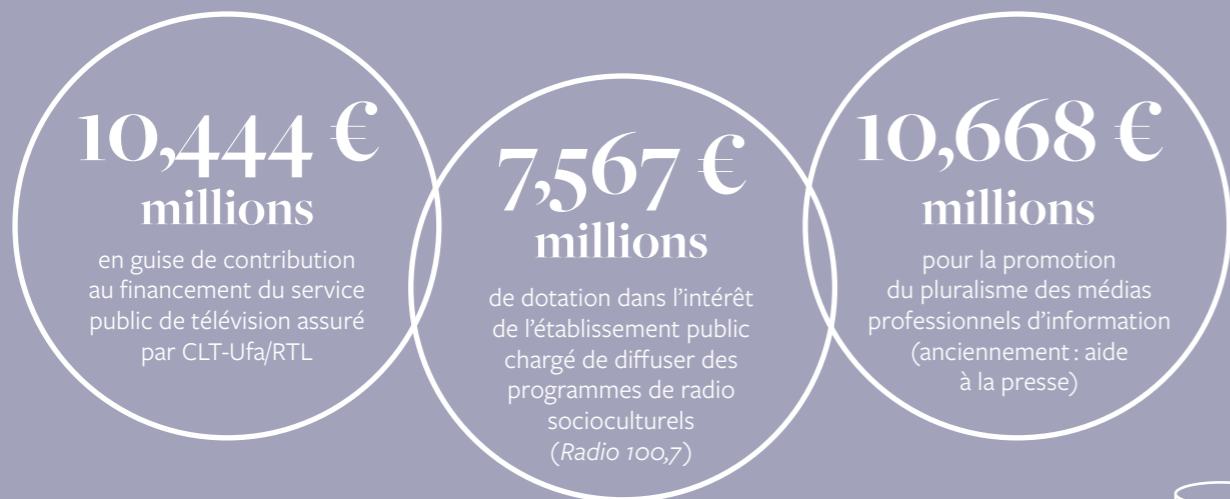
En 2023, l'État luxembourgeois a prévu d'investir



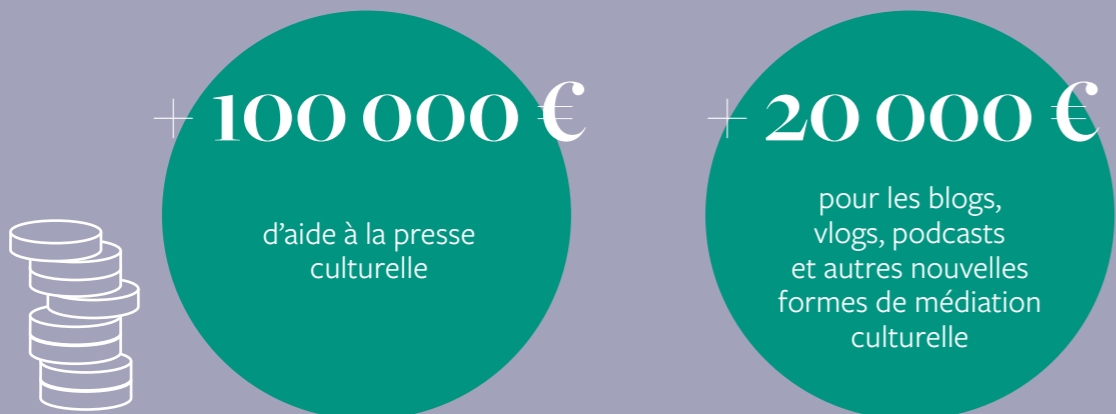
**28,679 € millions**



en aides directes au pluralisme des médias via le budget du ministère d'État, à savoir:



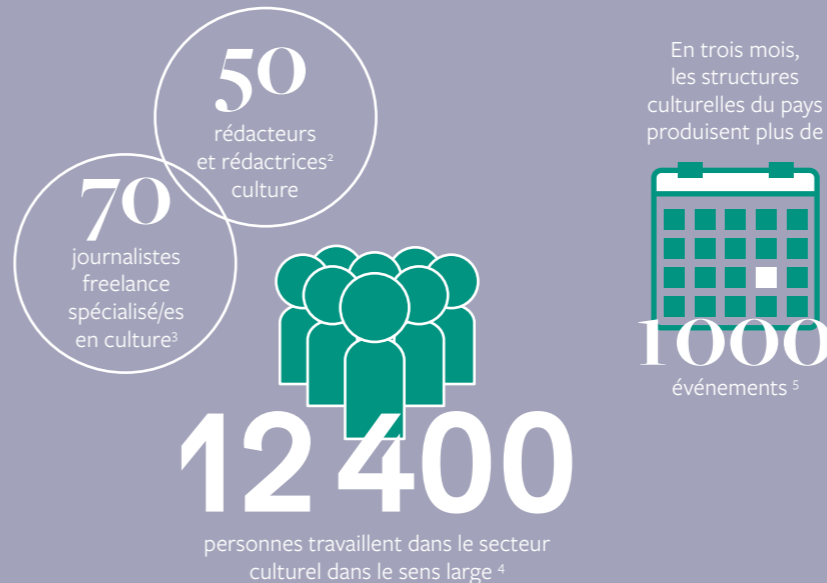
À cela s'ajoutent, de la part du ministère de la Culture:



Ce relevé basé sur le recollement de nombreuses sources de données liste:



Dans ces médias travaillent quelque



2 \_ En journalisme, on appelle rédacteur/trice une personne qui travaille dans la rédaction et a, au-delà de son métier de journaliste, aussi des charges de coordination et de hiérarchisation d'informations et de contenus provenant de sources externes.

3 \_ Un/e journaliste freelance ou « pigiste » travaille de manière indépendante et est payé/e « à la pige », donc selon un tarif par nombre de signes ou de minutes livrés.

4 \_ Source: Philippe Robin : « L'emploi dans le secteur culturel », in: *État des lieux - Musiques amplifiées*, ministère de la Culture, 2022.

5 \_ Chiffre relevé durant les trois mois du premier confinement pour cause de Covid-19 en mars, avril et mai 2020 ; source: MC



# La presse écrite

6 \_ Dans son livre *Les journaux au Luxembourg - 1704-2004*, Service information et presse, Luxembourg, décembre 2004.

7 \_ Datant de 1976.

8 \_ 30 000 € par journaliste en 2021, au moment de l'entrée en vigueur de la loi, plus une part fixe de 200 000 €/an.

9 \_ Les sommes de l'aide à la presse sont indexées.

Depuis les débuts de la presse au Luxembourg, qu'il établit à 1704, avec une première publication régulière que fut le périodique *La clef du cabinet des princes de l'Europe*, destiné à l'export notamment vers la France, le journaliste Romain Hilgert<sup>6</sup> dénombra plus de 400 publications différentes qui ont vu le jour en 300 ans au Grand-Duché. Or, après l'essor économique du pays et le lancement de nouveaux journaux à la fin du XX<sup>e</sup> siècle – *Gréngespoun*, 1988, devenu *Woxx* en 2000 ; *Den neie Feierkrop*, 1993 ; *Le Jeudi*, 1997 ; *Correio*, 1999 ; *Le Quotidien*, 2001 ; *La Voix du Luxembourg*, 2001 – le début du XXI<sup>e</sup> siècle fut marqué par la disparition de nombreux journaux. Des six nouveaux titres énumérés ci-dessus, quatre ont arrêté de paraître et le traditionnel *Lëtzebuurger Journal* a abandonné sa version papier fin 2020 pour basculer entièrement sur une seule version numérique. Seule la création de *L'Essentiel* en 2007 fut couronnée de succès ; son concurrent direct, *Point 24*, lancé en parallèle, a cessé de paraître en 2012.

La réforme, en 2021, du système d'attribution d'aides à la presse écrite généraliste<sup>7</sup>, tente d'enrayer la disparition de médias et a adapté le cadre légal aux nouvelles publications, notamment les nouveaux médias en ligne. Désormais, le montant de l'aide n'est plus calculé par page imprimée, mais par rapport au nombre de journalistes en CDI<sup>8</sup>. En outre, dans l'ambition de promouvoir le pluralisme du paysage médiatique, la loi attribue désormais une aide aux éditeurs émergents (à hauteur de 100 000 €/an<sup>9</sup>) ainsi qu'une aide aux médias citoyens (100 000 €/an.) Les effets de cette réforme ne se feront véritablement sentir que d'ici deux ou trois ans. D'ailleurs, lors du vote à la Chambre des députés, en juillet 2021, les député/es ont adopté une motion qui invite le gouvernement à procéder à une évaluation de ce nouveau régime d'aide deux ans après son entrée en vigueur, et, le cas échéant, de l'adapter.

# Quotidiens

## Luxemburger Wort

Journal historique, le *Luxemburger Wort* reste, selon son tirage, sa diffusion et la taille de sa rédaction, toujours le premier quotidien payant du pays. Fondé en 1848 et faisant alors partie du Groupe Saint-Paul (propriété de l'Archevêché), il a été repris en avril 2020 par l'éditeur international d'origine belge Mediahuis. Publiant des informations en allemand et en français, sur papier et sur le web, selon le lectorat auquel il s'adresse, le *Luxemburger Wort* dispose d'une rédaction culturelle indépendante, qui couvre tant que faire se peut aussi bien l'actualité culturelle nationale qu'internationale et ce aussi bien par ses propres rédacteurs/trices que par des textes de correspondant/es ou d'agence. Marc Thill, le chef de rubrique, estime que « la culture, plus que d'autres ressorts, s'adresse à un lectorat éduqué, aux gens qui portent un regard plus poussé sur les événements culturels ». Comme pour les autres domaines, les rédactions *print* et *web* collaborent et travaillent en complémentarité : « Des articles sont repris dans les deux sens, du *print* au *web*, du *web* au *print*, estime Thill. Des *longreads* ont plutôt tendance à paraître dans le *print*, les vidéos, *listicles*<sup>10</sup>, *storytellings* et galeries photos forment dans le *web*. Les mêmes sujets peuvent être déclinés de différentes manières selon le support ».

Un relevé régulier de l'activité éditoriale sur un an confirme que le journal imprimé comporte en moyenne trois pages culture par édition, avec une priorité accordée aux actualités nationales. Longtemps publié en première partie du journal, la culture – désormais fusionnée avec la rubrique *panorama* – a été reléguée à la fin du journal, entre les pages économie et sport, avec la réforme de la mise en page d'octobre 2022. Les grandes institutions culturelles y annoncent régulièrement, mais la rédaction assure que cela n'a aucune répercussion sur la présence ou la réception d'un événement dans ses colonnes. Selon plusieurs artistes et responsables d'institutions interrogés/es, être dans le *Wort* a des retombées directes sur les ventes de tickets pour un événement culturel.

Constats de la rédaction :

- Professionnalisation du secteur, notamment au niveau de sa communication
- Le secteur n'attend plus les médias pour diffuser sa programmation
- Le nombre de manifestations culturelles a explosé, ce qui demande de faire des choix : être exhaustif est aujourd'hui impossible
- Importance, pour les organisateurs, d'avoir des retombées médiatiques dans les supports nationaux.

Le *Luxemburger Wort* publie tous les jeudis un hebdomadaire culturel appelé *Die Warte – Perspectives*, qui se définit, dans son sous-titre comme « vue hebdomadaire des arts et des idées ». Sous la rédaction en chef de Marc Thill, ce « journal dans le journal » offre chaque semaine des papiers de fond sur des sujets historiques, littéraires, philosophiques, artistiques ou ayant trait plus largement à la vie intellectuelle. La *Warte* accueille des rubriques écrites par des collaborateurs/rices d'institutions partenaires, comme le Centre national de littérature, la Bibliothèque nationale ou le [Zenter fir d'Lëtzebuurger Sprooch](#).

Fin avril 2022, Mediahuis a annoncé que les activités d'impression au Luxembourg devaient cesser fin 2023 ; le dernier journal est finalement déjà sorti de presse à Gasperich le 4 juillet 2022, depuis les journaux du groupe sont imprimés sur les rotatives de Mediahuis à Paal-Beringen en Belgique, à 240 kilomètres du Luxembourg, et acheminés chaque nuit par camion vers les distributeurs au Grand-Duché. Le siège de Gasperich, qui appartient à Lafayette S.A., sera vendu. Les rédactions quant à elles ont d'abord été installées à Howald, avant de déménager à nouveau fin 2022, cette fois dans l'ancien siège de Heintz van Landewyck, route de Hollerich.

<sup>10</sup> \_ Listicle : « a piece of writing based around or consisting of a list » Collins Dictionary online

### Fondation

1848

### Éditeur

Mediahuis Luxembourg S.A.  
présidente du CA : Martine Reicherts

### Adresse

31, rue de Hollerich  
L-1742 Luxembourg

### Fréquence

Quotidien – lundi-samedi

### Tirage

Diffusion payante certifiée Cim 2021 :  
50 918 exemplaires, surtout vendus par abonnement

### Ilres Plurimedia 22-II

121 300 lecteurs/trices ou  
22,3 % des personnes interrogées  
*e-paper* : 27 400 lecteurs/trices ou 5%  
*Wort.lu* : 88 100 visiteurs par jour moyen ou 16,2%

### Aide à la presse

1 369 554 €

Source des montants de l'aide à la presse en 2022 pour tous les médias :  
portail *open data* du Service des médias

### Prix de vente

27<sup>0</sup> €

Numéro  
en semaine

3 €

Numéro  
le samedi

390 €

Abonnement  
par an \*

\* Ce tarif qui donne droit au journal imprimé et à l'accès numérique ;  
État : fin mars 2023

Nombre de journalistes

60

Nombre de  
freelances

► 03

Nombre de  
journalistes culturels \*

04

Nombre de  
freelances  
culture

6 réguliers

\* À côté de Marc Thill, il s'agit de  
Daniel Conrad, de Nora Schloesser  
et d'Anina Valle Thiele, qui a  
remplacé Thierry Hick, parti en  
retraite fin 2022

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur : Paul Peckels  
rédacteur en chef : Roland Arens ([roland.aren@wort.lu](mailto:roland.aren@wort.lu))

### Responsable culture

Marc Thill (culture & panorama) ([marc.thill@wort.lu](mailto:marc.thill@wort.lu))

### Supplément/s culture

*Die Warte*, feuilleton, paraît en supplément le jeudi ;  
le programme des nouveaux films en salles paraît le mercredi ;  
programme de télévision dans le journal tous les jours

wort.lu

En septembre 2022, le site francophone du *Wort*  
a changé d'identité, devenant [virgule.lu](http://virgule.lu)



# Quotidiens

## Tageblatt

Le *Tageblatt*, appartenant à l'OGBL, fut longtemps, du fait de son tirage, le deuxième quotidien du pays. Or, depuis des années, voire des décennies, il ne fait que perdre en lecteurs/trices. Sous la rédaction en chef de Dhiraj Sabharwal<sup>11</sup>, il essaya de se redéfinir comme journal militant de gauche, et ce aussi en culture. Ainsi Jeff Schinker<sup>12</sup> décrit la ligne éditoriale des pages culture au *Tageblatt* comme suit : « Les pages culturelles du *Tageblatt* ont un profil fort et défendent des opinions qui, bien qu'elles soient subjectives et prônent donc la diversité et le débat, se rejoignent en ce qu'elles défendent certains principes et valeurs qu'on pourrait qualifier, avec un peu d'emphase et forces archaïsmes, d'humanistes. » Il ajoute en outre que les pages culturelles sont « engagées, politiques, féministes, [et qu'elles] font primer l'investigation et l'opinion sur la simple information ». Pour Jeff Schinker toutefois, le cahier culturel se différencie du reste du journal en ce qu'il entretient une « position critique envers certains automatismes de la gauche ». Ainsi, on constate empiriquement que les pages culturelles consacrent une large place au cinéma, aux musiques populaires et à la littérature, sans forcément accorder une place prépondérante à la création luxembourgeoise, qui est toutefois largement suivie (surtout en musique, cinéma et littérature). La musique classique et les arts plastiques sont essentiellement couverts par des correspondant/es.

Jeff Schinker ne cache pas ses ambitions stylistiques : « J'ai entendu dire, dans un sens à la fois positif et négatif, que les pages culturelles étaient d'un niveau d'écriture et d'analyse plus complexes que nombre d'autres pages ». Il regrette que les articles du domaine culturel soient moins mis en avant sur Internet et les réseaux sociaux – et donc moins visibles et moins lus. Pour le chef de rubrique du *Tageblatt*, en culture aussi, les médias classiques perdent en influence par rapport aux bloggeurs par exemple, qui seraient même parfois mieux considérés par les services de presse que les journalistes classiques. Avec vue sur la situation au Luxembourg et des *pure players web* comme

*Reporter.lu* ou *Journal.lu*, qui ne publient que rarement des articles consacrés à la culture, il observe que « tout se pass[e] comme si le passage au digital s'accompagna[it] d'une suppression pure et simple du journalisme culturel. Le résultat est une disparition, au Luxembourg, de la critique ».

À côté du quotidien, le *Tageblatt* publie deux suppléments culturels mensuels avec le numéro du samedi, à savoir :

- *Livres/Bücher* : 16 pages d'entretiens et de critiques de livres luxembourgeois, français, allemands et internationaux par une équipe d'auteurs et d'autrices freelances. La coordination est assurée par Corina Ciocârlie pour la partie francophone et par Guy Helminger pour la moitié germanophone. Les livres écrits ou édités par des Luxembourgeois/es – communément appelés « Luxemburgensia » – y ont une de leurs principales plateformes du pays. Au-delà de la distribution avec le journal, le supplément *Livres/Bücher* est diffusé dans des librairies et bibliothèques de choix.
- *Kulturissimo* – « mensuel culturel et socio-politique » – qui paraît sous la rédaction en chef d'Alvin Sold et la coordination de Ian De Toffoli et d'Ariel Wagner. Le magazine en format réduit sur papier journal réunit des rubriques régulières de type feuilleton d'auteurs et d'autrices autochtones.

11 \_ Après cinq ans à la rédaction en chef, Sabharwal se retira à la mi-novembre 2022, passant la main à Armand Back, qui assure l'intérim jusqu'à ce qu'une nouvelle rédaction en chef soit définitivement trouvée.

12 \_ Selon ses réponses au questionnaire reçues le 11 mars 2022

### Fondation

1913

### Éditeur

Editpress Luxembourg S.A.  
président du CA : Nico Clement

### Adresse

Belval Plaza 1  
7, avenue du rock'n roll  
L-4361 Esch-sur-Alzette

### Fréquence

Quotidien – lundi-samedi

### Tirage

9 674 exemplaires certifié Cim 2021

### Ilres Plurimedia 22-II

26 100 lecteurs/trices ou 4,8 %  
e-paper : 5 300 lecteurs/rices ou 1 %  
tageblatt.lu : 20 200 ou 3,7 %

### Aide à la presse 2022

1 404 203 €

### Prix de vente

3€

par numéro

339€

Abonnement  
par an

Nombre de journalistes

29

### Nombre de freelances

« Impossible à chiffrer, car chaque ressort gère ses propres freelances »

Nombre de journalistes culture

01-02

Jeff Schinker  
+ Jérôme Quiqueret  
(qui travaille entre les ressorts)

### Nombre de freelances culture

Une dizaine en culture, dont 4-5 très réguliers

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur à la gestion journalière :  
Jacques Eischen  
rédacteur en chef : Armand Back

### Responsable culture

Jeff Schinker (jschinker@tageblatt.lu)

### Supplément/s culture

*Kulturissimo* et supplément *Livres/Bücher* tous les deux mois ; supplément hebdomadaire avec les programmes de télévision et de cinéma tous les mercredis

tageblatt.lu

# Quotidiens

## Le Quotidien

Le *Quotidien* est né en 2001 d'une collaboration entre les éditeurs Editpress et *Le Républicain lorrain*, lorsque ce dernier cessa son édition luxembourgeoise. Il tenta alors de conquérir et de fidéliser le lectorat francophone<sup>13</sup>. Structuré depuis ses débuts en quatre grandes rubriques (politique et société ; locale ; sports et culture), il se positionne sur un segment de culture jeune – musique, bédé, cinéma, théâtre – avec un fort ancrage local. Selon Grégory Cimatti<sup>14</sup>, responsable de la rédaction culturelle, *Le Quotidien* cherche à s'adresser aussi bien aux curieux « qui veulent découvrir ce qui se passe sur le territoire luxembourgeois », aux connaisseurs et à ceux qui font la culture. Le journal a aussi un site internet, qui relaye les articles de l'édition papier et en publie de sa propre initiative.

Pour Cimatti, qui travaille depuis quinze ans dans ce domaine, le métier de journaliste culturel « est devenu de plus en plus compliqué car les rédactions, dans un souci d'économie, commencent par s'attaquer à la culture avant le reste ». Il estime que la culture est le « parent pauvre du journalisme », alors qu'elle aurait un rôle éducatif indéniable à jouer. En outre, il voit contestées les qualités de « spécialistes » des journalistes culturels, concurrencés par le flot d'informations sur le net. Cimatti insiste que le rôle de l'État est « essentiel pour le modèle économique des médias », l'aide à la presse permettant de « garder la tête hors de l'eau ».

13 \_ En même temps, le groupe Saint-Paul lança alors *La Voix de Luxembourg*, qui a cessé de paraître en 2011. En parallèle, le même groupe avait lancé, en 2007, un quotidien gratuit, *Point24*, qui publia durant un an, entre 2011 et 2012, également en allemand et, en partie, en portugais. Face à la concurrence de *L'Essentiel*, il a cessé de paraître en décembre 2012. *Le Jeudi*, hebdomadaire francophone du groupe Editpress, qui s'adressa également au lectorat francophone depuis 1997 et qui disposa d'un important cahier culturel dirigé par Marie-Anne Lorgé, a quant à lui cessé de paraître en 2019.

14 \_ Dans ses réponses au questionnaire reçues le 28 janvier 2022.

### Fondation

2001

### Éditeur

Lumédia S.A. (50% Editpress Luxembourg & 50% Le Républicain lorrain)  
président du CA: Christophe Mahieu

### Adresse

Belval Plaza 1  
7, avenue du rock'n roll  
L-4361 Esch-sur-Alzette

### Fréquence

Quotidien – lundi-samedi

### Tirage

4 504 exemplaires/jour selon le Cim 2020

### Ilres Plurimedia 22-II

14 600 lecteurs/trices ou 2,7 %  
e-paper: 3 800 lecteurs/trices ou 0,7 %  
lequotidien.lu: 17 000 ou 3,1%

### Aide à la presse 2022

1 180 966 €

### Prix de vente

2<sup>90</sup> €

par numéro

328<sup>90</sup> €abonnement tous supports  
État: décembre 2022

Nombre de journalistes

24

Nombre de  
freelances

▶ 01

Nombre de  
journalistes culture

01

Nombre de  
freelances  
culture

▶ 0

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur: Frank Schmit  
rédacteur en chef: Laurent Duraisin  
(lduraisin@lequotidien.lu)

### Responsable culture

Grégory Cimatti (gcimatti@lequotidien.lu)

### Supplément/s culture

supplément hebdomadaire avec les programmes de télévision  
et de cinéma tous les mercredis

lequotidien.lu

## Quotidiens

# Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek

La *Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek* est le seul journal communiste au Luxembourg. Ne faisant souvent qu'une douzaine de pages par jour, le journal accorde une place significative aux comptes-rendus de l'actualité culturelle luxembourgeoise, essentiellement rédigés par des freelances.

## Fondation

1946

## Éditeur

Zeitung S.A.  
président du CA: Ali Ruckert

## Adresse

3, rue Zénon Bernard  
L-4030 Esch-sur-Alzette

## Fréquence

5 fois/semaine (du mardi au samedi)

## Tirage

n.i.  
La Zeitung n'a pas répondu au questionnaire envoyé;  
les données proviennent de l'ours et d'autres sources

## Ilres Plurimedia 22-II

2 500 lecteurs/trices ou 0,5%

## Aide à la presse 2022

450 995 €

## Prix de vente

1<sup>20</sup> €

par numéro

170 €

abonnement  
annuel pour  
l'édition papier

90 €

abonnement  
annuel pour  
l'édition digitale

Nombre de journalistes

n.i.

## Nombre de freelances

n.i.

Nombre de  
journalistes culture

n.i.

## Nombre de freelances culture

n.i.

## Direction & rédaction en chef/fe

Ali Ruckert ([aruckert@zlv.lu](mailto:aruckert@zlv.lu))

## Responsable culture

n.i.

## Supplément/s culture

Non


 zlv.lu

# Quotidiens

## L'Essentiel

Fondé en 2007 par Edita S.A., une collaboration entre Editpress (maison-mère e.a. du *Tageblatt*) et le groupe de presse suisse Tamedia (qui apporta son expérience du gratuit *20 Minutes* et a entre-temps changé de nom pour devenir TX Group), en parallèle au lancement du gratuit *Point 24* du Groupe Saint-Paul Luxembourg, *L'Essentiel* est sans conteste le plus gros succès éditorial du début du XXI<sup>e</sup> siècle. Alors que *Point 24* n'a survécu que durant six ans, jusqu'en 2012, *L'Essentiel* ne cesse d'augmenter son lectorat et ce surtout grâce à son réseau de distribution performant : 1340 points de distribution dans les gares et près des arrêts d'autobus, dans les grandes surfaces et les petits commerces, couplé à des actions de colportage ciblées. *L'Essentiel* vise un lectorat jeune et pressé, mise sur les brèves et s'adresse aussi aux travailleurs/euses frontaliers/ières. Le contenu du journal se décline aussi en continu sur Internet, et ce en deux langues, en français et en allemand. Sur son site internet, *L'Essentiel* définit sa ligne éditoriale ainsi (extrait) : « *L'Essentiel* se veut un journal et un site d'information s'adressant à un vaste public urbain. Les rédacteurs travaillent en toute objectivité, sans tenir compte des intérêts personnels ou d'un intérêt de groupe. Dans le cadre de leur travail journalistique, ils font preuve de compétence, d'intégrité, d'équité et de véracité. Ils font usage d'un langage clair et précis et veillent à un rendu attractif. »<sup>15</sup>

La culture a une place fixe dans la structure du journal, se déclinant en différentes rubriques, comme « musique » ou « écrans », au même titre que la rubrique « people ». Elle consiste essentiellement de papiers du même format court que le reste du journal, souvent avec des nouvelles d'agences. Le programme des sorties de films paraissant en supplément le mercredi est distribué dans les cinémas.

<sup>15</sup> – <https://www.lessentiel.lu/fr/contact> consulté le 2 janvier 2023

### Fondation

2007

### Éditeur

Edita S.A.  
président du CA: Alvin Sold

### Adresse

115a, rue Emile-Mark  
L-4620 Differdange  
(au « creative hub » 1535<sup>o</sup>)

### Fréquence

Quotidien paraissant cinq fois par semaine, du lundi au vendredi, plus sites internet en allemand et en français

### Tirage

71 591 exemplaires par jour

Certifié Cim 2020 ; source : plaquette des tarifs publicité de *L'Essentiel* pour 2022.

### Ilres Plurimedia 22-II

95300 lecteurs/trices ou 17,6 %  
e-paper : 15200 lecteurs/trices ou 2,8 %  
lessentiel.lu : 133300 visiteurs quotidiens ou 24,6%

### Aide à la presse 2022

1 071 226 €

### Prix de vente gratuit

Nombre de journalistes

30

### Nombre de freelances

n.i.

Selon le site web consulté le 1<sup>er</sup> janvier 2023 ; *L'Essentiel* n'a pas donné suite à l'envoi du questionnaire.

Nombre de  
journalistes  
culture

n.i.

### Nombre de freelances culture

n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur : Emmanuel Fleig ;  
rédacteur en chef : Saïd Kerrou  
([said.kerrou@lessentiel.lu](mailto:said.kerrou@lessentiel.lu))

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

Programme cinéma le mercredi

lessentiel.lu

# Hebdomadaires

## d'Letzeburger Land

Le Letzeburger Land est un hebdomadaire politique, économique et culturel indépendant fondé en 1954 et appartenant désormais à la Fondation d'Letzeburger Land. Selon sa ligne rédactionnelle publiée sur [www.land.lu](http://www.land.lu), « le journal informe les lectrices et lecteurs sur l'actualité politique, économique et culturelle du pays, mais il traite aussi des sujets de pertinence au niveau européen et international. »

Avec en moyenne cinq pages dédiées à la culture pour un hebdomadaire en *broadsheet* qui compte en tout vingt pages par numéro, le *Land* attribue une large place à la culture. La culture s'y ouvre toujours sur le « Tablo », un mélange de brèves, de commentaires et d'actualités culturelles. L'objectif de ce cahier culturel est, selon sa responsable France Clarinval, de « présenter, analyser, critiquer la création artistique et culturelle actuelle au Luxembourg et au-delà » et d'« offrir à nos lecteurs des clés de compréhension de la société en toute indépendance »<sup>16</sup>. Il s'adresse à un public large, essentiellement luxembourgeois. Les collaborateurs et collaboratrices du *Land* écrivent en français et en allemand, plus rarement en anglais ou luxembourgeois.

Pour France Clarinval, « la critique est moins facilement admise » aujourd'hui par les producteurs de contenus, et elle « requiert plus de compétences et de cadres de références », alors qu'il y a une « inflation de productions artistiques » ces dernières années, « avec parfois des enjeux économiques plus importants ».

En même temps que la presse classique traverse une crise et manque de critiques qui ne soient pas impliqués d'une manière ou d'une autre dans le monde culturel, la rédactrice du *Land* constate aussi que « le nombre de médias qui donnent une place à la culture a explosé ». La publicité, l'annonce et le rédactionnel y sont parfois difficiles à distinguer, aux yeux de France Clarinval, qui souligne aussi la concurrence des sites de communication comme *culture.lu*, *echo.lu* ou *supermiro.lu*, qui « mélangent les genres ». Pour elle, la place du *Land* doit être celle de la critique de la production locale : « On a un peu l'impression que tout le monde s'improvise 'critique' de cinéma/ de théâtre/d'art », donc « la presse culturelle doit se démarquer par une approche critique sans concession et une déontologie affirmée (indépendance vis-à-vis des annonceurs, éviter les conflits d'intérêt) », mais « ce n'est pas toujours compris par les organisateurs, ni par les lecteurs ». Le *Land* recueille régulièrement des annonces d'institutions culturelles, mais cela n'aurait pas du tout d'influence sur le contenu, y affirme-t-on.

Une fois par an, pour les *Museum Days* qui ont lieu au printemps, le *Land* publie un supplément entièrement dédié aux musées et il accorde une fois par mois en principe une carte blanche d'une page entière à un/le artiste ou collectif d'artistes, qui peut ainsi créer une œuvre diffusée à tout le lectorat du journal.

<sup>16</sup> \_ L'autrice du présent rapport fut rédactrice responsable de la culture au *Land* de 1996 à 2020

### Fondation

1954

### Éditeur

d'Letzeburger Land S.à r.l. , appartenant à la Fondation d'Letzeburger Land / président de la S.à r.l. : Stephan Kinsch

### Adresse

59, rue Glesener  
L-1631 Luxembourg

### Fréquence

Hebdomadaire paraissant le vendredi

### Tirage

7 500 exemplaires, + app + réseaux sociaux  
Selon questionnaire rempli le 3 janvier 2022

### Ilres Plurimedia 22-II

16 200 lecteurs/trices ou 3,0 % (papier et web)

### Aide à la presse 2022

419 972 €

### Prix de vente

5€

au numéro

180€

abonnement annuel\*

\* depuis le 25 mars 2022. Ce prix donne droit à l'envoi du journal papier plus l'accès au journal sur l'application dès le jeudi soir ; à noter que tous les articles du *Land* sont gratuitement disponibles en ligne avec quinze jours de recul, et ce jusqu'aux débuts en 1954. Les anciens numéros furent scannés dans le cadre d'un projet de numérisation de la presse luxembourgeoise de la Bibliothèque nationale du Luxembourg.

Nombre de journalistes

07

Nombre de  
freelances

▶ 30

Nombre de  
journalistes culture

01

Nombre de  
freelances  
culture

10 réguliers\*  
+ 10 ponctuels

\* Dont des plumes connues comme Lucien Kayser et Marianne Brausch pour les arts plastiques ou José Voss pour la musique classique

### Direction & rédaction en chef/fe

Gérant : Steph Kinsch ;  
rédacteur en chef : Peter Feist ([pfeist@land.lu](mailto:pfeist@land.lu))

### Responsable culture

France Clarinval ([fclarinval@land.lu](mailto:fclarinval@land.lu))

### Supplément/s culture

Supplément *Musées* distribué en tiré-à-part lors de *L'invitation aux musées* ; publication de cartes blanches lancées aux artistes (une fois par mois +/-)

land.lu

# Hebdomadaires

## Woxx

Depuis ses débuts en 1988, alors sous le nom de *Gréngespoun* avec des fondateurs engagés en culture comme Robert Garcia ou Renée Wagener, le *Woxx* a accordé une place importante à la culture, offrant une partie agenda assez fournie avec chaque numéro. Après les années militantes de Luc Caregari comme responsable de la rédaction culturelle, sa successeuse Isabel Spigarelli définit la ligne éditoriale du journal en matière culturelle comme « féministe, *queer*, multidisciplinaire, orientée vers les artistes plutôt que vers les institutions » et affirme vouloir « donner la voix aux projets autonomes en gestation plutôt qu'au *mainstream* ». Le *Woxx*, qui se définit clairement comme une publication « pour une alternative écologique et sociale », couvre aussi bien les expressions culturelles analogues que numériques, consacrant régulièrement des papiers au *streaming* et aux jeux vidéo par exemple. Isabel Spigarelli estime en outre que la communication entre les institutions et la presse s'est professionnalisée ces dernières années et que les médias doivent s'adapter à la concurrence des nouveaux médias, notamment des réseaux sociaux, et à leur rapidité. En plus, l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur l'aide à la presse, qui valorise le nombre de rédacteurs/trices sans égard aux coûts de production d'un journal papier, a « contraint le *Woxx* à abandonner le principe d'un agenda culturel 'complet' vers un agenda plus sélectif. »

La lecture régulière du *Woxx* démontre que la culture n'y a pas seulement une place de choix, mais que les articles y sont en plus souvent militants et très critiques. Des portraits de jeunes artistes, des analyses de la politique culturelle (souvent sous un angle féministe ou *queer*) et des critiques de livres, films, séries ou pièces de théâtre s'y tiennent en équilibre. Le *Woxx* ne se consacre pas seulement à la culture autochtone et à la culture locale, mais se tourne aussi régulièrement vers des cultures plus lointaines, avec notamment des portraits des scènes culturelles ou de musiques d'ailleurs. Les rédacteurs/trices participent en outre avec des éléments de programmes ou *podcasts* réguliers à *Radio Ara* et offrent aux internautes des contenus « online only », et ce gratuitement.

### Fondation

1988 en tant que *Gréngespoun* ;  
2000 : changement de nom pour devenir *Woxx*

### Éditeur

Woxx société coopérative

### Adresse

51, avenue de la Liberté  
L-1930 Luxembourg

### Fréquence

Hebdomadaire, paraissant le vendredi

### Tirage

3 000 exemplaires  
Selon réponses au questionnaire envoyées le 20 décembre 2021

### Ilres Plurimedia 22-II

4 400 lecteurs/trices ou 0,8%

### Aide à la presse 2022

428 016 €

### Prix de vente

25<sup>0</sup>€

par numéro

103€

abonnement  
annuel pour  
l'édition papier

97€

abonnement  
électronique\*

\* à noter que tous les articles du *Woxx* sont immédiatement et gratuitement disponibles sur internet

Nombre de journalistes

10

Nombre de  
freelances

► 12

Nombre de  
journalistes culture

04

Nombre de  
freelances  
culture

04 réguliers

### Direction & rédaction en chef/fe

Rédaction collective ([woxx@woxx.lu](mailto:woxx@woxx.lu))

### Responsable culture

Isabel Spigarelli ([isabel.spigarelli@woxx.lu](mailto:isabel.spigarelli@woxx.lu))

### Supplément/s culture

La moitié du journal est constituée d'un cahier culturel, avec notamment une importante partie agenda/services

Publication régulière de cartes blanches lancées aux artistes

woxx.lu

# Hebdomadaires

## Télécran

Dans la foulée de la reprise du Groupe Saint-Paul par Mediahuis (en avril 2020) et de la restructuration qui s'en est suivie, le magazine familial germanophone *Télécran* a aussi vu diminuer son équipe et ne peut désormais plus assurer une couverture de l'actualité culturelle comme elle l'a fait jadis, concède la rédactrice en cheffe Martina Folscheid dans ses réponses au questionnaire<sup>17</sup>. Néanmoins, le magazine tient à accorder une certaine place aux portraits d'artistes, aux comptes-rendus d'événements culturels ainsi qu'à une section agenda (« Termine »), qui annonce et recommande les projets à venir. Bien que l'équipe soit consciente que le lectorat de ce format de magazine familial attire plutôt un public d'un âge certain, *Télécran* consacre aussi régulièrement de grands papiers à de jeunes talents, par exemple des rappeurs, affirme la rédactrice en cheffe. La publication du programme de cinéma et de télévision reste un produit d'appel pour le magazine.

17 \_ Envoyées le 3 janvier 2022

### Fondation

1978

### Éditeur

Mediahuis Luxembourg S.A.  
présidente du CA : Martine Reicherts

### Adresse

31, rue de Hollerich  
L-1742 Luxembourg

### Fréquence

Hebdomadaire, paraissant le mercredi

### Tirage

20 412 exemplaires, tirage moyen certifié Cim 2020, dont 15 221 par abonnement (chiffres publiés dans l'ours)

Dans la presse écrite, on appelle « ours » « l'encadré où doivent figurer, sur chaque exemplaire d'un journal, le nom de l'imprimeur, du directeur de la publication et des principaux rédacteurs, etc. » ; *Larousse.fr*

### Ilres Plurimedia 22-II

57 400 lecteurs/trices ou 10,6 %

### Aide à la presse 2022

356 333 €

### Prix de vente

3<sup>90</sup> €

par numéro

186 €

abonnement par an  
État : mars 2023

Nombre  
de journalistes

06

Nombre de  
freelances

▶ 01

Nombre de  
journalistes  
culture

Pas de rédaction  
culturelle  
spécifique

Nombre de  
freelances  
culture

▶ 0

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur général : Paul Peckels ; rédactrice en cheffe :  
Martina Folscheid ([martina.folscheid@telecran.lu](mailto:martina.folscheid@telecran.lu))

### Responsable culture

Tou/tes les rédacteurs et rédactrices couvrent tous les  
domaines, pas de responsable culture spécifique

### Supplément/s culture

Un programme de télévision et de cinéma fait partie  
intégrante du magazine

telecran.lu

# Hebdomadaires

## Revue

Le magazine familial historique *Revue*, créé au sortir de la guerre, a une longue tradition de reportages photos et de portraits *people* au Luxembourg. D'abord imprimé, puis seulement édité par Bourg-Bourger, il est désormais dans le giron du groupe Editpress, même si sa maison d'édition subsiste. Pour son rédacteur en chef Stefan Kunzmann<sup>18</sup>, le maître-mot qui préside la ligne éditoriale du magazine est l'équilibre : entre les rubriques, les thèmes et les styles des articles. La *Revue* s'adressant au grand public et à toute la famille publie souvent des portraits ou de longs entretiens avec des acteurs et actrices culture/les (qu'il n'hésite pas à mettre en Une) et couvre l'actualité culturelle avec des papiers d'annonce et des brèves. Ainsi, elle accueille régulièrement des annonces payantes d'institutions et d'organismes culturels, mais le rédacteur en chef affirme que cela n'a plus les mêmes répercussions sur les choix éditoriaux que cela a pu être le cas jadis. Il estime que la presse classique est certes fortement concurrencée par les réseaux sociaux et sites internet actuellement, surtout dans le domaine des annonces d'événements, « mais en ce qui concerne la critique sérieuse, c'est beaucoup moins le cas ». Il souligne par ailleurs que la presse écrite est de plus en plus dépendante de l'aide à la presse.

<sup>18</sup> dans ses réponses au questionnaire, envoyées le 30 décembre 2021. En mai 2023, Kunzmann a quitté la *Revue* pour le *Tageblatt* et Eric Hamus a repris la rédaction en chef de la *Revue*.

### Fondation

1945

### Éditeur

Éditions Revue S.A.

### Adresse

7, avenue du rock'n roll  
L-4361 Esch-sur-Alzette

### Fréquence

Hebdomadaire

### Tirage

16 801 exemplaires par semaine  
Moyenne annuelle telle que certifiée par le Cim en 2017;  
chiffre publié dans l'ours

### Ilres Plurimedia 22-II

36 600 lecteurs/trices ou 6,7 %

### Aide à la presse 2022

403 090 €

### Prix de vente

3<sup>50</sup> €

par numéro

130 €

abonnement par an  
État : mars 2023

Nombre de journalistes

07

Nombre de  
freelances

▶ 05

Nombre de  
journalistes culture

02

Nombre de  
freelances  
culture

▶ 01

### Direction & rédaction en chef/fe

Chargé de direction : Nic Nickels ;  
rédacteur en chef : Eric Hamus ([eric.hamus@revue.lu](mailto:eric.hamus@revue.lu))

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

*Télé-Revue* : programme de cinéma et de télévision,  
chaque semaine

revue.lu



# Hebdomadaires

## Contacto

*Contacto* est le média lusophone du groupe Mediahuis. Avec son édition papier et son site internet, il s'adresse à l'importante communauté portugaise, capverdienne et brésilienne au Luxembourg. La culture y est présente, avec un accent particulier pour les offres socioculturelles lusophones.

### Fondation

1970

### Éditeur

Mediahuis Luxembourg S.A.  
présidente du CA : Martine Reicherts

### Adresse

31, rue de Hollerich  
L-1741 Luxembourg

### Fréquence

Hebdomadaire

### Tirage

19 980 exemplaires  
Source : plaquette des tarifs publicitaires de *Regie.lu*,  
consultée le 2 janvier 2023

### Ilres Plurimedia 22-II

32 500 lecteurs/trices ou 6 %  
*Contacto.lu*: 9 300 visiteurs quotidiens ou 1,7%

### Aide à la presse 2022

387 082 €

### Prix de vente

**35€** abonnement  
par an

Nombre de journalistes

**04**  
(selon le site web)

Nombre de  
freelances  
► 08

Nombre de journalistes  
culture

**n.i.**

Nombre de  
freelances  
culture  
n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur des médias lusophones du groupe :  
José Campinho ;  
rédactrice en cheffe : Madalena Queirós

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

n.i.

**contacto.lu**

# Les périodiques

## PaperJam

*PaperJam* est un magazine mensuel, édité par le groupe Maison Moderne, dédié essentiellement au monde de l'économie. Comme pour un certain nombre d'autres publications (*Luxemburger Wort, Delano...*), la rubrique culturelle est intégrée dans celle du «lifestyle» au sens large. Selon Céline Coubray, la ligne éditoriale de la culture dans *PaperJam* (magazine et site) est «indépendante, de qualité, marquée par l'ouverture d'esprit et la curiosité». En outre «les articles concernant la culture participent au progrès et avancement du pays, soutiennent la professionnalisation du secteur et abordent l'actualité de la scène culturelle. Ils apportent un regard critique, donnent envie de découvrir, expliquent ainsi que donnent la parole à ceux qui font la culture.» Si dans le magazine, on retrouve régulièrement des papiers plus longs sur la politique culturelle ou des papiers plus décalés sur le monde de la culture, le site et sa *newsletter* quotidienne consacrent beaucoup de place à l'actualité culturelle et aux recommandations d'activités.

Céline Coubray estime que ces dernières années, le métier de la presse culturelle a changé en ce que son champ d'action s'est élargi et qu'il est «à la fois tourné vers les projets institutionnels et les démarches multiples des particuliers». Là où le magazine anticipe et met en relation, le site et la *newsletter*, très lus, se focalisent sur l'actualité et sont souvent très rapides (publication de lauréats de concours par exemple, comptes-rendus d'événements,...) *PaperJam* est très régulièrement «partenaire média» d'événements culturels, notamment dans le domaine de l'architecture, et récolte beaucoup d'annonces, mais, affirme Céline Coubray – qui salue des relations «généralement bonnes» avec les chargés de communication et relations presse des institutions –, «l'existence de relations commerciales avec le média n'influence pas le contenu, le choix de la rédaction s'opérant en fonction de la qualité de l'événement».

### Fondation

2000

### Éditeur

Maison Moderne Publishing and Media S.A.  
président du CA: Hugues Delcourt

La société Maison Moderne Publishing and Media S.A. est désormais détenue à 100 % par Mike Koedinger, qui en assure aussi la direction générale et la gestion journalière.

### Adresse

10, rue des Gaulois  
L-1618 Luxembourg

### Fréquence

Mensuel (11 numéros par an)

+ site internet et *newsletter*

### Tirage

85 000 lecteurs/trices par numéro & 70 000 pages vues  
par jour ouvré et 380 000 visiteurs uniques par mois

Selon leurs réponses au questionnaire reçues le 3 janvier 2022

### Ilres Plurimedia 22-II

57 200 lecteurs/trices ou 10,5 %

### Aide à la presse 2022

650 000 € pour le site internet

### Prix de vente

**5€** exemplaire  
du mensuel

Aucune indication du prix par abonnement, ni dans le magazine,  
ni sur le site, PaperJam étant surtout diffusé dans les entreprises.

Nombre de journalistes

33

Nombre de  
freelances  
► n.i.

Nombre de  
journalistes culture

04

Nombre de  
freelances  
culture  
► n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur de la publication: Mike Koedinger;  
rédacteur en chef du magazine:  
Benoît Theunissen ([benoit.theunissen@paperjam.lu](mailto:benoit.theunissen@paperjam.lu));  
rédacteur en chef du site web:  
Thierry Labro ([thierry.labro@maisonmoderne.com](mailto:thierry.labro@maisonmoderne.com))

### Responsable culture

Céline Coubray  
([celine.coubray@maisonmoderne.com](mailto:celine.coubray@maisonmoderne.com))

### Supplément/s culture

*Paperjam Architecture + Real Estate*  
Voir plus loin.

[paperjam.lu](http://paperjam.lu)

## Les périodiques

# PaperJam Architecture + Real Estate

Successeur du magazine *Archiduc*, publication bi-annuelle éditée par Maison Moderne en collaboration avec la Fondation de l'architecture et de l'ingénierie (aujourd'hui : Luca – Luxembourg Centre for Architecture), entre 2010 et 2019, *PaperJam Architecture + Real Estate* présente de nouveaux projets architecturaux, en préfiguration ou terminés au courant de l'année.

### Fondation

2020

### Éditeur

Maison Moderne Publishing and Media S.A.  
président du CA: Hugues Delcourt

### Adresse

10, rue des Gaulois  
L-1618 Luxembourg

### Fréquence

Une fois par an;  
l'édition de 2023 fait 354 pages

### Tirage

n.i.; *newsletter* thématique envoyée tous les quinze jours à plus de 15 000 abonné/es

### Ilres Plurimedia 22-II

n.i.

### Aide à la presse 2022

Non éligible

### Prix de vente

10€

Nombre de journalistes

02

Nombre de  
freelances  
► n.i.

Nombre de  
journalistes culture

02

Nombre de  
freelances  
culture  
► n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur de la publication: Mike Koedinger;  
rédactrice en cheffe: Céline Coubray

### Responsables culture

Céline Coubray et Marc Fassone

### Supplément/s culture

*PaperJam Architecture + Real Estate* est une édition spéciale consacrée à l'architecture et à l'immobilier de *PaperJam*

paperjam.lu

# Les périodiques

## Delano

*Delano* est le magazine/site internet anglophone du groupe Maison Moderne. Selon Duncan Roberts, longtemps rédacteur en chef du journal, pionnier du journalisme anglophone au Luxembourg et responsable du site internet et de la culture début 2022<sup>19</sup>, la ligne éditoriale de *Delano* est d'être « indépendant, équilibré, excellent et avec un sens de curiosité ». Aussi bien dans le magazine que sur le site, *Delano* cherche à informer ses lecteurs/lectrices souvent expatrié/es, qu'ils ou elles soient fraîchement immigré/es au Luxembourg ou émigré/es ailleurs, de ce qui se passe au Grand-Duché, et ce aussi bien en matière politique, économique/financière qu'en culture. La rubrique « 10 things to do » (en ligne et via *newsletter*) offre une sélection rigoureuse d'événements culturels et « lifestyle » de la semaine à ceux et celles qui n'ont pas le temps de consulter tous les programmes. Roberts, qui a une expérience de plus de 25 ans dans le journalisme (culturel) et est membre du comité artistique du Luxembourg City Film Festival, regrette qu'il y ait de moins en moins de critiques sérieux dans le paysage médiatique luxembourgeois, surtout dans le domaine de la critique d'art contemporain. Il estime que les médias doivent offrir plus de profondeur pour contrecarrer les annonces que les artistes distribuent souvent eux-mêmes via leurs propres réseaux sociaux. En 2022, *Delano* s'est réorienté vers la place financière<sup>20</sup>.

19 \_ Après plus de quatorze ans chez *Delano*, Duncan Roberts a quitté la rédaction fin 2022 pour s'établir en tant que *copywriter* indépendant.

20 \_ <https://paperjam.lu/article/delano-se-recentre-sur-com-muna> consulté le 4 janvier 2023

### Fondation

2011

### Éditeur

Maison Moderne Publishing and Media S.A.  
président du CA: Hugues Delcourt

### Adresse

10, rue des Gaulois  
L-1618 Luxembourg

### Fréquence

Mensuel + site internet

### Tirage

n.i.

### Ilres Plurimedia 22-II

Non inclus

### Aide à la presse

567 739 € pour le site internet

### Prix de vente

4€ par numéro  
du mensuel

Nombre de journalistes

10

Nombre de  
freelances

▶ 0

Selon leurs réponses au  
questionnaire reçues  
le 5 janvier 2022

Nombre de  
freelances  
culture

▶ 0

Nombre de  
journalistes culture

02

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur de la publication: Mike Koedinger;  
rédactrice en cheffe pour le *print*:  
Natalie Gerhardstein  
([natalie.gerhardstein@maisonmoderne.com](mailto:natalie.gerhardstein@maisonmoderne.com));  
rédacteur en chef pour le web:  
Aaron Grunwald ([aaron.grunwald@maisonmoderne.com](mailto:aaron.grunwald@maisonmoderne.com))

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

non

delano.lu

## Les périodiques

# Luxembourg Times

Le *Luxembourg Times* est le média anglophone du groupe Mediahuis, constitué d'un site internet couplé à un magazine de quelque 70 pages paraissant trois fois par an. Le *Luxembourg Times* s'adresse à la communauté expatriée au Luxembourg, ayant pour ambition d'offrir une information complète et critique. Sa ligne rédactionnelle s'inscrit dans la lignée de celle du *Luxemburger Wort*. L'actualité culturelle fait partie de l'offre et se décline en dossier en *print* et critiques ou annonces de spectacles ou d'expositions par exemple en ligne, où le *Luxembourg Times* peut être plus réactif. Un certain nombre de papiers sont des traductions de la version allemande du *Wort*, qui reprend à son tour occasionnellement les meilleurs papiers du *Times* en traduction allemande.

### Fondation

2017

### Éditeur

Mediahuis Luxembourg S.A.  
présidente du CA: Martine Reicherts

### Adresse

31, rue de Hollerich  
L-1742 Luxembourg

### Fréquence

3 éditions par an

### Tirage

7500 exemplaires par numéro  
selon l'ours

### Ilres Plurimedia 22-II

Non inclus

### Aide à la presse 2022

387 029 € pour le site internet

### Prix de vente

5€

par numéro

126€

donne accès au site et aux trois numéros de imprimés par an

Nombre de journalistes

07

Nombre de  
freelances  
► n.i.

Nombre de  
journalistes culture

n.i.

Nombre de  
freelances  
culture  
► n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur: Paul Peckels;  
rédacteur en chef: Douwe Miedema  
([info@luxtimes.lu](mailto:info@luxtimes.lu))

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

Non

[luxtimes.lu](http://luxtimes.lu)

# Les périodiques

## Bold

*Bold* est un magazine *lifestyle* et mode, offrant également une large place à la culture locale et internationale de passage, autour d'entretiens, de sujets transversaux et d'un agenda culturel avec des recommandations de la rédaction. Selon son rédacteur en chef Fabien Rodrigues, *Bold* a « vocation à couvrir un large pan de l'actualité culturelle au Luxembourg et dans la Grande Région »<sup>21</sup>. Leur angle : « Une couverture autour d'entretiens exclusifs, de sujets transversaux et d'un agenda culturel détaillé et identifiable d'une dizaine de pages dans chaque numéro papier, et d'articles réguliers sur le web, repris dans la *newsletter* hebdomadaire du mercredi ». Une attention particulière est alors portée aux personnes qui font l'actualité culturelle. Selon Rodrigues, le lectorat type du magazine est « urbain, actif, vivant et travaillant au Luxembourg ou frontalier, intéressé par la scène culturelle du Grand-Duché et de la Grande Région ». Il constate que le métier de journaliste culturel évolue avec l'immédiateté croissante de l'information via les réseaux sociaux notamment. « Annoncer un spectacle, un festival ou une exposition est bien, mais s'y rendre pour offrir aux lecteurs une vision unique et un avis éclairé, ou encore étayer cette annonce avec des entretiens pour trouver l'angle qui va donner le supplément d'âme à l'information est également précieux ». Même si *Bold* est régulièrement partenaire média d'événements culturels et en accueille les annonces payantes, cela ne biaiserait pas la couverture rédactionnelle, affirme le nouveau rédacteur en chef.

<sup>21</sup> \_ Selon ses réponses au questionnaire reçues le 6 mars 2023.

### Fondation

2011

### Éditeur

Wat Éditions S.à r.l.  
gérante unique : Maria Pietrangeli  
Maria Pietrangeli possède aussi 100 % des parts de la société

### Adresse

74, rue Ermesinde  
L-1469 Luxembourg

### Fréquence

8 éditions par an

### Tirage

20 200 exemplaires par numéro  
Selon les réponses au questionnaire reçues le 6 mars 2023

### Ilres Plurimedia 22-I

12 200 lecteurs/trices ou 2,3 %

### Aide à la presse

non éligible

### Prix de vente

#### gratuit

Distribution gratuite dans un réseau de magasins et de boîtes de distribution

Nombre de journalistes

01

Nombre de  
freelances  
▶ 08

Nombre de  
journalistes culture

01

Nombre de  
freelances  
culture  
▶ 05

### Direction & rédaction en chef/fe

Directrice de la publication : Maria Pietrangeli ; rédacteur en chef : Fabien Rodrigues ([Fabien.Rodrigues@wateditions.lu](mailto:Fabien.Rodrigues@wateditions.lu))

### Responsable culture

Fabien Rodrigues

### Supplément/s culture

Non, mais une *newsletter* à laquelle on peut s'abonner ; rubrique culture sur le site web

[boldmagazine.lu](http://boldmagazine.lu)

# Les périodiques

## Femmes Magazine

*Femmes magazine* se définit lui-même comme « le seul mensuel féminin au Luxembourg ». Il se consacre aux sujets mode, beauté, bien-être, décoration ou de société. Un cahier « Save the date » de quelques pages (cinq dans l'édition de mars 2022, forte de 106 pages en tout) est consacré aux recommandations culturelles du mois : concerts, spectacles, expositions au Luxembourg et dans la Grande Région. Ces pages accueillent aussi des annonces culturelles. Selon la directrice de la publication Maria Pietrangeli<sup>22</sup>, le magazine s'adresse à un public multigénérationnel, essentiellement constitué de femmes, « mais de plus en plus d'hommes nous lisent ». Dans sa couverture culturelle, le magazine se limite expressément aux annonces et aux brèves. Sur le site internet, une rubrique « Culture » est consacrée aux actualités et aux comptes-rendus d'événements culturels. La directrice et rédactrice en cheffe regrette que le magazine ne « bénéficie d'aucune subvention », sinon il pourrait « faire différemment ». Elle ne voit pas de lien entre la présence d'annonceurs et le choix des sujets traités : « Même si nous sommes un 'gratuit' et que nous dépendons des annonceurs, nous nous offrons le luxe de choisir les événements que nous présentons ».

<sup>22</sup> \_ voir aussi sous **Bold** ci-devant

### Fondation

2000

### Éditeur

Wat Éditions S.à r.l.  
gérante unique : Maria Pietrangeli  
Maria Pietrangeli possède aussi 100 % des parts de la société

### Adresse

74, rue Ermesinde  
L-1469 Luxembourg

### Fréquence

mensuel

### Tirage

20 200 exemplaires, certifié Cim 2019

### Ilres Plurimedia 22-I

17 700 lecteurs/trices ou 3,3 %

### Aide à la presse

non éligible

### Prix de vente

gratuit

Nombre de journalistes

03

Nombre de  
freelances  
▶ 08

Selon leurs réponses  
au questionnaire reçues  
le 7 janvier 2022.

Nombre de  
journalistes culture

01

Nombre de  
freelances  
culture  
▶ 0

### Direction & rédaction en chef/fe

Maria Pietrangeli (maria.pietrangeli@femmesmagazine.lu)

### Responsable culture

Fabien Rodrigues (fabien.Rodrigues@wateditions.lu)

### Supplément/s culture

Non

femmesmagazine.lu

## Les périodiques

# Luxembourg Féminin

Le magazine *Luxembourg Féminin* dit s'adresser à un lectorat féminin d'âge mûr (entre 35 et 55 ans)<sup>23</sup> et regrette qu'aujourd'hui, les lecteurs et lectrices soient « moins cultivé/es » et préfèrent les séries *Netflix* aux « films plus traditionnels ». En plus, la directrice de la publication Isabelle Debuchy estime que « les jeunes lectrices s'intéressent plus à la mode, à la beauté qu'aux pages culture ». Néanmoins, le magazine offre une certaine attention à la culture – par exemple en consacrant la Une de son numéro d'hiver 2021 aux directrices de Kultur|lx Diane Tobes et Valérie Quilez ou celle de l'hiver 2022/23 à l'actrice Vicky Krieps. En plus du magazine imprimé, *Luxembourg Féminin* a un blog sur son site, avec e.a. des recommandations en matière d'actualité culturelle. *Luxembourg Féminin* ne perçoit aucune aide étatique mais se finance grâce aux annonces, aux abonnements et à la vente au numéro.

<sup>23</sup> \_ Dans leurs réponses au questionnaire reçues le 3 janvier 2022

### Fondation

2006

### Éditeur

Lux Presse International S.A.

### Adresse

13, rue Philippe II  
L-2340 Luxembourg

### Fréquence

44 numéros / an

### Tirage

n.i.

### Ilres Plurimedia 22-II

n.i.

### Aide à la presse

non éligible

### Prix de vente

7<sup>90</sup> €

par numéro  
État : mars 2023

Nombre de journalistes

n.i.

Nombre de  
freelances

► 05

Nombre de  
journalistes culture

n.i.

Nombre de  
freelances  
culture

n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Délégué à la gestion journalistique : Stéphane Schmitt  
Isabelle Debuchy ([isabelle.debuchy@luxpresseinternational.lu](mailto:isabelle.debuchy@luxpresseinternational.lu))

### Responsable culture

id.

### Supplément/s culture

Non

[luxembourgfeminin.lu](http://luxembourgfeminin.lu)



## Les périodiques

# Janette

*Janette* se veut le magazine féminin «frais et dynamique». Distribué gratuitement, notamment dans les magasins de vêtements ou de beauté, il comporte un cahier «culture» d'une dizaine de pages (sur une centaine en tout, étant consacrées à la mode, la beauté et les thèmes sociétaux), comportant essentiellement des recommandations d'activités culturelles : lecture, cinéma, concerts ou CD. Récolte régulièrement des annonces culturelles. Le site internet se veut complémentaire et plus actuel que le magazine imprimé.

### Fondation

2014

### Éditeur

Caractère, maison d'édition S.à r.l.

### Adresse

433, route de Thionville  
L-5887 Alzingen

### Fréquence

10 fois par an

### Tirage

21 000 exemplaires  
données Cim 2020

### Ilres Plurimedia 22-II

n.i.

### Aide à la presse

non éligible

### Prix de vente

gratuit  
en distribution

26 €  
abonnement



### Direction & rédaction en chef/fe

Directrice et rédactrice en cheffe: Paule Kiéner

### Responsable culture

n.i.

### Supplément/s culture

Non ; sur le site, la culture est intégrée dans le domaine «évasion»

janette.lu

## Les périodiques

# Adada

Lancé en 2010 sur le web par Jérôme Rudoni, d'abord en tant que freelance puis comme directeur à plein temps, *Adada.lu* est un site consacré à la communication, à la publicité, aux médias et au design graphique. Depuis 2019, une version «offline», donc *print*, paraît quatre fois par an, éditée par 11 Août Media S.à r. l. s.

adada.lu

## Les périodiques

# Wunnen

Lancé en juin 2007, le magazine *Wunnen* paraît tous les deux mois, est édité par Luxedit S.à r.l. ayant son siège à Luxembourg et détenue à 100% par Jean-François Zimmer. Le magazine, dirigé par le rédacteur en chef Paulo Lobo, est consacré à l'architecture et l'architecture d'intérieur ainsi qu'à la décoration et offre régulièrement une plateforme aux architectes autochtones pour présenter leurs projets les plus récents. Le magazine tire à 11 000 exemplaires (selon l'ours), est vendu au prix de 9 € et dispose également d'un réseau de distribution bien organisé. Le site internet *wunnen-mag.lu* offre, parmi d'autres rubriques, des papiers d'actualité, un bloc-notes et une archive.

wunnen-mag.lu



# Revue culturelles

Voyant les revues culturelles exclues – du fait de leur spécialisation –, du mécanisme d'aide à la presse généraliste, alors qu'elles sont confrontées à des frais de production et de distribution tout à fait comparables (même si la plupart de ces revues ne disposent pas de collaborateurs fixes et ne rémunèrent guère leurs auteurs et autrices, à l'exception de *Forum*), le ministère de la Culture introduit en 1999 une aide spécifique à la presse culturelle. Dix revues en profitèrent cette année-là : *De Cliärrwer Kanton*, *Aktioun Lëtzebuergesch*, *Ensemble*, *Estuaires*, *Forum*, *Galerie*, *Heimat und Mission*, *Hémecht*, *Les Cahiers luxembourgeois* et *nos cahiers*, pour une enveloppe totale de 80 565 euros d'aides financières. Pour avoir droit à cette aide, les revues devaient « être de haut niveau intellectuel et d'intérêt national et international à apprécier par le ministre de la Culture » et paraître depuis au moins trois ans pour au moins 400 abonné/es<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> \_ réponse de la ministre de la Culture Erna Hennicot-Schoepges à la question parlementaire n° 47 du 23 octobre 1996 du député Robert Garcia

Plusieurs de ces revues ayant cessé de paraître ou changé de format/concept ou d'éditeur depuis, elles ne furent plus que cinq (*De Cliärrwer Kanton*, *Forum*, *Hémecht*, *nos cahiers* et *Revista abri*) à se partager 82 000 € d'aides en 2022. L'aide aux revues culturelles s'adresse aux éditeurs et « vise à favoriser le développement et la diffusion des revues. »<sup>25</sup> En 2023, une réforme du mécanisme d'attribution a été entreprise : suite à un appel à candidatures, les revues obtiennent une convention pluriannuelle sur trois ans, tacitement reconductible, qui leur assure une meilleure prévisibilité financière et une simplification administrative au niveau de la demande. Cet appel s'adresse aux revues littéraires, aux revues culturelles traitant du patrimoine et de l'histoire nationaux ainsi qu'aux revues culturelles traitant de la culture au sens large et de questions de société au Luxembourg. Pour être éligibles, les revues doivent paraître au moins deux fois par an depuis au moins un an et avoir un tirage minimum de 200 exemplaires, disposer d'un numéro ISBN/ISSN et ne pas dédier plus de 20% de leur surface à la publicité.

<sup>25</sup> \_ Source : [mc.gouvernement.lu](http://mc.gouvernement.lu)

Voici les revues culturelles existant au printemps 2023; toutes n'avaient pas demandé ou reçu de telles aides du ministère de la Culture en 2022.

# Revue culturelle

## Forum

En 2022, le magazine *Forum* a foncièrement changé: le magazine mensuel connu pour ses dossiers thématiques en rapport avec des changements sociétaux écrits par des auteurs/trices expert/es passe en bi-mensuel et un poids plus grand est désormais accordé au site internet et à des conférences appelées «Public Forum» (qui doivent se tenir au moins cinq fois par an). Sur le site, la culture doit prendre une place plus grande, comme la flexibilité du *web* permet de coller à l'actualité et de réagir plus immédiatement. La rubrique *Forum\_C*, animée par Viviane Thill et Yves Steichen, tous les deux du service film au Centre national de l'audiovisuel (CNA), permet par exemple de publier des comptes-rendus de festivals et des critiques de films au plus près de l'actualité.

L'ancien rédacteur en chef Henning Marmulla<sup>26</sup> voulait développer la couverture des différents champs culturels et cherchait pour cela à recruter des auteurs/trices. Par rapport à la concurrence du *web* et des réseaux sociaux, Marmulla estime que la presse magazine a un rôle primordial à jouer dans la sensibilisation du grand public à l'importance du débat critique autour de la chose culturelle. Étant donné sa tradition et sa sensibilité pour la culture, *Forum* compte beaucoup d'annonceurs fidèles de ce domaine, mais regrette que les instances publiques ne considèrent souvent pas ce support pour les campagnes officielles. Le rédacteur en chef observe une tendance pour le marketing et la complaisance sur les réseaux sociaux et parmi la blogosphère spécialisée et souligne que cette évolution ne fait qu'accroître l'importance du rôle d'une presse critique et objective. Il souligne en outre les excellentes relations que *Forum* entretient avec le monde culturel, et ce aussi bien du côté des institutions que du côté des acteurs culturels.

<sup>26</sup> \_ Henning Marmulla fut rédacteur en chef jusqu'en mars 2023 et a envoyé les réponses au questionnaire le 17 décembre 2021.

### Fondation

1976

### Éditeur

Forum asbl.  
président: Thomas Köhl

### Adresse

1, rue Mohrfels  
L-2680 Luxembourg

### Fréquence

Mensuel jusque fin 2021;  
bi-mensuel depuis début 2022

### Tirage

1 700 exemplaires par numéro,  
plus un accent de plus en plus grand sur la page web  
Selon leurs réponses au questionnaire reçues  
le 17 décembre 2021

### Aide à la presse 2022

102 495 €, plus 50 000 € d'aide à la presse culturelle  
du ministère de la Culture  
pour le volet «éducation aux médias et à la citoyenneté»  
(«Bürgermedien»)

### Prix de vente

7 €

par numéro

36 €

abonnement:  
36 euros / an (6 numéros)

Nombre de journalistes

04

### Nombre de freelances

Entre 10 et 20, tou/tes bénévoles, le *Forum* se définissant comme «magazine d'auteurs/trices»

état: mars 2023

Nombre de journalistes culture

0

### Nombre de freelances culture

Entre 5-10, majoritairement bénévoles; seul/es les auteurs/trices qui n'ont pas d'autre métier sont payé/es

### Direction & rédaction en chef/fe

Rebecca Baden ([rbaden@forum.lu](mailto:rbaden@forum.lu))

### Responsable culture

id.

### Supplément/s culture

Le magazine publie régulièrement des dossiers thématiques ayant trait à la culture; sur le web: *forum\_C* est consacré aux critiques de cinéma et de séries de télévision

forum.lu

## Revue culturelle

# Hémecht

À côté de ses articles dédiés à l'histoire dans le contexte luxembourgeois, le magazine *Hémecht* réserve une partie de ses pages aux sciences sociales (en publiant par exemple des résumés de mémoires de master) ainsi qu'à des critiques de livres<sup>27</sup>. Tous les numéros parus entre 1895 et 2015 ont été digitalisés par la Bibliothèque nationale et sont disponibles via [a-z.lu](http://a-z.lu). Les tables des matières et les résumés sont publiés sur le réseau H/SOZ/KULT et critiques sont en outre disponibles via [recensio.net](http://recensio.net). Selon l'historien Paul Dostert, un des membres du comité de rédaction, « le nombre de lecteurs ainsi que le nombre des auteurs/collaborateurs » a augmenté suite à la création de l'Université du Luxembourg. La revue comptait jadis certaines institutions culturelles parmi ses annonceurs et regrette que ce soit de moins en moins le cas. Dostert estime que les réseaux sociaux leur sont favorables : « *Hémecht* profite des réseaux sociaux et de ses lecteurs ».

<sup>27</sup> \_ Selon leurs réponses au questionnaire reçues le 3 décembre 2021.

### Fondation

1895 (Ons Hémecht) ;  
refondation : 1948

### Éditeur

Office services S.A.  
président-directeur : Jean-Paul Schmitz

### Adresse

Comité de rédaction :  
Uni.lu,  
Maison des sciences humaines  
11, porte des sciences  
L-4366 Esch-Belval

### Fréquence

4 numéros par an

### Tirage

800 par numéro ;  
546 abonné/es et 170 exemplaires par distributeur

### Sous-titre

« Revue d'histoire luxembourgeoise, transnationale,  
locale, interdisciplinaire »

### Aide à la presse culturelle du MC 2022

15 000 €

### Prix de vente

**22 €** | **50 €**  
par numéro | abonnement de 4 numéros

### Comité de rédaction

Andrea Binsfeld, Paul Dostert, Sonja Kmec,  
Jean-Marie Majerus, Claudine Moulin, Michel Pauly

### Contact

[hemecht@pt.lu](mailto:hemecht@pt.lu)

### Supplément/s culture

La revue est entièrement dédiée à l'histoire et aux sciences humaines et publie des articles spécialisés pour un public averti

**hemecht.lu**

## Revue culturelle

# De Clärrwer Kanton

Le magazine *De Clärrwer Kanton* a été fondé en 1979 et a pour but de « promouvoir la vie culturelle dans le canton de Clervaux (dans un sens plus large également la vie sociale, économique...) », écrivent Christian Arend et Adrien Wouters dans leurs réponses au questionnaire du ministère de la Culture. Estimant qu'il est de plus en plus difficile « de motiver les gens à lire sur un support papier », la revue publie en outre des vidéos sur le contenu de ses magazines sur [Youtube](#), animées par le président de l'asbl, le député libéral André Bauler. Le magazine se consacre à la culture patrimoniale et de proximité et imagine tout à fait une collaboration plus étroite avec d'autres éditeurs similaires.

### Fondation

1979

### Éditeur

De Clärrwer Kanton asbl.  
président: André Bauler

### Adresse

B.P. 48; L-9701 Clervaux

### Fréquence

4 numéros par an

### Tirage

n.i.

### Aide à la presse culturelle du MC 2022

6 000 €

### Prix de vente

Les membres donateurs de l'association qui payent au moins 35 € de cotisation par an reçoivent les 4 numéros gratuitement

### Direction & rédaction en chef/fe

Christian Arend ([christian.arend@education.lu](mailto:christian.arend@education.lu))

### Nombre de collaborateurs

Une vingtaine  
Selon leurs réponses au questionnaire envoyées  
le 29 décembre 2021

[dck.lu](http://dck.lu)

## Revue culturelle

# nos cahiers

*nos cahiers – Lëtzebuenger Zäitschrëft fir Kultur* furent pendant longtemps la revue culturelle du Groupe Saint-Paul, par ailleurs éditeur du *Luxemburger Wort*, jusqu'à ce que Mediahuis reprenne les journaux du groupe en 2020, mais ne montra guère d'intérêt pour ce magazine. La reprise de la revue par Print Solutions la sauva. Les éditeurs décrivent le magazine ainsi: « Le programme éditorial de 'nos cahiers' consiste dans la publication d'œuvres littéraires (récits, poèmes, etc.) et d'articles sur les beaux-arts, la musique ainsi que des contributions sur des questions tant d'ordre culturel et historique qu'intellectuelle, philosophique et morale ».

### Fondation

1980

### Éditeur

Print Solutions S.à r.l.  
directeur: Jean-Luc Wolter

### Adresse

49, rue de Muhlenbach  
L-2168 Luxembourg

### Fréquence

4 numéros par an

### Tirage

400 exemplaires par numéro /  
dont 232 envoyés aux abonné/es et 50 par distributeur

### Aide à la presse culturelle du MC 2022

7 000 €

### Prix de vente

24 €

par numéro

60 €

pour un abonnement

### Comité de rédaction

Georges Goedert (président),  
Vesna Andonovic, Jeff Baden, André Grosbusch,  
Georges Hellinghausen, Albert Lanners, Robert L. Philippart,  
Guy Weirich et Léon Zeches

### Contact

[noscachiers@gmail.com](mailto:noscachiers@gmail.com)

## Revue culturelle

# Les cahiers luxembourgeois

La culture est l'unique ressort des *Cahiers luxembourgeois* : la revue offre une plateforme de publication et d'échange à de jeunes écrivain/es ou chercheur/es avec une seule contrainte : « Nous exigeons que les contributeurs aient un rapport quelconque avec le pays », écrit Ian De Toffoli<sup>28</sup>. Par la force des choses, la revue s'adresse donc à un public averti, « plus ou moins intellectuel », qui est à la recherche de textes littéraires inédits et/ou d'essais historiques et sociaux originaux dans quatre langues. Ian De Toffoli, qui, par ailleurs, est lui-même auteur et éditeur (Hydre Éditions), regrette la disparition de la revue *Galerie* de Cornel Meder, suite au décès de celui-ci en 2018, et constate donc que *Les cahiers luxembourgeois* demeurent la seule revue littéraire à proprement parler au Luxembourg. Et de regretter qu'« il est devenu beaucoup plus difficile de trouver un public fidèle à ce genre de support », face à une concurrence démultipliée et une « accélération générale du monde » : « L'abonné/e d'une revue littéraire trimestrielle, qui lit fidèlement toutes les contributions à chaque parution, n'existe plus aujourd'hui. » La revue ne perçoit actuellement pas d'aide publique<sup>29</sup> et ne collecte pas d'annonces commerciales ; elle survit donc uniquement grâce à ses abonné/es et soutiens. Bien que les blogs d'auteurs et d'autrices se multiplient, la publication dans une revue spécialisée, avec un lectorat avisé, resterait « définitivement plus prestigieuse », estime l'éditeur.

<sup>28</sup> \_ Dans ses réponses au questionnaire reçues le 4 février 2022.9

<sup>29</sup> \_ à l'exception d'un subside pour le lancement en 2016, la nouvelle équipe n'ayant pas posé de demande usqu'en 2022 pour avoir droit à ces aides

### Fondation

1923 par Nicolas Ries ;  
dernier responsable jusqu'en 2008 : Nic Weber ;  
depuis 2016 : relancé par Ian De Toffoli,  
Marc Limpach et Elise Schmit

### Éditeur

Les cahiers luxembourgeois asbl.  
président : Ian De Toffoli

### Adresse

4A, rue d'Orval  
L-2270 Luxembourg

### Fréquence

3 numéros par an

### Tirage

n.i.

### Aide à la presse culturelle du MC 2022

non

### Prix de vente

20 €

par numéro

50 €

par abonnement, plus frais  
postaux



Nombre de  
collaborateurs  
fixes (bénévoles)

### Direction & rédaction en chef/fe

Comité de rédaction, présidé par Ian De Toffoli  
([ian.detoffoli@yahoo.com](mailto:ian.detoffoli@yahoo.com)),  
avec Marc Limpach et Elise Schmit

### Responsable culture

Comité de rédaction

### Supplément/s culture

Chaque numéro est illustré par un/e artiste

[cahierluxembourgeois.lu](http://cahierluxembourgeois.lu)

## Revues culturelles

# Revista abril

La *Revista abril* est éditée par une association sans but lucratif créée avec comme seul objet « la conception, programmation, élaboration, publication, diffusion et gestion de la revue *abril* »<sup>30</sup>.

Publiée entièrement en espagnol, elle « retrace l'évolution des diverses littératures et cultures de par le monde et publie régulièrement des dossiers sur les nouveautés littéraires et les écrivains du Grand-Duché ». Au graphisme très soigné, faisant intervenir graphistes et artistes, la revue permet en outre de rendre accessible des œuvres d'auteurs et d'autrices luxembourgeois/es à un lectorat hispanophone.

### Fondation

1991

### Éditeur

Revista abril asbl.  
président : José Gonzalez Holguera

### Adresse

11, rue Wurth Paquet  
L-2737 Luxembourg

### Fréquence

2 numéros par an

### Tirage

500 exemplaires par numéro

### Aide à la presse culturelle du MC 2022

4 000 €

### Prix de vente

12 €

exemplaire

20 €

abonnement annuel

Instagram: @revista.abril

<sup>30</sup> \_ Source : statuts déposés au  
Registre de commerce et des sociétés.

## Revues culturelles

# Adato

Lancée en 2002 par l'architecte François Valentiny comme plateforme de communication du bureau d'architecture HVP et de débats sur des thèmes concernant l'architecture, la revue *Adato* a été reprise en 2017 par Anna Valentiny, la fille, qui a créé une société d'édition pour cela, Point Nemo Publishing, dont le siège est à Remerschen. La refonte de la maquette a été assurée par Studio Polenta et le contenu est désormais décidé par un comité éditorial présidé par Anna Valentiny. Trois fois par an, *Adato* discute avec des expert/es internationaux/ales de sujets ayant trait à la culture du bâti. Vendu 10 € en kiosques, le magazine ressemble de plus en plus à un petit livre A4, notamment grâce à ses couvertures rigides. Il peut aussi être consulté [en ligne ici](#).

## Revues culturelles

# Arts et lettres

La revue *Arts et lettres* est une publication (en principe) biennale de l'Institut Grand-Ducal – section Arts et Lettres, qui est une des six sections de cet institut créé en 1868 par un arrêté royal grand-ducal. L'Institut Grand-Ducal a pour but de « cultiver les sciences, les lettres et les arts » et a été réformé par la loi organique du 21 décembre 2017. Présidée par le critique d'art et professeur e.r. Lucien Kayser, la section Arts et Lettres attribue tous les deux ans un prix à un/e jeune artiste, prix qui est remis lors d'une soirée et qui va de pair avec la publication d'une brochure sur l'œuvre de l'artiste primé/e. Depuis 2009, la section publie en outre cette revue de quelque 150 pages dans laquelle paraissent essentiellement des essais de membres de la section et des dossiers thématiques (sur des artistes plasticien/nes, auteurs/ autrices, architectes...) La revue est vendue en librairie (prix non indiqué).

# OSB

Chapitre

## Revue culturelles de la Grande Région

Un certain nombre de journaux, magazines et revues culturelles publiés dans les pays voisins, notamment en France et en Allemagne, sont distribués gratuitement dans les musées, espaces d'exposition, théâtres, salles de concerts ou galeries privées. Offrant souvent des agendas et des recommandations de sorties, ces publications cherchent non seulement l'attention du lectorat autochtone, mais comptent aussi attirer les annonceurs culturels luxembourgeois, auxquels ils peuvent promettre un public dépassant les frontières grand-ducales.



## Opus

*Opus* se définit comme «Das Kulturmagazin der Großregion». Publié depuis 2007 tous les deux mois en format magazine sur papier brillant par Krüger Druck + Verlag GmbH & Co. KG et les éditions Saarlandkultur GmbH, *Opus* aborde à chaque édition un autre sujet sociétal ou culturel et dresse un portrait assez complet de l'actualité culturelle en Sarre, en Rhénanie-Palatinat (et au-delà), dans le Grand Est français et au Luxembourg. Dirigé par Kurt Bohr (homme politique socialiste), tirant à 6 500 exemplaires (source : ours) et vendu 9 euros par numéro (abonnement annuel : 45 €) en kiosques, le magazine attire aussi les annonceurs culturels luxembourgeois, qui y publient leurs actualités à destination du public grand-régional.

Plus d'informations :

[opus-kulturmagazin.de](http://opus-kulturmagazin.de)

## Poly

Fondé en 1997 sous le nom *Polystyrène* et devenu simplement *Poly* en 2006, ce magazine publié par la société BKN de Strasbourg, qui est dirigée par Julien Schick, couvre mensuellement l'actualité culturelle de l'ensemble du Grand Est français, de Bourgogne-Franche-Comté, de Sarre, de Bade-Wurtemberg, de Suisse et du Luxembourg. Il existe en deux versions : l'une, francophone, tire à 20 000 exemplaires, et une deuxième, franco-allemande, à 50 000 exemplaires. Le magazine est distribué gratuitement dans les lieux culturels de la région couverte, mais peut aussi être abonné à 50 € par an ; il accueille régulièrement des annonces des institutions culturelles autochtones. Le contenu est un mélange entre brèves, analyses, rencontres et comptes-rendus.

Plus d'informations :

[poly.fr](http://poly.fr)

## Kunstzeitung

Fondée en 1996 par Gabriele Lindinger et Karlheinz Schmid (qui en assure toujours la rédaction en chef) et publiée par Lindinger+Schmit qui a son siège à Berlin, la *Kunstzeitung* est un mensuel paraissant en format journal avec un tirage de 200 000 exemplaires par numéro. Consacrée aux arts plastiques, au marché de l'art et aux institutions muséales, la *Kunstzeitung* est distribuée gratuitement dans les pays germanophones et dispose d'un réseau de 1 900 points de distribution – dont certaines institutions luxembourgeoises, comme le Casino Luxembourg – Forum d'art contemporain. Le journal peut aussi être abonné, au prix de 37 € par an, qui couvrent les frais de port. Il se finance par les nombreuses annonces de musées, de galeries, festivals ou biennales qu'elle récolte.

Plus d'informations :

[lindinger-schmid.de](http://lindinger-schmid.de)

## Spectacles

*Spectacles Magazine* est une publication mensuelle d'annonces de spectacles dans les domaines de la musique, du théâtre ou des arts visuels. Publié par Spectacles Publications, qui est également dirigée par Julien Schick (voir sous *Poly*, ci-dessus), l'édition régionale disponible au Luxembourg est réalisée à Nancy et imprimée à Moulins-les-Metz, tirant à 30 000 exemplaires. Elle couvre les départements français de la Meuse et de la Moselle ainsi que le Grand-Duché de Luxembourg. On y trouve l'actualité des théâtres, musées et salles de concerts luxembourgeois, qui y sont aussi souvent présents avec des annonces et distribuent le magazine gratuitement dans leurs lieux.

Plus d'informations :

[s-mags.fr](http://s-mags.fr)

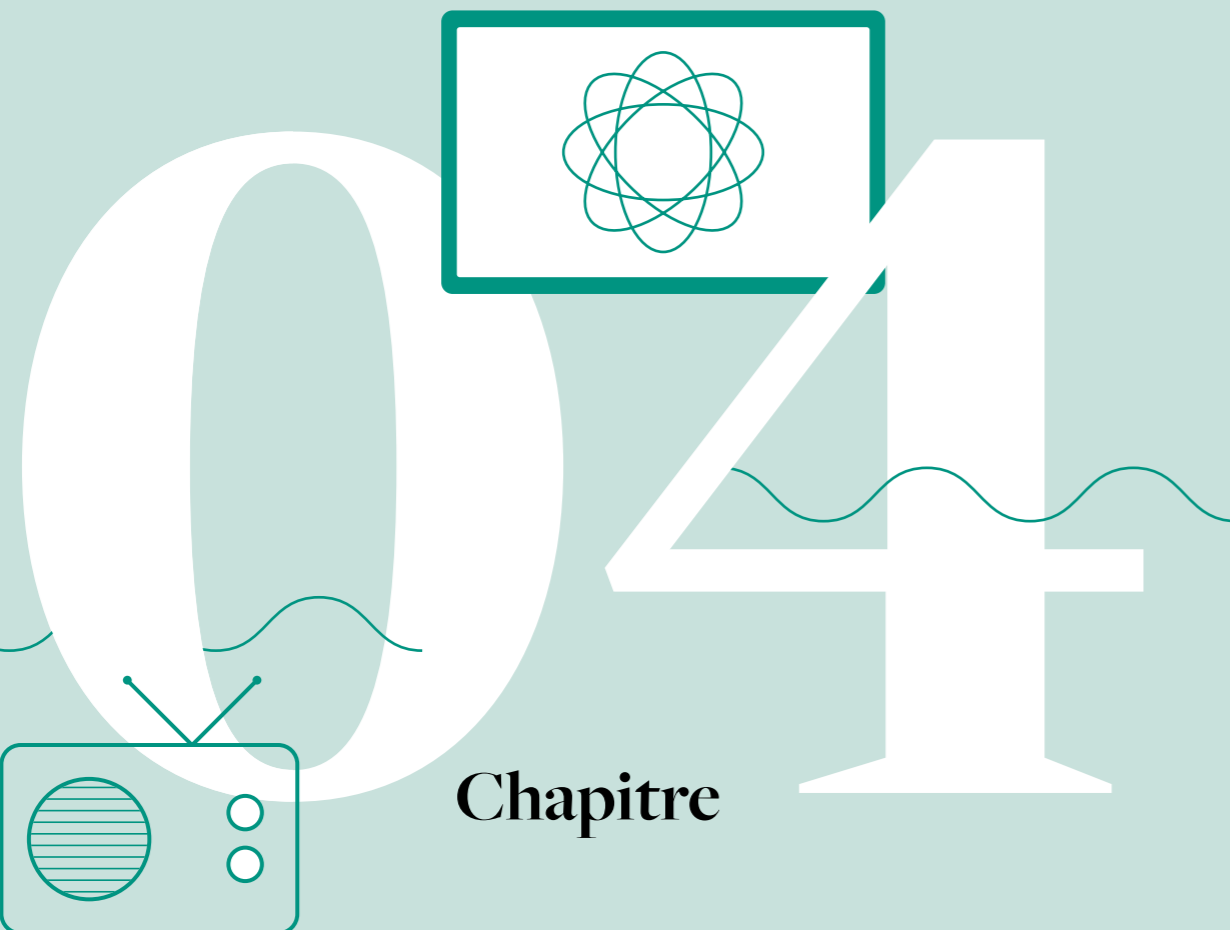
## Novo

Sous le slogan «La culture n'a pas de prix», le magazine *Novo* paraît depuis treize ans (le n° 67 est daté décembre 2022-février 2023) à Mulhouse (Médiapop) et Strasbourg (Chicmédiat) et est le plus ambitieux des magazines culturels gratuits distribués aussi au Luxembourg, et ce aussi bien par son contenu varié et approfondi (entretiens, papiers de fond sur les écritures, scènes ou arts par exemple, chroniques et sélections) que par son esthétique soignée. Sous la rédaction en chef de Philippe Schweyer, *Novo* s'adresse visiblement à un lectorat averti. La scène culturelle luxembourgeoise y est marginale, même si le magazine accueille des annonces d'institutions culturelles autochtones et est distribué dans certains lieux culturels.

Pour plus d'informations :

[novomag.fr](http://novomag.fr)

→ Par ailleurs, les institutions culturelles luxembourgeoises investissent de plus en plus régulièrement dans des annonces dans les grands magazines d'art, comme *Art Press*, *Beaux Arts Magazine*, *Monopol*, *Le Quotidien de l'Art*, pour n'en citer que quelques-uns. Cela est particulièrement vrai lors d'événements à rayonnement international, comme ce fut le cas durant Esch 2022, Capitale européenne de la culture, lors de l'Art Week en automne ou au moment de la Biennale de Venise. Ces investissements peuvent prendre la forme d'annonces classiques, d'encarts ou de suppléments entiers consacrés à l'événement en question. De plus en plus souvent, ces institutions ont recours à des agences de presse internationales, qui établissent de véritables plans médias pour promouvoir un événement.



## Chapitre

# Le paysage audiovisuel luxembourgeois

Jusqu'à la libéralisation des ondes, par la loi du 27 juillet 1991, RTL avait un monopole dans l'audiovisuel au Luxembourg – une situation incongrue, puisque, contrairement aux pays voisins, il ne s'agissait pas d'un monopole public mais d'un monopole d'une société privée. Créée en 1931 sous le nom de CLR (Compagnie luxembourgeoise de radiodiffusion), devenue CLT (Compagnie luxembourgeoise de télédiffusion) en 1954, puis intégrée dans le groupe Bertelsmann sous le nom de CLT-Ufa en 1996 (qui rejoint RTL Group en 2000), RTL a pu contourner les monopoles étatiques des pays voisins et offrir des programmes aux publics allemands, français et, via les longues ondes, au-delà en s'assurant la mise à disposition des fréquences de moyennes et longues ondes du Luxembourg. Diffusant à partir de la mythique Villa Louvigny, le groupe assura durant presque un siècle une importante mission de rayonnement culturel, entretenant même son propre orchestre de 1933 jusqu'en 1996 (lorsqu'il est repris par l'État, et devient l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg, intégré dans la Philharmonie en 2005).

Durant la période de la Guerre Froide, RTL longues ondes<sup>31</sup> fut pour beaucoup d'auditeurs et d'auditrices qui la captèrent synonyme de liberté et de culture occidentale. Côté télévision, la création de *RTL Plus*, première chaîne de télévision privée, en 1984 en Allemagne, a certainement contribué à l'accélération de la libéralisation du paysage télévisuel allemand. Longtemps, l'offre télévisuelle proprement luxembourgeoise de RTL se limita à des éléments de programmes, au début encore en français, puis à partir de 1969, en luxembourgeois : le dimanche après-midi était l'heure de l'émission *Hei Elei Kuck Elei* réalisée par Jean Octave, précédée de *Buona Domenica*, une émission de divertissement en italien réalisée par Gino Santini (1982-1993). En 1991 seulement, sous les auspices d'Alain Berwick nommé « station manager », et prenant les devants de la libéralisation des ondes avec l'importante réforme législative, les programmes télévisuels luxembourgeois s'étendirent à une heure par jour, connue jadis sous le nom « Eng Stonn fir Lëtzebuerg » et désormais simplement sous le nom de *RTL Télé Lëtzebuerg* (diffusion en direct entre 19 et 20 heures tous les soirs, avec une demi-heure d'informations ; rediffusion jusqu'à minuit, en différé sur *RTL2* et à la demande via la plateforme *rtl.lu* et via l'application mobile).

Si, côté radio, la libéralisation de 1991 a notamment créé l'établissement public de radiodiffusion socioculturelle, qui émet depuis 1993 sous le nom de *Radio 100,7* et assure le service public radiophonique en langue luxembourgeoise, elle a aussi lancé un

certain nombre d'ambitions privées concurrentes à RTL, et ce aussi bien dans le domaine de la radio que de la télévision. Sont ainsi nés *Den neie Radio/DNR* du groupe Saint Paul (1992-2014), *Eldorado*, s'adressant à un public plus jeune (et désormais intégrée dans le giron de RTL), *Radio Latina*, diffusant essentiellement en portugais pour un public non-luxembourghophone, *Radio Ara*, communautaire, ou, beaucoup plus tard, en 2016, *L'Essentiel radio*, programme en français s'adressant surtout aux travailleurs frontaliers.

Côté télévision, les initiatives lancées durant la libéralisation suite à la loi de 1991 ne furent pas toujours concluantes, le marché s'avérant trop petit pour assurer la rentabilité de plusieurs chaînes. Ainsi, *Tango TV*, lancée en 2002, devenue *T.TV* en 2004, arrêta d'émettre en 2007. D'autres programmes n'avaient pas forcément le profil d'une chaîne généraliste, mais plus communautaires, comme *.dokTV/Den oppene Kanal* (canal ouvert, lancé en 2003 ; Ilres 2022-II : 6 600 spectateurs ou 1,2 %), *Kueb TV* (2001-?) ou *Nordlicht TV* (depuis 1996, s'adressant à la population de l'Oesling ; Ilres 2022-II : 13 200 spectateurs ou 2,4 %), ou plus spécialisées, comme *Luxe TV* (2006-2020), vantant des produits de luxe pour une clientèle internationale ; *Chamber TV*, la chaîne parlementaire (lancée en 2001 ; Ilres 2022-II : 13 100 spectateurs ou 2,4 %) ; ou *Uelzechtkanal*, chaîne d'élèves du Lycée de Garçons à Esch-sur-Alzette (lancée en 1996 ; Ilres 2022-II : 7 400 spectateurs ou 1,3 %). Régulièrement, un débat politique sur l'opportunité ou la pertinence de lancer une chaîne de télévision publique, à l'image de *Radio 100,7*, refait surface, mais est vite relégué aux oubliettes au vu des coûts qu'une telle entreprise engendrerait.

Il n'y a pas de redevance pour les médias audiovisuels au Luxembourg. Très régulièrement, la scène culturelle, notamment musicale et cinématographique, se fait l'écho d'une revendication émanant des artistes et de leurs producteurs et demandant une présence accrue de leurs œuvres dans les programmes de radio et de télévision, par exemple par l'introduction de quotas de diffusion pour la culture autochtone. Les chaînes réagissent à ces demandes soit par la création d'émissions consacrées exclusivement à la musique luxembourgeoise, soit par une inclusion plus conséquente d'œuvres luxembourgeoises dans les émissions existantes<sup>32</sup>.

31 \_ RTL en a arrêté la diffusion début 2023

32 \_ Voir page 60 de *l'État des lieux – musiques amplifiées* du ministère de la Culture, décembre 2022 ; disponible ici

# La télévision

## RTL Télé Lëtzebuerg

Dans le cadre du contrat de concession qui lie RTL à l'État, les programmes culturels sont inscrits expressis verbis dans le cahier des charges. Selon ses propres dires, RTL veut « définir et présenter la culture au sens large du mot. Essayer d'atteindre le public le plus large possible tout en tenant compte de la diversité et de la créativité de la culture. Informer le public averti et essayer de sensibiliser le grand public à l'actualité culturelle. » Chaîne historique et quasi toujours monopoliste dans le domaine de la télévision, RTL s'adresse au « public le plus large possible », aussi en culture, où elle présente, promeut et divertit, tout en tentant d'œuvrer à la médiation des contenus culturels vers un grand public.

Les journalistes de *RTL Lëtzebuerg* travaillent en « pool » et peuvent fournir du contenu soit pour la radio, la télévision ou le site internet. Ainsi les quatre journalistes assigné/es au ressort de la culture travaillent pour les trois médias, en fonction de l'actualité. Pour la télévision, ils et elles fournissent « émissions culturelles, séries *feature*, reportages pour le *Journal* et le *Magazine* » et la chaîne « rediffuse des films, des pièces de théâtre ou des documentaires thématiques ». Pour la radio, ce sont plutôt des rubriques culturelles, consacrées par exemple aux livres ou aux films, des reportages, des cartes blanches, des présentations et des annonces d'événements, alors que sur internet, on retrouve l'actualité culturelle nationale et internationale, des *streams* d'événements, des entretiens plus longs et des *podcasts*.

*RTL Lëtzebuerg* se décline aussi en français, sous le nom « RTL 5 minutes » et en anglais, sous le titre « RTL Today », contenus plurilingues qui se concentrent surtout sur internet avec des éléments sons, images et textes. Les contenus sont partagés entre les différentes plateformes via des traductions.

Le micro rouge de RTL reste la force de frappe pour faire exister un événement au Luxembourg, qu'il soit politique, sportif, social ou culturel. L'équipe culturelle, qui fut dirigée jusque fin 2022 par l'émblématique Christiane Kremer<sup>33</sup> regrette toutefois que même pour elle, l'offre est désormais aussi pléthorique qu'il « faut faire son choix, une couverture exhaustive de l'offre culturelle [n'étant] malheureusement plus possible », regrette la cheffe de rubrique dans ses réponses au questionnaire. RTL est souvent associé comme « partenaire média » à des événements, les choix dans le domaine de la culture se faisant « en accord avec la rédaction culturelle et, dans la grande majorité des cas, sur demande de celle-ci. Plus qu'une concurrence, RTL voit dans les réseaux sociaux une « source d'inspiration et d'information » et les utilise elle-même comme « plateforme supplémentaire et complémentaire pour communiquer [ses] contenus »

→ À noter que, ayant radicalement changé ses habitudes depuis l'avènement d'internet, des contenus à la demande et en *streaming* ainsi que des réseaux sociaux, le public consomme ses médias de moins en moins en flux ou en linéaire et de plus en plus en éléments à la demande. Ainsi, tous les médias luxembourgeois du groupe RTL convergent sur le site *rtl.lu*, qui réunit 192 300 visiteurs de plus de quinze ans par jour moyen ou 35,4% des internautes (Ilres -Plurimedia 2022-II).

<sup>33</sup> \_ Qui répondit encore à ce questionnaire le 23 décembre 2021. Après son départ à la retraite, début 2023 elle a été remplacée à ce poste par Jenny Fischbach, mais Christiane Kremer continue à travailler en tant que freelance pour RTL.

### Fondation

RTL Hei Elei Kuck Elei: 1969 RTL Télé Lëtzebuerg: 1991

### Éditeur

CLT-Ufa S.A.  
président du CA: Jean-Louis Schiltz

### Adresse

43, boulevard Pierre Frieden  
L-1543 Luxembourg

### Type de média

Chaîne privée avec mission de service public

### Auditoire annoncé

138 700 spectateurs ou 51 % de la population par semaine  
Selon leurs réponses au questionnaire reçues le 23 décembre 2021

### Ilres Plurimedia 22-II

90 000 téléspectateurs/trices ou 16,6 %  
Audiences nette dédoublée (*RTL*, *RTL Zweek* +  
via Internet: 133 600 spectateurs/trices ou 24,6 %  
*rtl.lu*: 192 300 visiteurs/euses ou 35,4 %

### Aide publique

Maximum 9,94 millions d'euros en 2023

*RTL Télé et Radio Lëtzebuerg* assument une mission de service public pour le compte de l'État luxembourgeois. Leurs missions sont fixées dans des accords de concession pluriannuels négociés entre le gouvernement et CLT-Ufa. La convention actuellement en vigueur « portant sur la prestation du Service public luxembourgeois en matière de télévision » a été signée le 31 mars 2017. Elle demande notamment au prestataire une offre de programmes généraliste, comprenant « une ou des émission(s) culturelle(s) d'une durée totale d'une heure par semaine à la télévision ». Pour couvrir les frais qui incombent aux contraintes de service public, l'État couvre le découvert, soit un peu moins de 10 millions d'euros par an. La convention couvrant les années 2024 à 2030 a été signée le 14 juin 2022. Les montants maximaux de l'aide publique ont été fixés dans une loi organique (du 23 mai 2022); le découvert maximum annuel à charge de l'État se chiffre à entre 11,129 millions euros pour l'exercice 2024 et 15 millions d'euros pour l'exercice 2030.

Nombre de journalistes

140

(tous médias confondus)

Nombre de  
freelances  
▶ variable

Nombre de  
journalistes culture

04

Nombre de  
freelances  
culture

variable

### Direction & rédaction en chef/fe

CEO: Christophe Goossens;  
content director: Steve Schmit  
([steve\\_schmit@clt-ufa.com](mailto:steve_schmit@clt-ufa.com));  
directeur de l'information: Guy Weber  
([guy\\_weber@clt-ufa.com](mailto:guy_weber@clt-ufa.com))

### Responsable culture

Jenny Fischbach, *head of culture*  
([jenny\\_fischbach@clt-ufa.com](mailto:jenny_fischbach@clt-ufa.com))

rtl.lu

## Les radios

## RTL Radio Lëtzebuerg

Pour la description détaillée : voir ci-dessus, rubrique *RTL Télé Lëtzebuerg*

## Fondation

RTL Radio Lëtzebuerg : 1959

## Éditeur

CLT-Ufa S.A.  
président du CA : Jean-Louis Schiltz

## Adresse

43, boulevard Pierre Frieden  
L-1543 Luxembourg

## Auditoire annoncé

164 000 auditeurs/jour ou  
51,8% de la population en semaine

## Ilres Plurimedia 22-II

146 300 auditeurs/auditrices ou 27%

## Aide publique

Voir RTL Télé Lëtzebuerg

## Fréquence

92,5 & 88,9

Nombre de journalistes

140

(tous médias confondus)

Nombre de  
freelances  
▶ variable

Nombre de  
journalistes culture

04

Nombre de  
freelances  
culture  
variable

## Direction &amp; rédaction en chef/fe

CEO : Christophe Goossens ;  
content director : Steve Schmit  
([steve\\_schmit@clt-ufa.com](mailto:steve_schmit@clt-ufa.com)) ;  
rédacteur en chef : Roy Grotz  
([roy\\_grotz@clt-ufa.com](mailto:roy_grotz@clt-ufa.com))

## Responsable culture

Jenny Fischbach, *head of culture*  
([jenny\\_fischbach@clt-ufa.com](mailto:jenny_fischbach@clt-ufa.com))

## Supplément/s culture

Certains *podcasts* comme « *Podpurri Mir schwätze Kultur* », sont diffusés par extraits dans le programme radio, puis publiés in extenso sur le site : rubrique *Wat Leeft?* (annonces), cinéma, musique ou livres

rtl.lu

## Les radios

## Eldorado

*Eldorado* est la « radio pour jeunes » du groupe RTL : elle est la première radio auprès des 15-34 ans. *Eldorado* offre un programme d'animation dynamique, entrecoupé par des bulletins d'informations et de trafic ainsi que du *lifestyle*. La culture y est surtout musicale. « Malheureusement, nous ne pouvons pas participer à votre questionnaire, nous n'avons pas de rédaction culturelle », répondit la cheffe des programmes et rédactrice en cheffe Cynthia Meris par courriel à l'envoi du questionnaire, le 4 janvier 2022.

## Fondation

1991

## Éditeur

CLT-Ufa S.A.  
président du CA : Jean-Louis Schiltz

## Adresse

43, boulevard Pierre Frieden  
L-1543 Luxembourg

## Type de média

Radio en continu & site web

## Fréquence/s

105,0 ; 107,2 & 95,0

## Ilres Plurimedia 22-II

74 700 auditeurs/  
auditrices ou 13,8%  
Eldorado.lu : 24 500 ou 4,5%

## Aide publique

Non ; la radio se finance par les publicités commerciales

Nombre de journalistes

n.i.

Nombre de  
freelances  
▶ n.i.

Nombre de  
freelances  
culture  
N.i

## Direction &amp; rédaction en chef/fe

Directrice : Cynthia Meris

eldorado.lu

# Les radios

## Radio 100,7

La création du *Média de service public 100,7* remonte à la libéralisation du paysage audiovisuel luxembourgeois par la loi de 1991 sur les médias électroniques. Lancée comme « radio socioculturelle », la *Radio 100,7* n'émit les premières années que durant quelques heures par jour à partir des studios de RTL au Kirchberg, avant de gagner peu à peu en indépendance : avec les années, son programme devint de plus en plus complet, pour se diriger vers une radio généraliste gardant toutefois toujours un focus sur la culture et l'actualité culturelle au Luxembourg. La loi du 12 août 2022 la transforma en « Média de service public », incluant ainsi ses supports numériques (sites web, podcasts,...) dans sa mission de service public<sup>34</sup>.

Selon le rédacteur en chef Jean-Claude Franck, qui est aussi le responsable de la rédaction culturelle, la ligne éditoriale de *Radio 100,7* dans ce domaine est de couvrir « l'actualité de la vie culturelle et musicale régionale, nationale et internationale », et ce notamment via une « analyse critique et indépendante de projets culturels et de la politique culturelle nationale », « fournir un accès à la culture » grâce aux (re)transmissions en direct de concerts p.ex., de soutenir la création, d'offrir une éducation à la culture et de permettre aux artistes locaux et luxembourgeois une présence à l'antenne<sup>35</sup>. Il insiste sur l'importance d'appliquer les mêmes standards journalistiques rigoureux que pour les informations générales. Mais, comme nombre de ses collègues, il se voit confronté à une offre culturelle croissante, impossible à couvrir avec les ressources limitées des équipes. Il insiste sur l'indépendance de ses journalistes (culturels), et ceci même lorsque la radio a conclu un accord de partenariat avec l'organisateur d'un événement. Grâce à la possibilité d'émettre 24/7, la radio peut aussi offrir des formats plus longs, comme par exemple des retransmissions de concerts ou de débats, ou organiser elle-même des table-rondes thématiques ou des lectures. La médiathèque du site internet permet de réécouter les éléments de programmes qu'on aurait ratés. Depuis le 24 mars 2023, le Média 100,7 offre un programme musical dédié exclusivement à la musique classique sur internet intitulé *Opus*.

34 \_ L'autrice du présent rapport est membre du Conseil d'administration de l'établissement public

35 \_ Selon ses réponses au questionnaire reçues le 3 janvier 2022

### Fondation

Établissement public créé par la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques; début des émissions: 1993; nouvelle loi portant organisation de l'établissement public « Média de service public 100,7 » du 12 août 2022

### Éditeur

Média de service public 100,7, établissement public  
présidente du CA : Véronique Faber

### Adresse

21A, avenue JF Kennedy  
L-1855 Luxembourg

### Type de média

Radio en continu & site web

### Fréquence/s

100,7 & 95,9 FM

### Ilres Plurimedia 22-II

17 600 auditeurs/trices ou 3,2 %  
*100komma7.lu*: 7 100 ou 1,3%

### Dotation étatique

7,567 millions d'euros en 2023, via une ligne budgétaire, sur base d'une convention pluriannuelle avec le ministère des Médias

Le 31 mars 2023, le Premier ministre et ministre des Médias Xavier Bettel a signé la nouvelle convention assurant le financement du média de service public de 2024 à 2030; voir ici. En 2024, la dotation augmente de 25 % à 9,646 millions d'euros; en 2023, elle atteindra 12,176 millions d'euros. Dans l'article 1er concernant l'objet, il est spécifié e.a. que le média de service public vise à « (...) être une source de référence impartiale et indépendante d'informations, d'opinions et de commentaires dans les domaines de l'information générale et culturelle; proposer une plateforme radiophonique permettant la diffusion de la création artistique et culturelle au Grand-Duché et dans la Grande Région; être un partenaire essentiel pour les institutions culturelles au Grand-Duché de Luxembourg (...) ».

Nombre de journalistes

55

employés en tout, comprenant aussi l'administration et la technique

Nombre de journalistes culture

03

plus 9 dans la rédaction musicale

Nombre de freelances  
► n.i.

Nombre de freelances culture  
++ 25

pour reportages et émissions spécifiques (p.ex. musicales)

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur: Jean-Lou Siweck,  
([jlsiweck@100komma7.lu](mailto:jlsiweck@100komma7.lu)):  
rédacteur en chef: Jean-Claude Franck,  
([jcfranck@100komma7.lu](mailto:jcfranck@100komma7.lu))

### Responsable culture

Jean-Claude Franck

### Supplément/s culture

Plusieurs émissions dédiées à la culture – plus spécifiquement le livre, la musique ou le cinéma

*Opus*: webradio de musique classique

100komma7.lu

## Les radios

# Radio Ara

*Radio Ara* «se définit comme une alternative à tout moment de la journée», affirme Céline Agnes, la responsable de la culture à la radio<sup>36</sup>, «elle promeut donc différentes manières de raconter, communiquer et informer, différentes façons de 'faire de la radio', différentes manières de s'articuler, également à travers différents genres de musique». *Radio Ara* est animée et exploitée par Alter Echos S.à r.l., les programmes sont réalisés par trois différentes entités : Ara International Community Radio asbl, Graffiti asbl (programmes jeunesse) et Mond Op asbl. Au moment d'une crise existentielle, Mond Op a pu négocier une convention avec le ministère de la Culture, conclue fin 2020. En mai 2021, la même asbl a [pu signer une convention pluriannuelle avec le ministère des Médias](#), à hauteur de 250 000.-€ à partir de 2022<sup>37</sup>. En plus, la radio avait un important projet, *Radio Art Zone*, dans le cadre de Esch 2022. *Radio Ara* est la seule radio du pays qui, dans un idéal communautaire, offre des émissions en langues minoritaires, comme l'arabe, le russe, l'ukrainien, le chinois, le polonais ou le tigrinya. «La radio fait des efforts particuliers pour atteindre des personnes issues de la migration et qui ne présentent pas d'intérêt économique pour les médias établis», explique encore Céline Agnes. La radio a constaté «un changement assez radical» avec l'avènement des *podcasts*, «qui permettent aujourd'hui d'accéder à des contenus en différé, donc à des moments où les auditeurs/trices ont le temps d'écouter». *Radio Ara* est régulièrement partenaire d'événements culturels, ce qui n'implique pas de soutien financier, mais plutôt une couverture plus large de l'événement concerné à l'antenne. La responsable de la culture insiste en outre que la radio ne se voit pas uniquement comme un vecteur de sujets culturels, mais voudrait promouvoir et développer le «radio art», à savoir les expérimentations dans ce domaine telles que mises en place dans le cadre de *Radio Art Zone* en 2022.

36 \_ Dans ses réponses au questionnaire formulées «avec le support de l'équipe» et reçues le 6 janvier 2022

37 \_ Cette convention retient entre autres ceci: «(...) Radio Ara assure une programmation qui se fait le reflet de l'actualité sociale, culturelle et artistique du pays, ainsi que des tendances et réalités qui sous-tendent cette actualité et la conditionnement; Radio Ara adresse l'audience la plus diverse possible en ce qui concerne le groupe d'âge, la diversité culturelle, sociale et linguistique (...)».

### Fondation

1992

### Éditeur

Mond op asbl  
président : Tom Fleming & Alter Echos S.à r.l.  
gérant Guy Antony

### Adresse

4, place des Rotondes  
L-2448 Luxembourg

### Type de média

Radio 24/7 & site web

### Fréquence/s

102,9, 105,2 et 87,8 FM

### Ilres Plurimedia 22-II

4 300 auditeurs/trices ou 0,8%

### Aide étatique

Conventions avec le ministère des Médias (250 000 €/ an jusqu'en 2025), avec celui de la Culture (22 000 € en 2023) et avec celui de l'Éducation nationale et de la jeunesse (programmes *Graffiti*)

### Spécificités

La radio fonctionne grâce à quelque 170 bénévoles de toutes qualifications, de la technique à la médiation

Nombre de collaborateurs/trice

12

Nombre de freelances  
► 20%

Nombre de journalistes culture

Pas de rédaction spécifique

Nombre de freelances culture  
n.i.

### Direction & rédaction en chef/fe

Gérant : Guy Antony ([guy@ara.lu](mailto:guy@ara.lu))

### Responsable culture

Céline Agnes ([celine@ara.lu](mailto:celine@ara.lu));  
Lisa McLean pour *Community Radio* ([lisa@ara.lu](mailto:lisa@ara.lu))

### Supplément/s culture

Différentes émissions culturelles, notamment *Bistro*, entretiens d'acteurs culturels avec Céline Agnes

ara.lu

## Les radios

# Radio Latina

### Fondation

1992

### Éditeur

Mediahuis S.A.  
présidente du CA: Martine Reicherts

### Adresse

31, rue de Hollerich  
L-1742 Luxembourg

### Type de média

Radio 24h/24 sur la fréquence 101,2 et en tant que webradio & site internet

### Audience

52 300 auditeurs/semaine, dont 60% sont Portugais  
Source: fiche d'audience de Regie.lu, consultée le 4 janvier 2023

### Ilres Plurimedia 22-II

16 500 auditeurs/trices ou 3%

### Aide publique

Non – la radio se finance via publicités commerciales

*Radio Latina* a été fondée en 1992 par une S.à r.l. (Société européenne de la communication sociale) regroupant des personnes et des sociétés, notamment le *Luxemburger Wort*, qui voulaient s'adresser à la communauté lusophone. Entrée désormais pleinement dans le giron de Mediahuis, *Radio Latina* reste un média phare pour communiquer avec les non-Luxembourgeois, aussi dans le domaine de la culture. La radio se finance par la vente de publicités commerciales. « Nous abordons tous les aspects de la culture au Luxembourg », affirme António Torrado<sup>38</sup>, mais avec un intérêt plus particulier pour les événements en langue portugaise. « Les sites internet et les réseaux sociaux nous permettent de joindre la parole à l'écrit et à l'image, obligeant les animateurs radio à se former dans ces compétences spécifiques. »

<sup>38</sup> \_ Dans ses réponses au questionnaire reçues le 23 novembre 2021

Nombre de journalistes

12

Nombre de  
freelances

► 02

Nombre de  
journalistes culture

01

Nombre de  
freelances  
culture

► 01

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur d'antenne: António Torrado  
rédactrice en cheffe: Manuela Pereira

### Responsable culture

Ana Cristina Gonçalves: ([ana.goncalves@radiolatina.lu](mailto:ana.goncalves@radiolatina.lu))

### Supplément/s culture

*n.i.*

latina.lu

## Les radios

# L'Essentiel Radio

### Fondation

2016

### Éditeur

RadioLux S.A.  
Dont 70% des parts sont tenues par Edita S.A. en 2021;  
source: bilan déposé au Registre de commerce

### Adresse

115a, rue Emile Mark  
L-4620 Differdange

### Type de média

Radio 24h/24 sur les fréquences:  
107.7; 105.6; 104.2; 103.4; 97.5; 95.6 et 94.3 FM

### Ilres Plurimedia 22-II

54 500 auditeurs/  
auditrices ou 10%

### Aide publique

Non – la radio se finance via annonces commerciales

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur: Sam Tabart

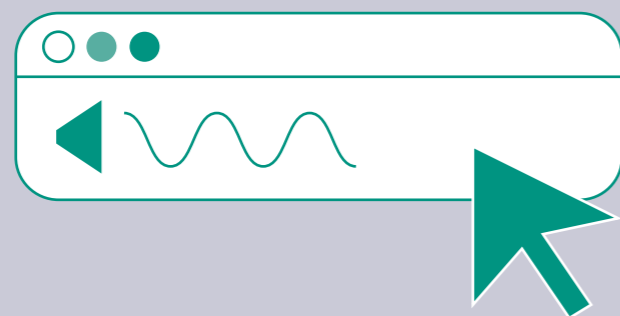
*L'Essentiel Radio* est une radio francophone qui s'adresse prioritairement aux travailleurs et travailleuses frontaliers/ères prenant la route. Elle offre un programme musical en continu, entrecoupé d'informations généralistes et de rubriques de service.

lessentielradio.lu

# 05

Chapitre

## Les pure players web



39\_ Cette aide ne fut que transitoire, jusqu'à ce que les *pure players* aient droit à l'aide en faveur du journalisme professionnel, grâce à la réforme de juillet 2021.

Alors que les journaux classiques essaient depuis plus d'une décennie à trouver un bon équilibre entre leur produits papier – qui rapportent de l'argent par la vente, les abonnements et les annonces publicitaires – et leurs présences électroniques, où le public se montre réticent à payer pour accéder au contenu, une poignée d'ancien/nes journalistes du *Luxemburger Wort* et de *Forum* osèrent le lancement du premier *pure player* en 2018 : *Reporter.lu* n'était dès le début pensé que pour le web et demanda en 2017 un *crowdfunding* à ses lecteurs et lectrices potentiel/les. 842 personnes participèrent avec plus de 182 000 euros levés. Par la suite, en 2020, le gouvernement introduit une aide à la presse spécifique pour les médias électroniques, à hauteur de 100 000 € par titre<sup>39</sup>. En 2021, le *Lëtzebuenger Journal* abandonne son édition papier pour passer entièrement en ligne. Contrairement à la presse écrite, qui a d'importants frais de production (en proie à l'inflation, comme le papier ou l'impression) et de distribution, les *pure players* économisent ces coûts et ont pour principales dépenses celles liées au personnel, aux droits d'auteur, au développement et à l'hébergement de leurs sites. Contrairement aux médias classiques, qui peinent à faire payer les lecteurs et lectrices pour leur contenu électronique, les *pure players* ne sont souvent accessibles que par un abonnement payant, le contenu étant alors protégé par un *paywall*.



# Pure players

## Reporter.lu

Le magazine en ligne *Reporter.lu* a été lancé en 2018 par une poignée de journalistes – à savoir Christoph Bumb, Laurence Bervard et Laurent Schmit (qui en sont aussi les propriétaires) ayant fait leurs armes dans d'autres médias (*Luxemburger Wort*, *Forum*). Se définissant par leur indépendance de grandes structures, leur ambition de se concentrer sur l'investigation et le journalisme d'affaires et politique, ils ont compté d'abord sur un large *crowdfunding*, puis sur leurs abonné/es, ensuite seulement sur la nouvelle aide à la presse électronique, introduite à partir de l'année 2019<sup>40</sup>. Christoph Bumb et Marie-Laure Rolland soulignent que *Reporter.lu* n'est pas organisé selon une logique classique de ressorts et que la ligne éditoriale publiée sur le site et misant surtout sur l'indépendance et le rôle critique du média, vaut dans toutes les rubriques.

Sous l'onglet « culture » (définie ici de manière assez large), Marie-Laure Rolland publie des portraits des nouveaux décideurs et décideuses en culture ou des papiers analysant la politique culturelle de manière critique. « La culture est comprise au sens large, écrivent les deux responsables dans leurs réponses, c'est-à-dire en tant qu'un ensemble des comportements, croyances et représentations collectives ». Comme les nouveaux médias et les réseaux sociaux permettent désormais aux acteurs culturels de maîtriser leur propre communication de leurs événements, « la presse culturelle doit se différencier par des contenus indépendants et à forte valeur ajoutée ». Entre mars 2022 et mars 2023, *Reporter.lu* a publié dix articles consacrés à des thèmes culturels, soit à la politique culturelle (2), au Film Fund (2), à Esch 2022 – Capitale européenne de la culture (5) et au procès lié à l'affaire dite « Lunghi » (1).

40 \_ Par le règlement du gouvernement en Conseil du 11 mars 2020 concernant le régime de promotion transitoire du journalisme en ligne.

### Fondation

2018

### Éditeur

Reporter Media S.à r.l.-S

L'actionnariat se compose du rédacteur en chef Christophe Bumb et des journalistes Laurence Bervard et Laurent Schmit (source : <https://www.reporter.lu/ueber-uns/> consulté le 4 janvier 2023)

### Adresse

7, Grand-Rue  
L-1661 Luxembourg

### Fréquence

Continu ; un nouvel article par jour, plus des *podcasts*

### Tirage

+/- 3 500 abonné/es

Selon les réponses au questionnaire par Christoph Bumb et Marie-Laure Rolland, reçues le 10 janvier 2022. Marie-Laure Rolland, qui est indiquée comme responsable du département de la culture est *freelance* et anime par ailleurs à son propre compte le blog *La Glaneuse*, dédié à la danse (voir plus loin)

### Ilres Plurimedia 22-II

n.i.

### Aide à la presse

469 060 €

### Prix de vente

17<sup>50</sup> €

par mois

185 €

par an  
Depuis fin mars 2023

Nombre de journalistes

08

Nombre de  
freelances  
► n.i

Nombre de  
journalistes culture

n.i.

Nombre de  
freelances  
culture

01

### Direction & rédaction en chef/fe

Directeur et rédacteur en chef : Christoph Bumb  
([christoph.bumb@reporter.lu](mailto:christoph.bumb@reporter.lu))

### Responsable culture

Marie-Laure Rolland ([marie-laure.rolland@reporter.lu](mailto:marie-laure.rolland@reporter.lu))

### Supplément/s culture

non



# Pure players

## Journal.lu

Le *Lëtzebuurger Journal* fut le journal libéral au Luxembourg après la Deuxième Guerre mondiale ; il prit alors la succession de l'*Obermosel-Zeitung* et de l'*Unio'n*. À la fin du XX<sup>e</sup> siècle, à l'époque où chaque titre de presse avait une couleur politique, le *Lëtzebuurger Journal* assumait sa proximité au DP. La version papier parut du mardi au samedi et rendit compte de l'actualité du parti (congrès, réunions locales etc), avec une tentative de se distancer vers la fin de sa parution.

Alors que la politisation ouverte de la presse était de plus en plus mal perçue par les nouvelles générations de lecteurs et lectrices, l'éditeur Letzeburger Journal S.A.<sup>41</sup> opéra une rupture radicale, cessant la parution du journal papier fin décembre 2020, licenciant presque toute l'équipe (à l'exception e.a. du journaliste politique Pascal Steinwachs) et supprimant même toutes les archives électroniques (y compris les papiers consacrés à la culture) pour lancer un nouveau média, *journal.lu*, avec une toute nouvelle équipe de jeunes journalistes et photographes (désormais appelés « content creators »). Selon sa propre ligne éditoriale<sup>42</sup>, le nouveau *Journal.lu* se veut « moderne », « pertinent », « positif » ou « humain ». Moins politique que sa version papier, ce média en ligne mise sur un mélange d'histoires personnelles, de portraits et de *long-reads*. Le site se finance par les abonnements et du contenu sponsorisé. Plusieurs collaborateurs et collaboratrices réalisent en outre régulièrement des *podcasts* publiés sur le site. La culture ne se voit consacrer qu'à peu près un papier plus long par mois – sur la difficile sortie de la pandémie, les droits d'auteur, le phénomène des *deejanes* ou des éléments de programme de d'Esch 2022 par exemple.

41 \_ Actionnariat : Centre d'Etudes Eugene Schaus asbl, qui est un organe du DP : 63,32%, plus de plus petits actionnaires à 36,68% ; le président de la S.A. est Kik Schneider ; source : *journal.lu* ; consulté le 3 janvier 2023

42 \_ Le *Journal* n'a pas répondu au questionnaire envoyé à tous les médias.

### Fondation

1948-2020 : journal papier ; depuis 2021 : *pure player web*

### Éditeur

Éditions Letzeburger Journal S.A.  
président du CA : Kik Schneider

### Adresse

5, place de la Gare  
L-1616 Luxembourg

### Fréquence

En continu ; un article par jour, plus contenus sponsorisés par des annonceurs et *podcasts* réguliers

### Tirage

Nombre d'abonné/es non public

### Ilres Plurimedia 22-II

6 100 visiteurs/euses ou 1,1%

### Aide à la presse 2022

450 995 €

### Prix de vente

16€

par mois

174€

Abonnement  
digital/an

Nombre de journalistes

10

texte & image

Nombre de  
freelances

► 18

Source : site web, consulté  
le 3 janvier 2023

Nombre de  
freelances  
culture

n.i.

Nombre de  
journalistes culture

Pas de spécialisations  
En 2022, le journaliste  
politique Pascal Steinwachs  
a extensivement couvert les  
activités d'Esch 22

### Direction & rédaction en chef/fe

Directrice : Lynn Warken ;  
Lynn Warken remplaça Daniel Nepgen en avril 2023, avec l'ambition affichée de  
développer les *podcasts*.

rédactrice en cheffe : Melody Hansen

### Responsable culture

non

### Supplément/s culture

non

journal.lu

## Pure players

## Moien-Mental.lu

La société Moien News Media S.A. a été créée en 2017 avec comme objet « la création, l'édition, la publication, le développement d'un ou de plusieurs produits de presse et d'information générale nationale ou internationale d'actualité politique, économique, social et culturel sur tous les supports au Luxembourg ». En parallèle au site généraliste, qui offrit une section dédiée à la culture, la société édita le site *Mental.lu*, entièrement consacré au sport. En 2023, la société a fusionné les deux sites pour en faire *Moien-Mental.lu*, offrant surtout des actualités sportives, avec des brèves de nouvelles généralistes ou du domaine de la culture.

## Fondation

2007

## Éditeur

Moien News Media S.A.  
CEO Loic Didelot

## Adresse

70, rue des Prés  
L-7333 Steinsel

## Fréquence

En continu ; site internet en luxembourgeois et en français ; *Mental*, consacré au sport, paraît aussi comme magazine papier (sans culture)

## Tirage

Nombre d'abonné/es non public

## Ilres Plurimedia 22-II

n.i.

## Aide à la presse 2022

102 498 €

Nombre de journalistes

12

Source : Bilan de l'année 2021 publié au Registre de commerce et des sociétés. Le conseil d'administration était alors composé de Loïc Didelot, de Chris Ittenbach et de Pascal Knebel.

Nombre de  
journalistes culture

Pas de spécialisations

## Direction &amp; rédaction en chef/fe

Directeur des publications : Simon Béot  
Rédacteur en chef : Julien Sins ([jsins@moien-mental.lu](mailto:jsins@moien-mental.lu))

moien-mental.lu

## Pure players


Lesfrontaliers.lu  
Diegrenzgaenger.lu

En 2012 s'est constituée la société anonyme Mediaweb Editions S.A., ayant désormais son siège à Differdange, et qui a pour objet l'édition de magazines et de sites internet d'informations. Elle édite notamment les deux sites d'informations s'adressant prioritairement aux travailleurs frontaliers – selon l'office des statistiques *Statec*, ils furent 212 000 à traverser tous les jours les frontières pour venir travailler au Luxembourg en 2021, dont 50 000 d'Allemagne et le reste de France et de Belgique. Selon la rubrique « À propos » publiée sur le site, la ligne éditoriale de ces sites est de publier avant tout « des informations sur le droit du travail, le trafic, la fiscalité, la famille, la santé... ». La culture n'y joue pas de rôle, seule la rubrique « détente » inclut parfois des informations ayant trait à la culture. Mediaweb Editions a six employé/es et a perçu en 2022 une aide étatique à hauteur de 102 498 € au titre de sa mission de « promotion de pluralisme » tel qu'inscrit dans la loi de 2021.

## Pure players

## Chronicle.lu

Le site du *Luxembourg Chronicle* existe depuis 2012 et s'adresse à la communauté anglophone et internationale au Luxembourg. La page est exploitée par G-Media s.à r.l., qui appartient à Geoffrey (Geoff) Thompson et a pour objet « la publication de journaux et de magazines, sur papier ou par internet » ainsi que des activités adjacentes, comme « l'organisation d'événements ». Thompson, natif d'Irlande, organise aussi le *British & Irish Film Festival* et le *Chronicle* est associé au Nordic Film Festival. Le site se compose de reprises d'actualités et de communiqués de presse traduits ou résumés en anglais et d'articles propres. Il vise à aider la communauté d'expats à se retrouver au Luxembourg et reçoit à ce titre une aide à la presse de la part du ministère des Médias à hauteur de 102 498 € en 2022, au titre de media citoyen.



# Chapitre

# Les supports de communication institutionnels

## City Magazine

Fondé en 2006 sous le nom *Rendez-vous Luxembourg*, le magazine événementiel officiel de la Ville de Luxembourg a été renommé *City Magazine* (ou *City Mag*) en septembre 2009. Publié par Maison Moderne pour le compte de la Ville de Luxembourg, le magazine paraissant onze fois par an en français et anglais donne un aperçu des évolutions sociétales de la Ville, des questions politiques et citoyennes ainsi que de l'offre culturelle, sportive ou commerciale dans la capitale. Sous la responsabilité de Mike Koedinger, *City Mag* est dirigé par un comité rédactionnel composé de membres de l'administration communale et tire à 77 000 exemplaires par numéro. Il est distribué à toutes les boîtes à Luxembourg-Ville et disponible par abonnement dans tout le pays. *City Mag* accueille des annonces commerciales, aussi bien d'institutions culturelles que de sociétés privées diverses

Pour plus d'informations :  
[city.vdl.lu/fr](http://city.vdl.lu/fr)

## Ons Stad

*Ons Stad* est le magazine historique de la Ville de Luxembourg, dont chaque numéro est consacré à un sujet sociétal ou culturel en rapport avec la vie dans la capitale, sujet qui est abordé via des articles de fond écrits par des auteurs et autrices spécialisés. Fondé en 1979, le magazine parut d'abord trois fois par an, depuis son numéro 118 la parution a été réduite à deux fois par an. Il tire à 54 000 exemplaires (source : ours) et est distribué à tous les ménages de la capitale. Sous la coordination de Simone Beck, qui peut s'appuyer sur un comité de rédaction composé de fonctionnaires culturels/les de la Ville, et mis en page par l'agence Lola, le magazine est en outre entièrement numérisé ; un moteur de recherche permet d'y faire des recherches thématiques plein texte. *Ons Stad* est entièrement financé par l'administration communale et n'accueille pas d'annonces commerciales

Pour plus d'informations :  
<https://onsstad.vdl.lu/fr>

## KultEsch

En parallèle à *Den Escher*, le magazine de la Ville d'Esch consacré à l'actualité politique, commerciale et sociale, paraissant quatre fois par an et distribué en toutes boîtes dans la commune, le service relations publiques de la Ville d'Esch-sur-Alzette publie en outre le magazine *KultEsch*, paraissant également tous les trois mois (et distribué gratuitement à tous les ménages). *KultEsch* est un agenda culturel et événementiel pour la commune et la région, les annonces étant complétées par des articles un peu plus longs et des entretiens avec des artistes ou organisateurs. Tirant à 22 000 exemplaires (source : site internet du magazine), il est en outre à disposition dans de nombreux lieux culturels ou par abonnement. Dirigé par un comité de rédaction faisant partie du service relations publiques de la Ville, *KultEsch* est mis en page par l'agence Moskito et accueille aussi des annonces commerciales, notamment d'organismes culturels. Les archives sont disponibles en pdf sur le site

Pour plus d'informations :  
[citylife.esch.lu/kultesch](http://citylife.esch.lu/kultesch)

→ De nombreuses autres communes publient leurs propres magazines en quadrichromie, mais à notre connaissance, les publications ci-dessus sont les seules essentiellement dédiées à la vie culturelle de leur commune et potentiellement distribuées dans tout le pays.  
→ De nombreuses structures culturelles publient elles aussi des programmes trimestriels ou annuels de leurs maisons, publications qui sont souvent richement illustrées et comportent des entretiens ou des portraits de créateurs/trices qui interviennent dans leur offre culturelle.

# Les nouveaux médias

Chapitre

# spécialisés en culture

43 \_ Anglicisme, contraction de « fan » et « magazine ». Définition du Larousse: « publication de faible diffusion élaborée par des passionnés de science-fiction, de bandes dessinées, de cinéma, etc. »

44 \_ Pour répondre à une certaine demande d'aide dans ce sens, le ministère de la Culture a lancé, en janvier 2023, un appel à candidatures en vue de soutenir ces projets via un coup de pouce financier. Six nouvelles plateformes de médiation culturelle se sont vu attribuer entre 3 000 et 4 900 euros, à savoir: *Aner Welten*; *Gëlle Fro*; *La Glaneuse*; *Marie-Anne Lorgé*, *Ceci, Do You Love Me?* et *Collective Wednesday*.

45 \_ Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel; voir: [www.alia.lu](http://www.alia.lu)

Entre les années 1970 et 2000, la contre-culture, celle s'opposant à la culture dominante souvent conservatrice, s'exprima au Luxembourg comme ailleurs via des *fanzines*<sup>43</sup>. On peut par exemple citer le magazine *Disagreement* des frères Thiel, consacré aux musiques extrêmes; lancé au début des années 1990, il se rabattit au début des années 2000 vers le *web*. Il y eut aussi *Salzinsel*, un magazine édité par un collectif composé notamment des artistes Karolina et Filip Markiewicz, avec le commissaire et critique René Kockelkorn (qui organisa aussi des expositions), ou le magazine du collectif IUEOA (autour de Sarah Cattani et Sven Becker). Là où Gino Ricca, figure indéboulonnable de la scène *underground* du pays, polycopia dans les années 1990-2000 son *Non-X-Magazine* et le distribua dans les bars de la capitale, l'aventure éditoriale de Mike Koedinger commença en 1997 avec le petit guide de poche de la vie nocturne (et de la culture): *Nightlife*.

Puis vint la révolution internet et la démocratisation des moyens de production. Désormais, il y a un désir de parler de la culture autrement ou d'autres cultures que celles promues par les canaux de communication officiels. Une présence sur le *web* ou les réseaux sociaux permet de toucher facilement des centaines de lecteurs et lectrices, là où la mise en place d'un réseau de distribution était jadis un véritable casse-tête pour les produits imprimés. Toutefois, aucun/e des éditeurs/trices de site indépendant n'a encore trouvé de solution pour se faire financer ne seraient-ce que les frais d'hébergement de leurs contenus – sans parler de rémunération du travail rédactionnel ou de mise en page<sup>44</sup>.

D'un autre côté, cette grande indépendance des blogs ou des *podcasts* ressemble aussi un peu au *far west*: aucun régulateur ni aucun organisme professionnel ne contrôle ces sites – contrairement à la presse écrite ou aux médias audiovisuels, qui sont scrutés de près par le Conseil de presse, l'Uni.lu ou l'Alia<sup>45</sup> et où des lois imposent aussi des droits de réponse ou de recours au public.

## Les sites internet ou blogs

### La Glaneuse

laglaneuse.lu

#### Opéré par

Marie-Laure Rolland (contact@laglaneuse.lu)

#### Date de lancement

avril 2018

#### Siège

8, rue Marie de Zorn, L-2764 Luxembourg

#### Description

« Le webzine de Marie-Laure Rolland pour entrer dans la danse »

#### Langue

français

#### Contenu

rencontres, critiques, reportages, agenda du mois à venir

#### Portée

10 newsletters envoyées à 600 abonnés/es

1 000 pages vues

661 abonné/es sur Facebook

Selon questionnaire rempli par Marie-Laure Rolland le 28 décembre 2021

Marie-Laure Rolland, ancienne journaliste économique, puis culturelle du *Luxemburger Wort* et désormais freelance, notamment pour le site *Reporter.lu*, a lancé *Laglaneuse.lu* en 2018 avec la volonté d'offrir un « regard critique sur la création chorégraphique et le secteur de la danse au Luxembourg et au-delà » – avec toujours un accent mis sur l'importance de la critique indépendante. Et ce surtout à un moment où « les nouvelles technologies permettent aux acteurs culturels de maîtriser à moindre coût leurs propres canaux de diffusion d'informations » Elle opère ses choix selon l'actualité, la proximité et sa disponibilité. Pour Rolland, il y a un réel danger que « lorsque la réforme de l'aide à la presse sera totalement opérationnelle, la critique d'art disparaîtra de la plupart des journaux imprimés ». Elle constate que « le faible trafic induit par ce genre d'articles sur internet explique que ce champ n'est pas occupé par les grands médias *online* ».

### Marie-Anne-Lorge.com

marie-anne-lorge.com

#### Opéré par

Marie-Anne Lorgé (mlorge@netcourrier.com)

#### Date de lancement

2020

#### Siège

18, rue Saint-Hubert, B-6782 Bébange

#### Description

« Au service des arts et des mots »

#### Langue

français

#### Contenu

rencontres, critiques, réflexions personnelles

#### Portée

1 000 lecteurs et 200 abonnés

Selon le questionnaire rempli le 7 décembre 2021, mais la plupart des articles n'affichent que quelques dizaines de vues

Marie-Anne Lorgé, autrice et actrice, fut la responsable du cahier culturel de l'hebdomadaire *Le Jeudi* (groupe Editpress) de son lancement en 1997 jusqu'à sa disparition en 2019. Voulant continuer à « servir la culture », elle lança son propre blog en 2020. Elle affirme vouloir « faire connaître des événements (surtout plastiques, visuels) – incontournables ou confidentiels du Luxembourg et région frontière ». Comme Marie-Laure Rolland (voir ci-contre), elle craint que le métier de la presse culturelle ne s'appauvrisse et que le vrai regard critique disparaisse, remplacé par la « com ». Elle estime que le « service gracieux [qu'elle] rend » mériterait « un 'coup de pouce' de l'ordre d'une forme de reconnaissance (sans néanmoins impacter [s]on indépendance) ».

### Pizzicato.lu

pizzicato.lu

#### Opéré par

société éditrice : Orkite asbl / Rémy Franck (rfranck@pizzicato.lu)

#### Date de lancement

1991

#### Siège

7, rue Bellevue ; L-3345 Leudelange

#### Description

« Remy Franck's Journal about Classical Music »

#### Langue

anglais, allemand

#### Contenu

critiques de CDs, de vidéos, entretiens, *features*, actualités musicales

#### Portée

2 257 960 vues du site en 2021,

soit 188 163 visiteurs par mois

Selon le questionnaire rempli le 17 mai 2022

Remy Franck (\*1952) est un journaliste musical qui a travaillé pour nombre de médias luxembourgeois (*RTL*, *Luxemburger Wort*, *Télécran* et, encore aujourd'hui, *Radio 100,7*) et allemands (*Saarländischer Rundfunk*, *Deutschlandfunk*, *Deutsche Welle*...). En 1991, il a fondé *Pizzicato*, qui fut un magazine papier jusqu'en 2013, année de son passage au format électronique. Rémy Franck revendique des lecteurs et lectrices internationaux : Allemagne, Suisse, Autriche (60%), États-Unis (10%) et seulement dix pour cent du Luxembourg. *Pizzicato* est membre de l'ICMA (International Classical Music Awards) dont l'édition 2022 de la remise de prix a eu lieu au Luxembourg. Remy Franck a quatre collaborateurs/trices freelances. « *Pizzicato* est plus sollicité par l'étranger que par le Luxembourg », écrit son instigateur.

### Kulturstruktur

Kulturstruktur.com

#### Opéré par

Karolina Markiewicz & Pascal Piron (info@markiewicz-piron.com)

#### Date de lancement

2014, dernier contenu : 2018

#### Siège

Dudelange, Luxembourg

#### Description

« *Kulturstruktur* discute et s'attarde un temps sur des personnes de tous ces domaines différents de la création artistique : cinéma, théâtre, danse, musique, littérature et sur tous les autres qu'on peut croiser par hasard. »

#### Langue

français, anglais, luxembourgeois, allemand

#### Contenu

rencontres filmées avec des créateurs et créatrices internationaux/ales

Le projet *Kulturstruktur* était une des premières collaborations entre Karolina Markiewicz et Pascal Piron, qui sont, depuis, plus connus comme artistes plasticiens, cinéastes et spécialistes de la VR. Pour *Kulturstruktur*, qui avait une ambition et une portée tant nationales qu'internationales, ils se donnaient le temps d'entretiens longs avec des artistes ayant un lien avec ou une présence temporaire au Luxembourg (Bert Theis, Joshua Oppenheimer, Danièle Igniti, Romeo Castellucci, Frank Feitler, Kaori Ito ou Luc Dardenne e.a.). *Kulturstruktur* était un projet entièrement bénévole, avec l'ambition de « faire communauté » avec tous les interviewés/es. Le site se déclina sur les différents réseaux sociaux et les contenus restent disponibles en ligne.

## Les sites internet ou blogs

### Culture.lu / Echo.lu

**culture.lu** **Echo.lu**

*Culture.lu* et *Echo.lu* sont deux portails institutionnels dédiés à la culture et exploités par l'Alac asbl (Agence luxembourgeoise d'action culturelle). *Culture.lu* fut lancé en 2013 et réformé en 2021. Le site offre portraits de et rencontres avec les acteurs culturels du pays, écrit par une équipe d'auteurs/trices freelance et publie les annonces d'emplois culturels et les appels à projets ou concours. Il s'est vite développé comme point central pour accéder à l'information culturelle, mais la refonte de 2021 a entraîné beaucoup de critiques de concurrence déloyale de la part de la presse culturelle<sup>46</sup>. *Culture.lu* réalise le podcast *KulturPur*, en collaboration avec *Radio Ara* (voir plus loin) et des *playlists* en collaboration avec *Radio 100,7*.

*Echo.lu* fut elle aussi lancée en 2021. Il s'agit d'une plateforme réunissant les annonces événementielles et culturelles de tout le pays. Elle est alimentée par les organisateurs eux-mêmes et sert de base de données à de nombreux agendas. *Echo.lu* fonctionne en interface avec *Luxembourgticket.lu*, billetterie centrale pour de nombreux organisateurs institutionnels ou privés à travers le pays. Durant une année normale, c'est-à-dire hors contexte pandémie, plus de 150 000 tickets sont vendus en moyenne par an via ce portail unique.

46 \_ Selon le rapport annuel 2021 de l'Alac (disponible ici), plus de 302 000 pages ont été consultées cette année-là, dont presque la moitié, 48%, pour consulter les offres d'emploi

### Supermiro

**supermiro.lu**

*Supermiro* est un site de recommandations événementielles, culturelles, gastronomiques, commerciales et d'activités en tous genres exploité par SPMO S.A, ayant son siège à Luxembourg. Lancé en 2015 par Elfy Pins, qui en est toujours la CEO, *Supermiro* s'est désormais développé à l'international (Bruxelles, Thionville, Longwy, Metz...). Les abonné/es peuvent télécharger l'application qui, par un système de géolocalisation, propose des activités à faire à proximité. L'équipe est désormais constituée d'une dizaine de personnes<sup>47</sup>; le site se finance par la vente d'annonces commerciales.

47 \_ Source : <https://www.supermiro.lu/fr/c-est-quoi-supermiro> consulté le 3 janvier 2023

### Autres blogs

Il existe en outre de nombreux blogs ou vlogs personnels ou communautaires dans différents domaines culturels, animés par une ou plusieurs personnes et regroupant soit leurs propres créations, soit (ou aussi) des critiques de livres, de disques ou des entrevues avec d'autres créateurs/trices. *L'Autorenlexikon* du Centre national de littérature en liste une quarantaine, dans le domaine de la littérature, dont voici quelques-uns des plus importants :

#### trtrr.de

le blog de l'auteur Samuel Hamen, qui écrit aussi e.a. des critiques de livres pour *Zeit Online*

#### Der kritische Blick

le blog de l'auteur et « médiateur » littéraire Jérôme Jaminet sur Facebook

#### Just-thoughts.net

le blog de l'auteur et traducteur Tom Weber, comprenant aussi une section consacrée à la critique littéraire

#### Journal de bord de Stéphane Gilbert

recommandations et réflexions du critique de théâtre francophone attiré du *Luxemburger Wort*

#### Aner Welten

blog fondé en août 2022 par Sandy Heep et Cosimo Suglia et dédié à la « fiction spéculative »

En musique, il y a lieu de citer *Disagreement.net* : le *webzine* des frères Pascal et Lex Thiel, qui animent l'émission de métal et hardcore *Der Daiwel steet virun der Dier* sur *Radio Ara*. Dans le domaine de l'architecture, on peut faire référence de *What is architecture?* – un site d'entretiens de plusieurs jeunes architectes internationaux/ales, qui posent toujours les cinq mêmes questions essentielles à leurs pairs, souvent des stars dans leur métier. Parmi les initiateurs/trices de cette plate-forme, on trouve la Luxembourgeoise Julie Marthe Hoffmann. Souvent, des blogs ayant existé durant un certain temps, disparaissent lorsqu'ils ne sont plus alimentés et que leurs initiateurs/trices n'ont plus envie de payer pour leur hébergement auprès d'une société tierce.

### Les podcasts

Phénomène ayant une vingtaine d'années à l'international, les *podcasts*<sup>48</sup> n'ont fait leur apparition que depuis quelques années au Luxembourg, mais connaissent depuis lors un développement fulgurant. En été 2022, *RTL Radio Lëtzebuerg* a lancé un appel à soumissions pour un concours visant à récompenser les meilleurs *podcasts* et a reçu quelque 70 propositions<sup>49</sup>. Si les thèmes (politique, société, sport, voitures, *well-being*...) et les formats sont aussi divers que les moyens de production, ces *podcasts* ont tous en commun d'être des plateformes assez libres, où des rencontres/entretiens peuvent se faire sur 45 minutes ou une heure, sans restrictions imposées par des grilles horaires. En règle générale, les réalisateurs/trices et collaborateurs/trices font cette activité bénévolement, à l'exception de ceux qui sont produits par des médias classiques. En voici quelques-uns qui sont plus spécialement dédiés à des thèmes culturels :

#### Bicherlies

un *podcast* réalisé par Jérôme Jaminet et Bea Kneip pour *RTL*, qui présente l'actualité littéraire et ses auteurs/aatrices

#### Podpurri – mir schwätze Kultur

un *podcast* hebdomadaire de la rédaction culturelle de *RTL* dédié aux entretiens longs (une demi-heure) avec des créateurs et créatrices, mais aussi des intellectuel/les ou des décideurs et décideuses culturel/les du Luxembourg; des extraits des *podcasts* sont souvent diffusés à la radio

#### Lecture vun heiheim

un *podcast* de Bea Kneip sur la plateforme de *RTL*, allant à la rencontre des auteurs et autrices autochtones et leur permettant de parler de leurs nouveaux livres

#### KulturPur

Ce *podcast* est une collaboration entre *Culture.lu* et *Radio Ara*. Cecilia Said Vieira ou « Ceci » y part à la rencontre de créatifs/ves du Luxembourg pour leur donner l'opportunité de présenter leur travail.

48 \_ contraction entre « iPod » et « broadcasting »

49 \_ L'autrice du présent rapport fut membre du jury; plus d'informations sur la page dédiée sur [rtl.lu](http://rtl.lu)

Chapitre

08



# Les associations de critiques

50 \_ Cette aide comprend une aide d'un montant annuel fixe de 200 000 euros par titre, plus une aide à l'activité rédactionnelle d'un montant annuel de 30 000 euros par équivalent temps plein de journaliste professionnel lié à l'éditeur par un contrat à durée indéterminée (CDI)

51 \_ plus d'informations : [www.press.lu](http://www.press.lu)

52\_ plus d'informations : [journalist.lu](http://journalist.lu)

53 \_ et sont donc exclus de la carte de presse, qui demande qu'on tire son revenu principal de son activité journalistique : <https://www.press.lu/journalistes/demande-carte-journaliste/>

L'organe professionnel des journalistes au Luxembourg est le Conseil de presse. Créé par la loi du 20 décembre 1979 « relative à la reconnaissance et à la protection du titre professionnel de journaliste », il est l'organe autorégulateur de la profession. Il est composé à parts égales de représentant/es des éditeurs et des journalistes, et est géré par un comité exécutif dont la présidence revient actuellement à Roger Infalt pour les journalistes. Plusieurs commissions organisent les différentes responsabilités du Conseil de presse, telles la formation, la médiation et les plaintes, ou encore la commission des cartes, qui analyse les demandes d'obtention d'une carte de presse. Cette dernière a augmenté en importance avec la nouvelle loi sur la promotion de la presse de 2021, par laquelle les montants des aides attribuées aux différents titres de presse sont liés au nombre de cartes de presse présentes dans un organe<sup>50</sup>. Le Conseil de presse surveille aussi l'application de la déontologie professionnelle<sup>51</sup>.

Le principal syndicat des journalistes au Luxembourg est l'ALJP (Association luxembourgeoise des journalistes professionnels) <sup>52</sup>.

Toutefois, comme une grande partie de papiers ayant trait à la culture sont écrits par des freelances, qui ont une autre profession pour gagner leur vie car ils ne peuvent pas vivre des honoraires perçus<sup>53</sup>, il semble pertinent de citer ici des associations de critiques spécialisés, qui peuvent être un garant de sérieux et de professionnalisme de leurs membres.



## Aica Luxembourg

### Nom officiel

Association internationale des critiques d'art – section Luxembourg

### Création

date exacte introuvable; la section internationale a été créée en 1950 sous le patronage de l'Unesco, avec le but de renforcer la libre-expression et la diversité de la critique d'art; selon Lucien Kayser, l'ancien président de la section luxembourgeoise, la section nationale remonterait « dans les années cinquante ou soixante »; les statuts d'asbl ont été déposés en 2003 au Registre de commerce et des sociétés

### Présidente

Marianne Brausch (depuis 2023)

### Comité

Danièle Wagener, vice-présidente; France Clarinval, secrétaire et Enrico Lunghi, trésorier

### Adresse

51, avenue de la liberté; L-1931 Luxembourg

### URL

[www.aica-luxembourg.lu](http://www.aica-luxembourg.lu) (dernière actualisation: 2017)

### Nombre de membres actifs

19

### Conditions pour devenir membre

« Être accepté/e par la commission d'admission de l'Association internationale sur proposition de la section Luxembourg, à partir d'une collaboration de critique d'art régulière dans la presse, et/ou d'ouvrages sur des sujets touchant aux arts plastiques » (Lucien Kayser)

Selon ses réponses au questionnaire reçues le 21 octobre 2021.

### Raisons d'exclusion

« La question ne s'est pas posée à ce jour » (L.K.)

La carte de membre Aica, renouvelable chaque année, ouvre l'accès gratuit dans beaucoup de musées et des réductions sur des catalogues

### Recommandations tarifaires

non

### Budget de l'association

« Selon les besoins du moment »

Aica Luxembourg fait partie du réseau d'Aica international et son/sa président/e peut participer à leurs congrès.

Fondée par le conservateur du Musée national d'histoire et d'art et critique d'art Joseph-Émile Muller (1911-1999), alors forte de quelques membres seulement (Joseph Paul Schneider, Elisabeth Vermast, Lucien Kayser e.a.), l'association devint plus active vers le tournant de l'année 2000, en s'ouvrant sur un plus grand nombre de (nouveaux) membres et en organisant des conférences-débats avec des pairs ou artistes/penseurs (Harry Bellet du *Monde*, Ursula Bode, Jade Lindgaard, Catherine Francblin, Daniel Buren, Bert Theis...), et ce souvent en collaboration avec le Casino Luxembourg – Forum d'art contemporain.

Entre 2005 et 2017, la section organisa, dans l'ancien kiosque à journaux à côté du Pont Adolphe, la série d'expositions « Kiosk », invitant de jeunes artistes à exposer en plein centre-ville, sous le commissariat d'un/e de ses membres et en leur offrant un texte critique pour accompagner cette exposition. Lors du chantier du tram et du pont Adolphe à Luxembourg, le kiosque original a été démoli et le projet *Kiosk* a déménagé dans un container, déplacé plusieurs fois, puis abandonné. Sous le titre *The present is yours, the future is mine*, une exposition rétrospective a eu lieu en 2016 au Cercle-Cité à Luxembourg (commissaire: Karolina Markiewicz) et fut accompagnée d'une publication reprenant les quelque 25 propositions d'artistes réalisées.

En règle générale, les critiques d'art font ce métier en tant que freelances, à côté d'une autre activité salariée.

## ALPC

### Nom officiel

Association luxembourgeoise de la presse cinématographique

### Création

2014

### Président

Pablo Chimienti

### Comité

Isabelle Debuchy, vice-présidente; Brigitte Lepage-Demeyer, secrétaire et Amélie Vrla, trésorière

### Adresse

46, rue Jean-Pierre Huberty; L-1742 Luxembourg, courriel: [president.alpc@gmail.com](mailto:president.alpc@gmail.com)

### URL

<https://presidentalpc.wixsite.com/alpc>

### Facebook

[www.facebook.com/critiquesdecinemaluxembourg](http://www.facebook.com/critiquesdecinemaluxembourg)

### Nombre de membres actifs

19

Conditions pour devenir membre: Il existe trois types de membres: actifs, d'honneur ou sympathisants; pour devenir membre actif, « il faut impérativement exercer une activité régulière dans le domaine de la critique ou de la chronique cinématographique » (Pablo Chimienti)

Selon les réponses de Pablo Chimienti au questionnaire du MC

### Raisons d'exclusion

Cessation de critique, conflit d'intérêt, non-paiement de la cotisation.

La carte de membre de l'ALPC donne un accès gratuit aux cinémas des réseaux CDAC et Caramba

### Recommandations tarifaires

non

### Budget de l'association

environ 500 € / an, provenant des cotisations des membres

Si les relations avec les institutions culturelles sont, de façon générale décrites comme «assez bonnes», il est «parfois difficile de faire comprendre aux très nombreuses institutions qui existent au Grand-Duché, qu'une rédaction culturelle composée de deux personnes et qu'un journal qui publie entre une et trois pages culturelles par jour ne peut en aucun cas couvrir de façon exhaustive tout l'éventail de l'offre culturelle que ces institutions proposent avec générosité». Le rédacteur responsable de la culture au *Tageblatt* fait état de «bouderies» et «d'exclusions» par certaines institutions suite à des papiers perçus comme trop critiques. «Pour améliorer de telles relations, il faudrait favoriser le dialogue afin que ces institutions connaissent la situation/les conditions de travail du journaliste culturel et comprennent qu'il lui est impossible de répondre, avec des effectifs aussi réduits, à cette gigantesque offre». Jeff Schinker, *Tageblatt*

«J'aime bien une distance saine entre journalistes et acteurs culturels.»  
Marc Thill, *Luxemburger Wort*

«Ouvrir, sur le site *Culture.lu*, une sous-rubrique 'Kultur Kiosk' qui hébergerait les différents blogs ou *webzines* culturels édités par des journalistes titulaires d'une carte de presse luxembourgeoise ou membres d'une association luxembourgeoise de critiques d'art. Chaque blog ou *webzine* continuerait à être géré de manière autonome. Il serait rémunéré sous forme de droits d'auteur versés en contrepartie de la mise à disposition de leur contenu journalistique, selon des modalités à discuter. Nous ne serions dès lors plus dans la perspective d'une commande d'articles par *Culture.lu*» (crainte que ces articles ne soient pas indépendants et donc objectivement critiques). Autre possibilité: «Les blogs et critiques d'art – titulaires d'une carte de presse ou d'une affiliation à une association de critiques – devraient être soutenus par le ministère de la Culture (selon le modèle du soutien aux artistes indépendants?)». Marie-Laure Rolland, *La Glaneuse*

«Les relations [avec les institutions et acteurs culturels] sont très bonnes. Nous essayons d'avoir un contact avec tous les acteurs. Suggestions aux acteurs culturels: la grande offre est difficile à gérer par nos médias, surtout si tout est programmé au même moment. La communication pourra toujours s'améliorer.» Christiane Kremer, *RTL*

## Chapitre 09

# Les suggestions des répondant/es

«We have good relations with most of the (culture venues) press managers, some of them could be better at providing photos (with appropriate copyright credit) for events». Duncan Roberts, *Delano*

«Annoncer les événements plus tôt / prévoir des 'save the date', même si les contenus des programmes/productions ne sont pas encore finalisés jusqu'au dernier détail / Faciliter l'accès aux photos de presse» et, pour le secteur littéraire en particulier, «communication renforcée, plus de débats publics». Isabel Spigarelli, *Woxx*

«On peut toujours rêver d'un agenda commun pour éviter que les conférences de presse se chevauchent (c'est d'ailleurs moins le cas aujourd'hui) (et, à titre personnel, qu'elles n'aient pas lieu le jeudi ;-))» France Clarinval, *Lëtzebuurger Land*

\* Jour de bouclage et d'impression du *Land* et du *Woxx*, qui paraissent le lendemain, vendredi

«Ce serait bien d'avoir plus de temps pour approfondir [s]es papiers, traîner un peu plus de temps dans le Nord ou le Sud, dénicher plus d'infos en restant dans les coulisses», «mais la production quotidienne m'en empêche». De la part des institutions et des organisateurs, [j]'espère «une meilleure coordination (dans l'agenda)» même si «il y a déjà eu des évolutions sensibles dans ce sens». Grégory Cimatti, *Le Quotidien*

«Depuis des années, les conférences de presse des acteurs culturels sont souvent trop longues et pas assez structurées. Avec des ressources limitées dans les rédactions culturelles (et les rédactions tout court), les acteurs culturels pourraient mieux cibler leurs messages. En outre, les acteurs culturels doivent accepter que les journalistes soient là pour informer le public d'une manière indépendante et qu'ils ne sont pas là pour faire de la publicité.» Jean-Claude Franck, *Radio 100,7*

«En général, nos relations [avec les institutions et acteurs culturels] sont bonnes. Les institutions culturelles pourraient continuer à placer des annonces dans nos publications. Elles pourraient mettre nos publications en vente dans leurs 'shops' ou les prendre en commission. Kultur|lx devrait en outre intégrer *Hémecht* dans ses programmes de promotion lors des foires du livres (Frankfurt, Leipzig, Paris...), comme il s'agit du seul magazine scientifique luxembourgeois reconnu en Europe.» Paul Dostert, *Hémecht*

# 10

Chapitre



## Workshop « Presse culturelle et culture dans la presse »



Jo Kox et Josée Hansen

Parce que, depuis plusieurs années, d'un côté les artistes et les institutions culturelles se plaignent d'une couverture insuffisante de leurs activités par les médias traditionnels, et de l'autre les journalistes culturel/les constatent une augmentation exponentielle de l'offre culturelle alors que, en même temps, leurs rédactions rétrécissent, le ministère de la Culture a organisé un *workshop* faisant se rencontrer les deux mondes. Le 14 juillet 2022, plus de 70 personnes ont participé à une matinée de débats aux Rotondes, dont voici un résumé.

## L'état des médias au Luxembourg

Les Dr. Raphaël Kies et Stéphanie Lukasik sont responsables du projet *Medialux* à l'Université du Luxembourg, un projet de recherche sur les médias lancé en 2022 grâce à une [convention pluriannuelle signée en mars 2022](#) entre le Premier ministre et ministre des Communications et des Médias Xavier Bettel et l'Université du Luxembourg<sup>55</sup>. Lors de ce *workshop*, les deux chercheurs ont été invités à dresser un bref portrait de l'état des médias au Luxembourg en général et du journalisme culturel en particulier.

« La couverture culturelle est très peu analysée », concède de prime abord Raphaël Kies, pour qui la reconnaissance du *Média 100,7* par une [nouvelle loi organique](#)<sup>56</sup> ou les financements publics de la radio communautaire *Radio Ara* depuis 2021<sup>57</sup> et du magazine *Forum*<sup>58</sup> sont néanmoins de bons signes pour la diversité culturelle. Toutefois, bien que la culture soit expressément énumérée parmi les domaines à couvrir par la presse généraliste dans la loi de 2021<sup>59</sup>, cette couverture s'avère souvent « minimale », parce que, à ses yeux, « les médias n'en voient pas toujours l'utilité ».

Pour augmenter cette couverture de la culture, Raphaël Kies évoque plusieurs pistes:

- Sensibiliser via des formations ciblées pour les journalistes
- Introduire des quotas, qui imposeraient un certain nombre d'articles culturels ou l'engagement de journalistes spécialisé/es en culture pour recevoir des aides financières
- Demander chaque année un rapport pour savoir ce que les médias ont fait pour couvrir la culture.

Stéphanie Lukasik pour sa part fait remarquer que les journalistes spécialisé/es sont en voie de devenir une denrée rare – « les rubricards sont en train de disparaître » dans ses mots – et qu'on demande au contraire aux débutant/es d'être de plus en plus polyvalent/es. Ainsi, les quatorze formations de journalistes reconnues en France insistent chacune sur la polyvalence de leurs formations.

Les deux chercheurs ont ensuite présenté un résumé des résultats pour le Luxembourg du [Media Pluralism Monitor](#), dans lequel les médias autochtones représentent un « niveau de risque moyen », comme un certain nombre de garanties manquent encore : absence d'analyse des médias ; très nombreux procès en diffamation ; protection des lanceurs d'alertes encore insuffisante ; accès à l'information non garanti ; dégradation des conditions de travail des journalistes ; manque de transparence sur les propriétaires des médias<sup>60</sup> et mouvement de concentration ; influence commerciale et pas de contrôle sur internet ; manque de transparence des aides indirectes...

En 2022, le Luxembourg se classe à la 21<sup>e</sup> place de l'état mondial de la liberté de la presse dressé par l'ONG [Reporters sans frontières](#).

Cette introduction fut suivie par deux discussions thématiques, à savoir :

55 – Financée à hauteur de 250 000 € sur deux ans, la convention prévoit notamment l'emploi d'un/e post-doc et d'un/e étudiant/e en master pour la réalisation d'une enquête annuelle rassemblant des données quantitatives et qualitatives sur le paysage médiatique, des recherches dans le domaine des médias et l'organisation de cycles de conférences sur des sujets ayant trait aux médias.

56 – Raphaël Kies est membre du conseil d'administration du *Média de service public 100,7*.

57 – via une convention pluriannuelle à hauteur de 250 000 € / an

58 – via le chapitre 5 consacré aux médias citoyens de la loi du 30 juillet 2021 relative à un régime d'aides en faveur du journalisme professionnel, qui prévoit une aide à hauteur de 100 000 € pour ce type de médias, plus une aide aux revues culturelles du ministère de la Culture à hauteur de 50 000 € en 2022

59 – chapitre 3. (2).1<sup>o</sup>, à côté de la politique, l'économie et le social, « sur le plan national et international »

60 – La loi de 2004 sur la liberté d'expression dans les médias toutefois impose dans son article 66 : « Art. 66. Toute publication éditée par une personne morale indique une fois par an, au premier numéro diffusé ou dans la première livraison réalisée dans l'année: - l'identité des personnes qui détiennent directement ou indirectement une participation excédant 25 pour cent du capital social de la personne morale; - l'identité des personnes composant les organes d'administration et de direction, ainsi que l'identité de la ou des personnes chargées de la direction et de la gestion journalière de la société (...) »



Stéphanie Lukasik et Dr. Raphaël Kies

## Table-ronde 1: « Le journalisme culturel à l'ère de la communication et des réseaux »

Avec :

- **Valerija Berdi**  
(journaliste culture & animatrice d'une émission littéraire à la *Radio 100,7*)
- **Céline Coubray**  
(rédactrice en cheffe culture de *PaperJam* et *PJ Architecture & Real Estate*)
- **Samuel Hamen**  
(écrivain et auteur indépendant, critique littéraire & blogueur ; *ltrtr.de*)
- **Henning Marmulla**  
(rédacteur en chef de *Forum*<sup>61</sup>)
- **Marie-Laure Rolland**  
(journaliste freelance pour *Reporter.lu* & blogueuse pour *La Glaneuse*)
- **Jeff Schinker**  
(responsable de la rédaction culturelle du *Tageblatt*)
- **Marc Thill**  
(responsable de la rédaction culturelle du *Luxemburger Wort*)

« Je constate qu'il y a actuellement beaucoup d'études et de débats comme ce-lui-ci sur la presse culturelle, un peu partout en Europe, constate *Jeff Schinker dans un sourire*, je me sens un peu comme une abeille, dont on craint l'extinction... » Le journaliste et rédacteur en charge du cahier culturel du quotidien *Tageblatt* est aussi écrivain, auteur de plusieurs livres et pièces de théâtre. Pour lui, son poste implique une certaine responsabilité pour assurer aussi bien la diversité que la qualité du suivi de l'actualité culturelle pléthorique, et ce à exactement un poste et demi (il peut aussi compter sur des textes de Jérôme Quiqueret, ainsi que d'un certain nombre de freelances plus ou moins réguliers). Pour les créateurs et créatrices, obtenir des critiques de leurs pièces, livres, films ou expositions est essentiel, non seulement pour recueillir des opinions sur leur nouvelle création, mais aussi plus pragmatiquement, pour pouvoir composer des portfolios ou revues de presse à ajouter aux demandes d'aides financières à l'avenir par exemple.

**« Une amie autrice a reçu exactement zéro papier sur une de ses nouvelles pièces récemment, raconte Jeff Schinker, elle m'a dit : 'c'est comme si ma pièce n'existait pas !' »**

Au *Luxemburger Wort*, après la dernière restructuration lors de la reprise du journal par le groupe Mediahuis en 2020, avec quelque 80 licenciements, dont certains ayant aussi concerné la rédaction culturelle qui a fondu de six à trois personnes, l'ambiance serait désormais à une certaine reprise : le *Wort* embauche à nouveau, la rédaction culturelle a pu être revenir à quatre personnes, se réjouit son responsable Marc Thill, qui souligne la diversité des profils dans cette rédaction. Suite au départ de la personne en charge du cahier culturel hebdomadaire *Die Warte*, la rédaction craignait la suppression de ce dernier, mais, insiste Marc Thill, la rédaction en chef aurait alors fait une véritable profession de foi en faveur de la *Warte*, qui continue donc à paraître tous les jeudis.

61 \_ Henning Marmulla a quitté ce poste en mars 2023

« J'écris sur ce que je connais le mieux », avoue Céline Coubray du magazine *PaperJam*, où la culture fait partie de la rédaction *lifestyle*<sup>62</sup>, ce qui constitue alors un champ très vaste. Et ce que la rédaction autour de Céline Coubray connaît le mieux, ce sont les arts plastiques, avec les expositions dans les musées et les galeries, les industries créatives, le design ou la production audiovisuelle, laissant quelques autres domaines plutôt en friche, comme la musique ou le théâtre.

Henning Marmulla décrit le magazine *Forum* comme un média citoyen et une plateforme d'auteurs/trices. Face à une réduction des feuillets dans la presse quotidienne et hebdomadaire, qu'il constate également à l'international, avec un glissement vers des formats plus futiles – comme par exemple des *homestories* d'artistes plutôt que des analyses de fond –, il insiste sur l'importance de prendre le contre-pied et d'aller plutôt vers des formats longs qui décrivent les contextes dans lesquels se produit une œuvre ou offrent des critiques fondées de ces mêmes œuvres.

**« Je trouve un peu bigot de souligner à quel point la culture est 'essentielle' comme cela a été le cas durant la pandémie et les confinements successifs, mais de ne pas payer correctement les gens qui s'y consacrent... »**  
**Samuel Hamen**

Aux yeux de Samuel Hamen, écrivain et critique littéraire pour la presse allemande et sur son propre blog, un des moyens pour signifier l'estime qu'on porte à une profession est indéniablement le salaire (ou l'honoraire) qu'on lui accorde. Or, les journalistes culturels sont généralement sous-payés au Luxembourg et les blogs sont réalisés bénévolement, « mais quand on regarde la portée que de tels blogs littéraires atteignent par exemple en Allemagne, elle peut tout à fait dépasser celle de la presse classique ». Et de citer des exemples allemands, où une critique dithyrambique d'un livre dans la vénérable *Frankfurter Allgemeine Zeitung* pouvait jadis générer un millier de ventes, alors qu'une vidéo d'un influenceur sur *Youtube* peut aujourd'hui facilement entraîner 20 000 ventes. Pour lui, travailler pour des médias au Luxembourg est devenu impossible, car « côté rémunération, c'est catastrophique », alors qu'en Allemagne, la presse paie encore un peu plus correctement. « Mais je trouve un peu bigot de souligner à quel point la culture est 'essentielle' comme cela a été le cas durant la pandémie et les confinements successifs, mais de ne pas payer correctement les gens qui s'y consacrent... », affirme Hamen.

Après avoir été rédactrice en cheffe du cahier culture du *Luxemburger Wort*, Marie-Laure Rolland a fait le choix de l'indépendance en s'établissant à son compte et écrivant pour le portail en ligne *Reporter.lu* ainsi que son propre blog, *La Glaneuse*. « On dit toujours que la liberté n'a pas de prix... Et ben, j'affirme que si, elle a un prix : il est nul ! » Si, en tant que blogueuse, elle a conscience qu'elle ne peut pas se financer, elle regrette que dans la réforme de la loi sur l'aide à la presse de 2021, les médias spécialisés aient été écartés d'emblée et que les obligations d'une couverture généraliste, comportant donc aussi de la culture, ne soient pas couplées à des quotas par exemple. « On doit se demander pourquoi et pour qui on fait de la presse culturelle ? », s'interroge la journaliste chevronnée, qui avait pu observer les résultats désastreux pour la culture de l'étude « *Lesewert* » au *Luxemburger Wort* en 2016 : des lecteurs et lectrices bénévoles avaient été équipés de stylos électroniques pour indiquer quels sujets ils et elles lisaient. La culture

62 \_ comme au *Wort*, ou cette section s'appelle désormais « Panorama »

atteignit alors 4% seulement des papiers lus. « Les lecteurs ne s'intéressent que marginalement aux sujets culturels, donc c'est un choix politique qui doit se refléter dans des lois qui permettent de soutenir la presse culturelle », affirme-t-elle.

**« Les lecteurs ne s'intéressent que marginalement aux sujets culturels, donc c'est un choix politique qui doit se refléter dans des lois qui permettent de soutenir la presse culturelle. »**

**Marie-Laure Rolland**

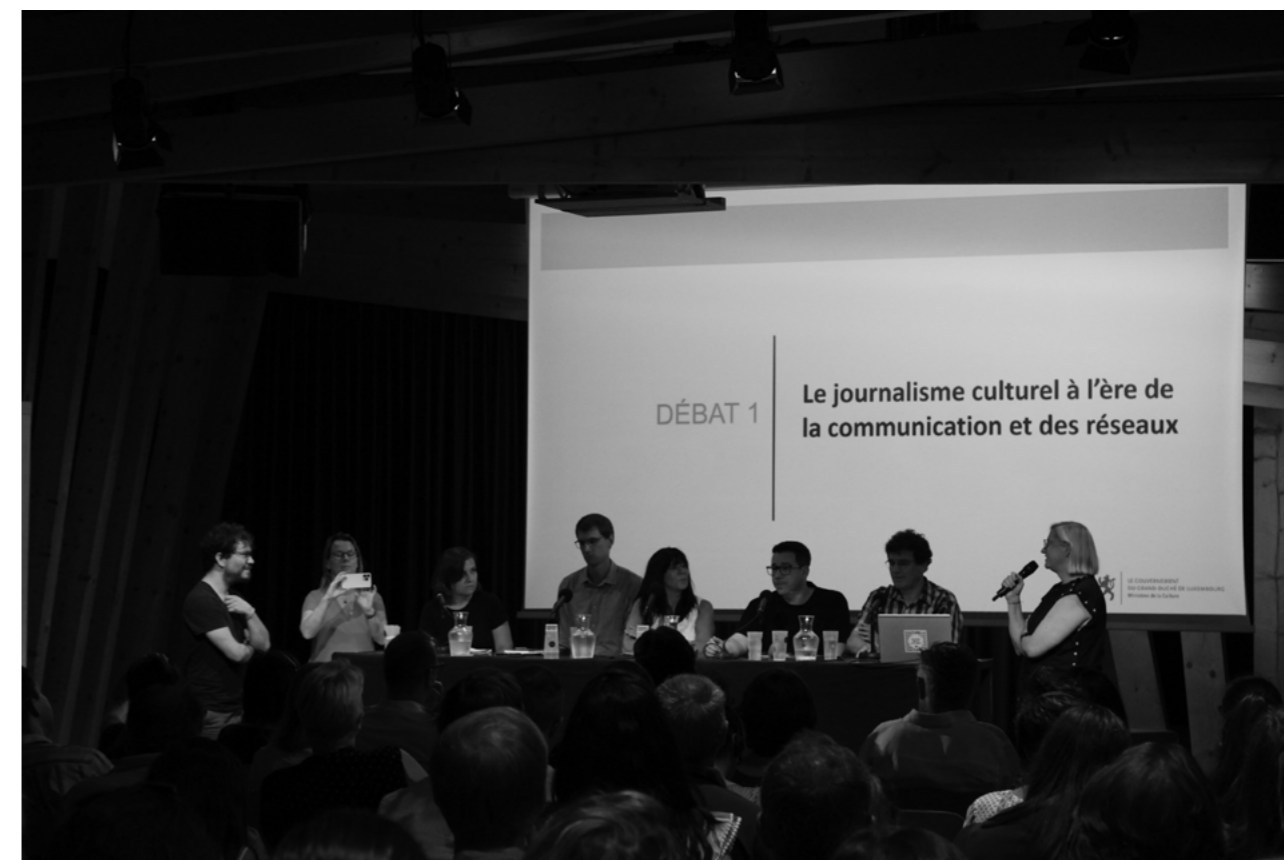
Pour Valerija Berdi, la situation de la culture au *Média 100,7* est plus évidente, comme la radio a une mission de service public, qui se décline aussi en culture. La rédaction culturelle, composée de trois personnes, est flanquée de l'équipe de la rédaction musicale (pop-rock et classique) et produira, à partir de la rentrée de septembre 2022, une émission culturelle quotidienne, à côté de celles consacrées au cinéma (*Grousse Kino*), à la littérature (*Déi wonnerbar VaLibrairie*) ou aux différents styles de musique. « Nous avons clairement une mission d'informer et de sensibiliser le public, *estime-t-elle*, et évaluer la qualité en fait clairement partie. Mais se pencher sur une œuvre pour la critiquer prend beaucoup de temps... »

À la question du destinataire du travail de la presse culturelle, tou/tes les intervenant/es sont unanimes pour désigner en premier lieu le public, et non pas les artistes eux-mêmes ou les structures productrices d'une œuvre. « À mes yeux, si les gens lisent moins les papiers culturels, ce serait un argument pour en publier davantage, pour sensibiliser à la chose culturelle », selon Henning Marmulla. « Il est évident qu'on s'adresse toujours à un public, *affirme aussi Samuel Hamen*. Mais quand on parle de public, on a souvent tendance à se dire qu'il faut baisser le niveau des papiers afin de les rendre plus accessibles, et cela dérive vite vers des formats 'low-level' sans substance. Personnellement, je plaide pour le contraire: il faut prendre le public au sérieux et ne pas le sous-estimer. »

« Si on pense que le public n'est pas à même de lire des papiers plus longs et plus complexes, c'est qu'on pense qu'il est bête, » empiète Jeff Schinker, pour qui les enquêtes d'opinion sont souvent biaisées. « Avant, les rédactions en chef ne savaient pas exactement ce que les lecteurs lisaient en premier: ils n'étaient pas assis avec eux au petit-déjeuner... », mais l'offre diversifiée d'articles s'imposait d'elle-même. Pour lui, les artistes et les organisateurs font clairement partie de son public, et ils réagissent souvent de manière plus virulente à un papier que le grand public.

« Le peu d'écho qu'on a dans le public entraîne aussi un problème de légitimité en interne », se souvient Marie-Laure Rolland, et cela a des conséquences sur le nombre de pages attribuées par ressort. « Une part de la frustration de la scène culturelle de ne pas avoir assez d'articles de presse vient du fait que pour les dossiers de demande de subsides ou de financements, ils ont besoin d'échos de la presse... Je propose qu'on enlève simplement cette ligne dans les conditions ». Elle concède qu'un auteur ou une autrice se fait aussi plaisir en écrivant un blog, « où on fait autant et aussi long qu'on veut », mais que, pour avoir une légitimité, il faut être assez spécialisé.

Tou/tes les intervenant/es s'accordent à dire que la question de la portée du feuilleton ne doit pas empiéter sur l'importance essentielle que des pages culturelles diversifiées et allant dans le fond ont pour le profil d'un média, « c'est aussi une vitrine pour un titre de presse », avance par exemple Jeff Schinker.



Jeff Schinker, Marie-Laure Rolland, Céline Coubray, Samuel Hamen, Valerija Berdi, Henning Marmulla et Marc Thill lors de la première table-ronde

Les sites internet, comme par exemple *PaperJam.lu*, ont une évaluation en temps réel de la portée des articles, les logiciels permettant d'afficher immédiatement le nombre de clics par article. « On regarde bien sûr le nombre de pages lues, *raconte Céline Coubray*, mais cela n'influence pas les choix de la rédaction. On est très contents quand ça fonctionne, et on se dit qu'on fera mieux la prochaine fois sinon ». Pour elle, il est essentiel de « couvrir les événements de qualité et de montrer ce qui se fait de bien au Luxembourg ». Si le périmètre de la culture est extrêmement vaste au Grand-Duché, elle sait aussi que le lectorat de *PaperJam* et de *Delano* s'intéresse plus particulièrement aux sujets ayant trait à la politique culturelle, à son économie et aux papiers consacrés aux personnes qui la font.

**« Je plaide pour l'instauration d'un code de l'esprit critique, parce qu'on en manque clairement au Luxembourg ! »**  
**Henning Marmulla**

Les cahiers culturels des médias classiques connaissent par ailleurs la même rupture que les autres parties des rédactions: celle des réseaux sociaux et des nouveaux médias. Là où jadis, la rédaction faisait des choix éditoriaux sur ce qu'elle couvrait et comment, « avec internet et les réseaux, le lecteur lui-même fait sa ligne éditoriale », selon Marie-Laure Rolland. Pour elle comme pour Samuel Hamen, les blogueurs/euses méritent une plus grande attention et un meilleur soutien public, comme ils et elles couvrent autrement la culture et sont souvent des expert/es. Selon Samuel Hamen, il s'agit aussi d'une question existentielle, comme il a besoin de vivre de son travail, « mais je crois qu'on va de plus en plus aller en direction d'une idée individualiste du travail. » Néanmoins, tou/tes s'accordent à dire

que les canaux de promotion des organisateurs et artistes eux-mêmes ne sont pas du journalisme culturel, mais de simples outils de communication – où la dichotomie rejoint celle du monde d'avant, entre support de communication et presse.

Si la question de l'objectivité nécessaire des critiques par rapport à leurs objets pour être crédibles dans leurs analyses reste ouverte dans le microcosme luxembourgeois, chacun/e des journalistes présent/es a aussi son lot d'anecdotes à raconter sur des réactions épidermiques de la part d'artistes ou d'organisateur·s à une critique négative, allant d'agressions verbales sur les réseaux aux confrontations personnelles dans la rue. « Je plaide pour l'instauration d'un code de l'esprit critique, parce qu'on en manque clairement au Luxembourg », lança ainsi Henning Marmulla dans une boutade en clôture de ce premier débat.

## Table-ronde 2 : « Attentes, réception et archivage »

Avec :

- **Sonia Da Silva**  
(responsable de la communication ;  
Musée national d'histoire et d'art ; [MNHA](#))<sup>63</sup>
- **Claude Mangen**  
(directeur [Mierscher Kulturhaus](#) & président de la Theater Federatioun<sup>64</sup>)
- **Fabrice Montebello**  
(enseignant-chercheur spécialisé en art et industries culturelles ;  
[Université de Lorraine](#))
- **Tiffany Saska**  
(press & PR manager ; [Philharmonie](#))
- **Pascal Seil**  
(conservateur, e.a. responsable des relations avec la presse ;  
[Centre national de littérature](#))

Le but de cette deuxième discussion est de changer de perspective, d'entendre aussi des représentant/es du monde culturel, ceux et celles qui, très souvent (par exemple de manière récurrente lors des *Assises culturelles* organisées par le ministère de la Culture), se plaignent de l'absence d'échos de leurs manifestations dans la presse et les médias. Il est intéressant de souligner que quatre des cinq personnes à cette table-ronde ont été elles-mêmes journalistes culturels, respectivement collaborateurs/trices freelances de différents médias au Luxembourg.

Ainsi, Sonia Da Silva, ancienne cheffe de rubrique culture de *La Voix du Luxembourg*, dit avoir une certaine « sensibilité » pour le métier de journaliste culturel/le, qu'il faut faire passionnément pour bien le faire, « je l'ai quitté parce que je ne pouvais plus travailler correctement ». Claude Mangen quant à lui, fut depuis les débuts de la *Radio 100,7* et jusqu'en 2018, coordinateur des programmes de la radio publique et a observé les changements de formats (de plus en plus courts), la diminution des équipes et l'augmentation du nombre de manifestations à couvrir. « On constate une énorme professionnalisation du milieu culturel, mais la presse n'arrive plus à suivre, regrette-t-il. Or, il n'est pas concevable que nous dimi-

63 \_ Depuis 2023, le musée a légèrement changé de nom, devenant MNAHA : Musée national d'archéologie, d'histoire et d'art

64 \_ Jusqu'à fin mars 2023



Sonia Da Silva, Tiffany Saska, Pascal Seil, Claude Mangen et Fabrice Montebello lors de la deuxième table-ronde

nuions notre offre par égard aux médias... » Pour combler cette couverture à ses yeux défaillante des médias, les structures culturelles offriraient de plus en plus de supports et canaux de communication eux-mêmes<sup>65</sup> : « Nous avons besoin de feedback et voulons être pris au sérieux », affirme-t-il, souhaitant davantage d'attention de la part des médias.

**« On constate une énorme professionnalisation du milieu culturel, mais la presse n'arrive plus à suivre. Or, il n'est pas concevable que nous diminuions notre offre par égard aux médias... »**  
**Claude Mangen**

L'échange entre structures et journalistes culturel/les est également primordial pour Tiffany Saska de la Philharmonie. « Nous avons plus de 400 manifestations par an, donc pour nous, c'est important que les journalistes aident le public à s'orienter à travers cette offre. Car nous pouvons communiquer à travers nos canaux à nous, mais nous n'allons jamais atteindre que ceux qui nous connaissent déjà. Les médias par contre ont aussi une fonction de 'gate-keeper', de guidance pour d'autres publics. »

Si tou/tes les intervenant/es constatent que la couverture médiatique diminue constamment, même pour ce qui est du volet annonces d'événements, ils et elles s'accordent aussi tou/tes à souligner justement cette fonction essentielle de prescripteurs que jouent les journalistes culturels : dans la masse des informations, le choix d'une rédaction peut faire la différence aux yeux du public.

65 \_ Dossiers pédagogiques et de presse comportant par exemple aussi des entretiens avec les artistes, vidéos et photos sur les réseaux sociaux...

Spécialiste de l'histoire de la consommation cinématographique et de la sociologie de l'expertise, Fabrice Montebello enseigne à l'Université de Lorraine et observe l'interaction entre les professionnel/les qui produisent une œuvre et le public qui la consomme. À ses yeux, on prête aujourd'hui une qualité d'évaluation à tout le monde, sans faire de différence entre le grand art et l'art de masse – comme le journaliste culturel ne fait pas non plus de différence. Dans son domaine d'expertise, l'aide à la presse a pour mission de garantir l'indépendance et la liberté d'information. Ainsi, si la fonction sociale de l'art est en premier lieu de produire du plaisir, la fonction sociale du journaliste d'un service culturel est la critique, soit évaluer la qualité d'un objet pour le compte du public. Donc, le journaliste culturel est le représentant du public, même s'il est professionnellement lié au secteur de la culture. Fabrice Montebello laisse ouverte la question si un État doit aider financièrement un/e journaliste qui représente le public.

Claude Mangen embraye sur cette définition de la fonction essentielle du journaliste culturel, qui offre un service pour le public et devrait pour cela retrouver une plus grande autonomie. « Il n'est pas juste que des rédacteurs en chef politiques, qui ne sont pas experts, décident des orientations et des choix des journalistes culturels. » Il plaide pour l'émancipation des rédactions culturelles et une plus grande conscience de leur propre valeur : « La presse culturelle s'est professionnalisée elle aussi, il y a de moins en moins d'enseignant/es qui écrivent des critiques à leurs heures, donc je ne comprends pas pourquoi ils doivent constamment se justifier... Personne ne demande aux rédactions économiques ou aux rédactions sportives leurs états d'âme quand elles publient des cours de bourse ou des résultats sportifs... »

Pour Tiffany Saska se pose aussi la question des retombées d'articles : la Philharmonie constate une conséquence directe sur la vente de tickets lorsque un/e musicien/ne donne une interview sur un concert à venir. Mais elle regrette que la presse s'intéresse toujours prioritairement aux stars au lieu d'oser aussi défricher et promouvoir des artistes encore moins connus. « Nous faisons un premier choix de ce que nous programmons, et les journalistes font encore une fois un second choix de ce qu'ils traitent dans leurs médias... Je trouve que nous devrions tous faire des efforts en faveur de plus de diversité », lance-t-elle. Ce à quoi Claude Mangen concède que les différents organisateurs culturels sont aussi en situation concurrentielle l'un vis-à-vis de l'autre, que chacun cherche non seulement l'attention des médias, mais aussi, in fine, du public.

**« Il y a beaucoup d'œuvres qui ne servent à rien, qui sont nulles, c'est ce qui rend digne la fonction de journaliste culturel. Le journaliste culturel doit faire l'expérience d'une multitude d'objets dans une situation d'expansion de l'offre culturelle qui est énorme. » Fabrice Montebello**

Un constat que ne peut que confirmer Fabrice Montebello : « Le spectateur attend de ne pas perdre son temps, il veut savoir si le pari qu'il a fait pour sa soirée est réussi ». Car les professionnel/les de la culture ne sont pas seulement en concurrence entre eux, mais aussi avec des géants comme Netflix et l'offre des pays étrangers. « Il y a beaucoup d'œuvres qui ne servent à rien, qui sont nulles, c'est ce qui rend digne la fonction de journaliste culturel, affirme Fabrice Montebello. Le journaliste culturel doit faire l'expérience d'une multitude d'objets dans une situation d'expansion de l'offre culturelle qui est énorme. La production culturelle est une 'économie du prototype'. »

À ses yeux, et contrairement de ce qui est souvent supposé, le vaste domaine de la consommation culturelle n'a besoin d'aucun « capital culturel » pour apprécier la beauté. En guise de preuve de cette affirmation, il cite les listes des « meilleurs films » et autres grands classements : « Ce qui est frappant, c'est la convergence des avis », que, à la fin, tout le monde s'accorde sur la qualité d'un certain nombre d'œuvres qui vont perdurer. L'enjeu du journalisme culturel serait alors de faire des choix, de donner des orientations sur le vif, dans le domaine de ces « prototypes » en création, dont la qualité est complètement incertaine au moment du lancement. « Il suffit d'avoir des yeux et des oreilles pour apprécier et d'en faire l'expérience, dit-il. Il nous faut des journalistes culturels pour discriminer. » Et d'ajouter : « Vous ne pouvez pas évaluer la qualité d'un objet artistique si vous n'en faites pas l'expérience. Si un journaliste vous dit 'pas la peine de vous déplacer !', vous gagnez votre soirée... »<sup>66</sup>

66 \_ Transcription : jh



# Annexes

## Bibliographie

175 Jahre Luxemburger Wort – Sonderheft zum 175. Gründungstag des «Luxemburger Wort», supplément spécial pour l'anniversaire du quotidien, distribué gratuitement avec l'édition du 23 mars 2023 et en vente en kiosques, 5 €

Bardes, Julia et Borsenberger, Monique: «Les pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg – Éléments de synthèse de l'enquête Culture 2009»; *Les Cahiers du Ceps / Instead*, n°2011-16; décembre 2011.

Caregari, Luc: «L'Alac vampirise la profession de journaliste», *Woxx*, 28 octobre 2020

*Die Zukunft der Kritik* – Congrès sur l'état de la critique d'art organisé par la Bundeskunsthalle Bonn, en collaboration avec l'Akademie der Künste de Berlin, en novembre 2022: toutes les interventions sont disponibles en vidéo [sur la page Youtube de la Bundeskunsthalle](#).

Hamen, Samuel: «Zum Stelleväert vum Kulturjournalismus», billet pour la rubrique *Fräie Mikro* de *Radio 100,7*, le 6 novembre 2020, disponible ici: [Zum Stelleväert vum Kulturjournalismus | radio 100,7 \(100komma7.lu\)](#)

Hansen, Josée: «Crise du discours – Crise de la parole»; grand entretien avec les critiques d'art et de théâtre Lucien Kayser et Stéphane Gilbert; in: *d'Lëtzebuurger Land* du 26 septembre 2014; disponible ici: <https://www.land.lu/page/article/632/7632/FRE/index.html>

Hansen, Josée: «De la documentation de l'éphémère et de l'attitude critique comme vertu en général»; in: *Piccolo Teatro – deux ans de rencontres théâtrales au Luxembourg*; Éditions d'Lëtzebuurger Land; Luxembourg, décembre 2018; ISBN: 978-99959-949-5-2

Hansen, Josée: «L'utopie collectiviste», avec e.a. une partie sur les fanzines artistiques au Luxembourg; in: journal de l'exposition *Angste Povera*; édité par l'asbl Rotondes; Luxembourg, mai 2014.

Hilgert, Romain: *Zeitungen in Luxemburg – Les journaux au Luxembourg 1704-2004*; Service information et presse du gouvernement luxembourgeois, Luxembourg, octobre 2004; ISBN 2-87999-135-8.

Koedinger, Mike, et Grodecki, Joanna: *Happy Inventory – Maison Moderne célèbre ses 20 ans d'édition indépendante*; Maison Moderne, Luxembourg, octobre 2014; ISBN: 978 9 9959 3310 4

Montebello, Fabrice: *Le cinéma en France (depuis les années 1930)*; Armand Colin, Paris, 2005; 240 pages; ISBN 978-2200340148

Pepin, Sarah: «What goes around comes around»; in: *d'Land* du 22 juillet 2022

Schaeffer, Jean-Marie: «Les arts et la critique des œuvres», série de quatre articles sur le site *Culture.lu*, dont le premier a paru le 1<sup>er</sup> août 2022; [à lire ici](#)

Schinker, Jeff: «D'un métier à l'agonie – Quelques réflexions sur le journalisme musical inspirées par le magistral concert de Sigur Rós»; essai; in: *Tageblatt du 28 octobre 2022*

Schinker, Jeff: «Kultur müde Medien? – Über einen Beruf, der zu verschwinden droht»; éditorial; in: *Tageblatt du 15 juillet 2022*

Schinker, Jeff: «Unbelehrbar – Von der Kluft zwischen Kulturprogrammierung und Berichterstattung»; éditorial; in: *Tageblatt du 16 janvier 2023*

Schinker, Jeff: «Was für ein Scheiß: Hundekot als Angriff auf die Meinungsfreiheit»; éditorial; in: *Tageblatt du 17 février 2023*

Service information et presse du gouvernement luxembourgeois (éditeur): [À propos... des médias](#), Luxembourg, 2013.

Tanson, Sam: «Chronique de critique», in: *Forum n° 260*.

Thomas, Bernard: «Deadline Gasperich», reportage sur l'impression de la dernière édition du *Luxemburger Wort* à Gasperich; in: *d'Land* du 08 juillet 2022

## Webographie : liens utiles

Alia – Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, le régulateur de l'audiovisuel: <https://www.alia.lu/>

Convention pluriannuelle du ministère de Médias avec l'Université du Luxembourg pour la recherche dans le domaine des médias: [https://smc.gouvernement.lu/fr/actualites/gouvernement%2Bfr%2Bactualites%2Btoutes\\_actualites%2Bcommuniqués%2B2022%2B03-mars%2B23-convention-universite-medias.html](https://smc.gouvernement.lu/fr/actualites/gouvernement%2Bfr%2Bactualites%2Btoutes_actualites%2Bcommuniqués%2B2022%2B03-mars%2B23-convention-universite-medias.html)

Luxorr: société de gestion collective des droits d'auteur, regroupant les éditeurs de livres et de journaux: <https://www.luxorr.lu/index.php/promotion-culturelle>

Media Pluralism Monitor 2022: [MPM2022 Results - Centre for Media Pluralism and Freedom \(eui.eu\)](#)

Ministère de la Culture, Luxembourg: <https://mc.gouvernement.lu/fr.html>

Ministère de la Culture, France: «[Chiffres clés – Statistiques de la culture et de la communication 2022](#)»

Recueil des lois et règlements régissant la presse et les médias électroniques, ayant cours à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2023, réalisé par le Service central de législation: [https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/recueil/presse\\_medias/20230101](https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/recueil/presse_medias/20230101)

Reporters sans frontières: «Classement mondial de la liberté de la presse 2022: la nouvelle ère de la polarisation»; [publié le 3 mai 2022](#), consulté le 14 février 2023

Service des médias, de la connectivité et de la politique numérique du ministère d'État: <https://smc.gouvernement.lu/fr.html>; données disponibles sur le portail *open data*: <https://data.public.lu/fr/organisations/service-des-medias-de-la-connectivite-et-de-la-politique-numerique/>

## Glossaire

**Cim**: [Le Centre d'information sur les médias](#) est une association sans but lucratif belge, fondée en 1971 et ayant son siège à Bruxelles. Il «a pour but de fournir à ses membres, de manière continue, des informations objectives et fiables, sur l'audience, les caractéristiques et les performances des médias. De plus, le Cim contrôle le tirage et la diffusion des médias, et peut auditer et certifier des méthodes de mesure, des données d'audience ou des segmentations de tiers». Il regroupe les médias et leurs régies, les agences média et les annonceurs. Un certain nombre des grands journaux luxembourgeois font contrôler et certifier leurs audiences par le Cim.

**Les études Ilres Plurimedia** sont réalisées par Ilres et Kantar Belgium et sont des sondages basés sur des enquêtes téléphoniques et via internet sur un échantillon de 3 755 personnes de plus de quinze ans. Elles sont financées par les trois grands groupes de presse que sont Editpress, IP Luxembourg /CLT-Ufa et Mediahuis, avec l'appui du gouvernement luxembourgeois. Elles paraissent en principe deux fois par an, en mars et en septembre.

## Mise en garde

Ce *Cahier du ministère de la Culture* dédié à la presse culturelle et à la culture dans la presse est le premier d'une nouvelle série de publications qui se font l'écho de débats actuels dans le domaine de la culture. Les recherches se sont étendues de mars 2021 à mars 2023 et ont été enrichies par deux débats lors d'un *workshop* sur le même thème, qui a eu lieu le 14 juillet 2022 aux Rotondes. Les changements intervenus après mars 2023 n'ont pas pu être pris en compte.

## Éditeur

Ministère de la Culture, Luxembourg

## Conception et coordination

Jo Kox, Josée Hansen

## Rédaction

Josée Hansen

## Corrections

Vesna Andonovic, Anne Lanners

## Photos

Ministère de la Culture, Luxembourg

## Conception graphique

Studio Polenta

## E-book

juin 2023

ISBN 978-2-87984-139-7



9 782879 841397