

L'Agefi  
1026 Echandens-Denges  
021/ 331 41 41  
www.agefi.com

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Magazines populaires  
Tirage: 5'500  
Parution: 5x/semaine

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 2  
Surface: 42'738 mm<sup>2</sup>

# Les éditeurs se trompent de cible

SSR. Pourquoi un service public de l'audiovisuel fort et généraliste est nécessaire. Deuxième volet.

JEAN-DANIEL DELLEY\*



UN AFFAIBLISSEMENT DE LA SSR

NE CONDUIRAIT PAS

À UNE DIVERSIFICATION MAIS, TOUT AU CONTRAIRE,

À UNE STANDARDISATION DE L'OFFRE.

La concession dont bénéficie la SSR échoit en 2017. Voilà qui stimule les attaques contre la régie et aiguise les appétits des acteurs de la scène médiatique (voir aussi DP 2138).

Ces acteurs, diffuseurs privés comme la presse écrite, attendaient du Conseil fédéral qu'il ouvre le jeu en limitant tout à la fois les moyens financiers et l'éventail des prestations de la SSR. Attente déçue puisque dans son rapport le gouvernement confirme la nécessité d'un service public de l'audiovisuel fort et généraliste.

Si le Conseil des Etats a largement suivi cette ligne, la commission du Conseil national a demandé au Conseil fédéral une analyse complémentaire mettant l'accent sur le principe de subsidiarité. En clair, davantage de place pour les prestataires privés.

Prôner plus de concurrence au motif de favoriser la diversité de l'offre, c'est ignorer que la concurrence fait rage aujourd'hui déjà. En effet, la SSR est confrontée à l'offre de nombreuses chaînes étrangères qui captent plus de 60% de l'audience, la télévision nationale devant se contenter de moins d'un tiers du marché. On est donc loin d'une situation de quasi-monopole où la SSR écraserait ses concurrents. En réalité, ce sont bel et bien les chaînes étrangères captées en Suisse qui représentent les véritables concurrents du secteur privé helvétique.

Par ailleurs, restreindre les ressources financières de la régie et limiter ses prestations à ce que le secteur privé ne peut produire – le principe de subsidi-

arité – signifierait la fin d'un service public généraliste. Or c'est en offrant tout à la fois information, culture, musique, sport et divertissement que la régie peut rassembler un vaste public, néanmoins hétérogène dans ses goûts. C'est en disposant de moyens financiers suffisants que la SSR est en mesure de promouvoir une création propre, reflet de la diversité du pays et expression de l'appartenance à une même communauté.

Jamais les acteurs privés ne disposeraient des ressources nécessaires à la production d'une offre généraliste. Contraints par l'exigence de rentabilité, ils se concentreraient sur des produits d'appel susceptibles de générer de l'audience, donc des rentrées publicitaires.

Un affaiblissement de la SSR ne conduirait donc pas à une diversification mais, tout au contraire, à une standardisation de l'offre.

Une SSR affaiblie ne serait plus en mesure de fournir des prestations de nature et de qualité semblables sur l'ensemble du territoire national, alors que cette égalité dans la diversité représente un élément d'identité essentiel dans un pays plurilingue et multiculturel. Francophones et italophones en seraient les premières victimes. En effet, radios et télévisions romandes et tessinoises bénéficient d'une part des recettes de la redevance proportionnellement plus importante que celle que paient leurs habitants.

Cette péréquation au bénéfice des mi-

norités linguistiques traduit le respect de la diversité culturelle du pays, une mission de service public que serait bien en peine de remplir un marché livré à la seule concurrence.

Cette exigence de toucher tous les publics justifie la présence de la SSR sur l'internet.

Dans la société numérique, les canaux traditionnels de diffusion – radio et TV – et les programmes fixes ne correspondent plus aux pratiques actuelles. Les jeunes notamment picorent à l'aide de leurs tablettes, ordinateurs et autres smartphones plutôt qu'ils ne suivent le déroulement linéaire de la programmation.

Le Conseil fédéral a bien compris cette évolution, lui qui persiste à priver la SSR de publicité sur l'internet par crainte de nuire aux éditeurs, mais qui se déclare prêt à lever cette interdiction en fonction de l'évolution des revenus publicitaires et de la redevance.

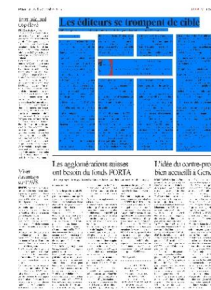
En 15 ans, les éditeurs de presse ont vu fondre de moitié leurs ressources publicitaires, de 3 à 1,5 milliards de francs. La SSR n'en a pas profité puisque le quasi-doublement des revenus de la publicité télévisuelle – 718 millions – a enrichi les seules chaînes étrangères diffusées en Suisse.

Sans parler du troisième larron, l'internet, qui s'approprie actuellement plus d'un milliard du gâteau publicitaire. Les éditeurs se trompent donc de cible en accusant la SSR de tous leurs maux, une accusée fort commode pour masquer la lenteur de leur adaptation

Date: 27.10.2016

# L'AGEFI

QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE



L'Agefi  
1026 Echandens-Denges  
021/ 331 41 41  
www.agefi.com

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Magazines populaires  
Tirage: 5'500  
Parution: 5x/semaine

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 2  
Surface: 42'738 mm<sup>2</sup>

à la révolution numérique.

Toutes les attaques menées contre la SSR, qu'elles soient frontales, comme la suppression ou la réduction de moitié de la redevance, ou plus sournoises, comme la compétence parlementaire de fixer son montant et d'attribuer la concession, visent très clairement un affaiblissement du service public. Or, on sait à quel point il a contribué à la médiocrité des médias audiovisuels

dans les pays qui l'ont favorisé, en particulier au sud de l'Europe.

Cet affaiblissement ne profitera qu'aux chaînes étrangères déjà très présentes en Suisse.

Une évolution qui ne semble pas particulièrement inquiéter l'UDC, très présente au front de ces attaques, elle qui aime à se prévaloir de la «qualité suisse» et du monopole du patriotisme.

Sur ce sujet, on peut lire avec profit l'ouvrage de Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois, Ingrid Deltenre et Gilles Marchand, *Medias publics et société numérique. L'heure du grand débat*, Editions Slatkine, 2015.

\* *Domaine Public*  
<http://www.domainepublic.ch/articles/30149>