



Le Temps
1002 Lausanne
021 331 78 00
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 36'802
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 19
Surface: 20'667 mm²

SSR



Gilles Marchand devra étoffer son réseau en Suisse alémanique.

Les grands chantiers de Gilles Marchand

Nommé futur directeur général de la SSR, l'actuel patron de la RTS devra avant tout pacifier la relation avec les éditeurs privés

«Gilles Marchand, c'est qui?» La question sort de la bouche de Matthias Aebischer, conseiller national (PS/BE), un ancien journaliste qui est aussi l'un des meilleurs connaisseurs du paysage médiatique suisse. C'est dire qu'en Suisse alémanique, l'actuel patron de la RTS doit encore étoffer son réseau. Le 8 novembre, le conseil d'administration de la SSR l'a désigné pour succéder à Roger de Weck, une décision qui doit encore être approuvée par l'assemblée des délégués.

Outre-Sarine, l'annonce que ce sociologue de formation – né à Lausanne mais ayant grandi à Paris – prendra la tête de la SSR en octobre 2017 a suscité quelques réactions de scepticisme. Est-ce vraiment le bon moment de nommer un Romand alors que c'est en Suisse alémanique que le service public subit un feu incessant de critiques? Pourtant, ceux qui ont pris la peine de le connaître n'en disent que du bien. Ainsi, l'*Aargauer Zeitung* vient de publier un portrait très élogieux de lui.

Un patron innovateur

D'ailleurs, c'est dans un climat semblable de tensions que Gilles Marchand a débarqué en 2001 à la Télévision suisse romande (TSR). Non seulement il est alors jeune (38 ans), mais surtout il vient de l'extérieur, du groupe Ringier – éditeur du *Temps* –, plus précisément. Il connaît alors encore mal l'audiovisuel, mais il va s'y plonger avec la passion et la curiosité intellectuelle qui l'habitent. Bien avant les autres, il discerne les énormes défis qu'il faudra relever à l'heure de la révolution numérique. Il développe la présence de la TSR sur le Net, puis enclenche dès 2010 le processus de convergence de la télévision et de la radio qui débouche sur la création de l'actuelle RTS.

Pour Gilles Marchand, les chantiers ne manquent pas: avec les éditeurs privés que préside désormais Pietro Supino, il devra à la fois apai-

ser une relation qui s'est envenimée à l'annonce de la création de la coentreprise Admeira (avec Swisscom et Ringier). Sur le plan politique, il devra contrer l'initiative «No Billag» exigeant la suppression de la taxe radio-TV et persuader le parlement de la nécessité d'un service public fort et indépendant.

Perche tendue aux privés

En tant que président des Médias francophones publics, il connaît les tendances mondiales. Quant à sa présence au sein de la Commission fédérale des médias, elle l'a familiarisé avec l'ensemble du paysage médiatique suisse. Gilles Marchand en a conçu une vision claire et cohérente du rôle du service public, qu'il développe dans un ouvrage collectif paru aux Editions Slatkine, consacré aux enjeux médiatiques de la société numérique. Il s'engage en faveur d'une radio et d'une télévision généralistes destinées à tous les publics.

Il s'y fait aussi l'avocat d'un modèle mixte de collaboration avec les privés: «Ne faudrait-il pas encourager le service public à générer des recettes dans le but de développer un marché publicitaire national et dynamique, quitte à redistribuer ensuite ces revenus à tous les acteurs du marché?» interroge-t-il. Poser la question, c'est y répondre. ■

MICHEL GUILLAUME, BERNE
@mfguillaume