



MÉDIAS SUISSES

SCHWEIZER MEDIEN | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

Commission fédérale des médias – audition du 11 novembre 2014

Seule la parole prononcée fait foi.

Verena Vonarburg, Directrice, Schweizer Medien

Mesdames, Messieurs,

Au nom des trois associations Schweizer Medien, Médias Suisses et Stampa Svizzera regroupant les grandes et les petites entreprises de médias privés en Suisse, nous vous remercions de la possibilité qui nous est offerte de vous exposer notre point de vue aujourd'hui.

Qu'est-ce que le service public ? Il est bien davantage qu'une simple formule utilisée et interprétée selon les besoins du moment. Notre définition du service public est la suivante : dans le domaine des médias, le service public est l'aliment de base des citoyennes et citoyens informés. Tout ce dont une société démocratique a besoin pour sa cohérence et pour la création de son opinion publique en fait partie.

L'économiste français Alfred Sauvy se plaisait à dire : « *bien informés les hommes sont des citoyens, mal informés ils deviennent des sujets* ».

Les médias privés, les journaux, fournissent à leur manière du service public. Que ce soit au niveau national, territoire des grands titres de presse, ou au niveau régional ou local, par les publications au tirage plus modeste, mais non moins importantes pour la démocratie. Certains titres le font quotidiennement. D'autres à un rythme hebdomadaire. C'est à travers les journaux et les portails d'informations de la presse sur internet que nous nous informons. Nous approuvons certaines prises de position qui y sont développées, nous en contestons d'autres ; nous formons ainsi notre propre opinion de citoyennes et citoyens informés et libres. Dans la mesure où les contenus de presse écrite nous permettent de participer au débat, ceux-ci contribuent à forger notre identité. Les médias, en tant que vecteurs d'informations et plateformes de discussion, contribuent de manière décisive à ce qu'est la Suisse.

L'article 93 de la Constitution fédérale définit le service public sous l'angle de la radio et de la télévision. L'alinéa 4 est cependant trop souvent oublié, lui qui incarne pourtant la condition *sine qua non* pour permettre la diversité et la richesse de l'offre médiatique en Suisse.

L'alinéa 4 exige que la radio et la télévision tiennent compte de la situation et du rôle des autres médias, en particulier de la presse. Or, lorsque la SSR étend massivement son offre comme c'est le cas aujourd'hui, cette exigence constitutionnelle n'est plus respectée.

Loin de nous l'idée de remettre en cause le rôle de la SSR dans le contexte médiatique suisse. Pas plus que nous songeons à appeler de nos vœux la liquidation de la SSR. Notre objectif est raisonnable et pragmatique : nous voulons un paysage médiatique sans distorsions de concurrence entre la SSR et les médias privés. La politique des médias doit tout mettre en œuvre pour concourir à la suppression de telles distorsions. Si elle veut maintenir la diversité des médias – diversité si importante pour la démocratie - la politique doit s'employer à créer des conditions-cadre favorables pour ses médias.



Par le passé, la technologie permettait de différencier objectivement les différentes catégories de médias, la radio, la TV et la presse faisant chacune appel à des infrastructures et des outils fort différents. Ces frontières érigées jadis par la technologie ont aujourd'hui disparu : à l'ère du numérique, tous les médias, quelle que soit la famille à laquelle ils appartiennent, convergent aujourd'hui vers le digital où s'affronte une concurrence de plus en plus vive. Hélas, il s'avère que les règles qui régissent les médias obéissent toujours aux anciens critères et ne tiennent pas compte de cette évolution. Ces règles sont aujourd'hui révolues et un nouveau cadre s'impose afin d'empêcher que le digital ne soit le théâtre de distorsions de concurrence supplémentaires entre la SSR et les médias privés.

Car, à n'en point douter, l'art. 93 al. 4 de la Constitution fédérale est d'une actualité brûlante, lui qui enjoint les médias financés par la redevance à faire preuve de retenue à l'endroit des autres prestataires présents sur le marché. L'offre de la SSR doit donc rester la radio et la télévision classique, même si ces contenus peuvent être diffusés sur internet. C'est avant tout une question de fair-play. La SSR – qui bénéficie d'une augmentation constante de ses ressources (grâce à l'accroissement de la population astreinte au paiement de la redevance, mais aussi grâce aux revenus en hausse de la publicité TV et du sponsoring) – concurrence, sur le numérique, des entreprises privées ne profitant pas d'avantages similaires. Sur internet, le mot d'ordre pour les médias privés est l'innovation: l'innovation est excitante, elle est un défi qui stimule l'imagination, requiert l'acceptation du risque, elle est indispensable. Pour les médias privés, l'innovation est financée par les revenus des abonnements et ceux de la publicité print et numérique. Nous estimons que, pour offrir des chances de succès aux médias privés, la répartition suivante s'impose : la SSR perçoit la partie la plus importante de la redevance et peut commercialiser de la publicité TV linéaire, alors que les médias privés se financent en commercialisant leurs publications et de la publicité print et numérique. A ce titre, c'est avec satisfaction que nous avons récemment entendu le DETEC nous assurer une nouvelle fois que l'interdiction de la publicité online faite à la SSR serait être maintenue à l'avenir aussi. Nous relevons d'ailleurs que l'Allemagne connaît une situation semblable. Cette interdiction permet d'atténuer les distorsions du marché. Une réflexion similaire doit par ailleurs s'imposer dans le domaine de la publicité TV, où Publisuisse, la régie de la SSR, devrait se voir interdire de commercialiser des espaces publicitaires à un prix inférieur au coût de revient. Le *dumping*, comme il se pratique par exemple au Tessin, doit absolument être évité à l'avenir.

Ce sont les citoyennes et citoyens qui financent le service public. Le contenu payé au moyen des ressources publiques ne doit pas concurrencer l'offre privée. En outre, les productions de la SSR faisant partie du service public doivent être mises gratuitement à disposition de ceux qui les ont financées pour leur diffusion par d'autres médias.



Daniel Hammer, secrétaire générale, Médias Suisses

La révolution digitale a créé une situation nouvelle dans le paysage médiatique et les habitudes d'utilisation des médias ont déjà subi des changements conséquents : Aujourd'hui, nous consommons des médias sur une multitude de canaux différents, même si le journal traditionnel imprimé sur papier conserve une place importante. Dans cette évolution, les nouveaux médias viennent compléter l'offre existante. Une politique de médias orientée vers l'avenir doit viser à concilier deux éléments : elle doit favoriser l'innovation tout en permettant aux offres qui ont fait leurs preuves de perdurer et d'évoluer. Nous constatons que les journaux locaux et régionaux fournissent de manière évidente un service public régional. Forts de ce constat, nous continuerons à nous engager en faveur d'une aide indirecte à la presse locale et régionale prenant la forme de rabais postaux pour la distribution de journaux et de magazines. Cette mesure s'impose dans le contexte d'un paysage médiatique en pleine mutation.

Les prix de distribution des publications imprimées ne cessent d'augmenter, inlassablement. Pour soutenir les titres de la presse écrite en tant qu'éléments centraux du débat démocratique à tous les échelons du fédéralisme (local, régional et fédéral), nous estimons que la Confédération devrait s'engager en faveur de la distribution de la presse par une contribution aux frais d'infrastructure : les journaux et magazines suisses devraient être distribués à un tarif fixe, par exemplaire, qu'il s'agisse de distribution postale ou de portage. La Poste, de son côté, serait dédommée par la Confédération pour la différence entre ce tarif et le coût réel de sa prestation. Le fait que les journaux et magazines puissent être diffusés partout dans le pays à un tarif bon marché constitue à n'en point douter une prestation de service public importante en faveur des habitants et des habitantes de notre pays.

Nous rejoignons la COFEM lorsqu'elle propose, comme elle l'a fait dans son rapport, de soutenir l'ATS en tant que prestataire de service public par excellence. La mesure suggérée par la COFEM est idéale dans la mesure où elle ne provoque aucune distorsion de concurrence.

Les médias s'apparentent de plus en plus à des plateformes multimédias et s'affirment toujours plus dans leur rôle de piliers du service public. La SSR doit pouvoir évoluer, mais son développement ne doit pas menacer celui des médias privés. L'obligation faite à la SSR de tenir compte des autres médias et de la presse en particulier n'est pas qu'une obligation de rang constitutionnel, c'est aussi une exigence qui s'inspire directement de la culture suisse.