



Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 37'021
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 377.021
N° d'abonnement: 1086479
Page: 3
Surface: 111'962 mm²

Vents agités sur les TV d'Europe



Journaux télévisés européens. De haut en bas et de gauche à droite, les éditions allemande, française, néerlandaise, belge, irlandaise et finlandaise.



> Médias La polémique autour de la SSR n'est pas une particularité helvétique

> Ces dernières années, les services publics audiovisuels ont été remis en cause ou remaniés dans plusieurs pays

> Six cas à la lumière des débats suisses

Nicolas Dufour

Que faire avec la SSR? Depuis dimanche, responsables du diffuseur public, politiciens ou même amateurs des chaînes de radio et TV n'en finissent pas de commenter le résultat du vote à propos de la redevance. A la fin de l'année, au plus tard début 2016, le Conseil fédéral produira son très attendu rapport sur l'audiovisuel public, promet Doris Leuthard. Nouveaux échanges en vue.

Le débat suisse n'a rien d'isolé. Sous la pression des difficultés budgétaires – dans le cas où les radios-TV sont payées par l'impôt –, ou au travers d'une remise en cause des vieilles redevances, le financement des médias publics est en mutation dans nombre de pays européens. L'Europe, où est née cette notion de médias audiovisuels appartenant à la collectivité, et financés au moins en partie par elle, s'interroge. Et bouscule les états-majors des diffuseurs par des réformes plus ou moins réussies, sur fond de polémiques parfois vives. Six coups de

projecteur.

■ L'Allemagne, celle qui a précédé la Suisse

De fait, l'Allemagne a précédé la Suisse. Début 2013, le pays est passé au régime de la redevance presque universelle. Jusqu'ici, le système était complexe, basé sur le nombre d'appareils recevant radio et TV, par mois et par personne: 5,76 euros pour un ordinateur ou une radio, 17,98 euros pour plusieurs TV. Désormais, chaque foyer paie 17,98 euros par mois, soit 215,76 euros par année. Les entreprises sont assujetties. Il existe des exceptions.

La réforme a été mal acceptée par les entreprises, ce qui rappelle l'origine du référendum en Suisse. En Bavière, une chaîne de magasins a contesté l'avènement de ce «nouvel impôt». La justice l'a déboutée, arguant de la prestation de service des chaînes publiques.

L'Allemagne a maintenu le critère de la possession d'un appareil de réception, ordinateur compris: ceux qui n'en ont pas peuvent encore demander une dérogation. Rappelons qu'en Suisse, la dérogation est possible pendant cinq ans après l'entrée en vigueur de la loi, une concession du parlement aux aînés.

■ Les Pays-Bas, épouvantail des chaînes publiques

L'exemple est souvent cité par les responsables de TV publiques... comme un épouvantail de ce qui ne devrait pas, à leurs yeux, arriver à un groupe public. Les directeurs de radios-TV sont notamment hostiles à l'intégration de la redevance dans l'impôt. Cela soumet alors les recettes des radios-TV publiques aux aléas politiques et budgétaires, craignent les responsables.

En Suisse, peu de voix exigent un tel système: en revanche, redoutant de nouvelles hausses de

la redevance, certains, dont l'UDC, exigent que le montant de celle-ci soit fixé par le parlement. Ce qui ouvrirait évidemment la voie à une baisse de la taxe si une majorité la soutient.

Aux Pays-Bas, donc, s'est déroulé l'exact scénario qui donne des insomnies aux patrons de chaînes. En 2000, le pouvoir a supprimé la redevance pour la remplacer par une dotation issue du budget de l'Etat. Début du cauchemar pour NPO, la chaîne publique: les coupes se sont succédées, jusqu'à 25% de son enveloppe en 2010, et il y a encore eu rabotage en 2012.

■ En Finlande, la redevance en fonction des revenus

La démarche a séduit loin à la ronde par son caractère posé. Au début des années 2010, pour réformer son système de financement de l'audiovisuel, la Finlande a procédé à de larges consultations et à une «réflexion approfondie», souligne-t-on à l'Union européenne de radiodiffusion. Il en est résulté, dès 2013, l'instauration d'une redevance basée sur un barème adapté aux revenus – une modulation très rare en Europe.

Cette «taxe YLE», selon le nom du diffuseur, alimente un fonds qui ne dépend pas de l'Etat. Pour un bassin de 5,4 millions d'habitants, YLE exploite quatre chaînes de TV et cinq de radio, ainsi qu'une radio en langue same avec les Suédois et les Norvégiens.

■ Irlande, crise majeure autour de la publicité

Le service public irlandais, qui comprend deux diffuseurs dont l'un est dévolu au gaélique, a connu une histoire mouvementée ces dernières années. Dès les années 1990, notamment sous la pression des TV privées et des éditeurs – à l'instar des exigences des

Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.chGenre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 37'021
Parution: 6x/semaine

éditeurs suisses aujourd'hui –, l'Etat a réduit la part de publicité sur les chaînes publiques.

Conséquence, les dépenses publicitaires ont filé en majorité vers les médias anglais. «Après trois ans, le service public a frôlé la faillite», raconte Matthias Künzler, spécialiste en médias, professeur à la Haute Ecole technique et d'économie de Coire, qui a suivi le cas. Conséquence, les autorités ont à nouveau relevé la part de publicité.

Actuellement, la RTE est financée à 55,7% par la redevance, le reste par la publicité, y compris sur ses sites internet. Le gouvernement a envisagé une redevance universelle comme en Allemagne et en Suisse, mais y a renoncé en début d'année, faute de majorité pour le projet.

Matthias Künzler tire une conclusion nette de l'exemple irlandais: «L'interdiction de la publicité sur les chaînes de la SSR n'aiderait pas les TV privées ou les éditeurs suisses. La majorité des budgets irait hors de Suisse, sur des fenêtres étrangères ou internet.»

■ En France, le yoyo des recettes

En 2009, la publicité sur les chaînes de France Télévisions a été interdite à partir de 20h. Une mesure proche de ce que demandent les éditeurs suisses. Les recettes de publicité et de parrainages ont baissé de 618 millions d'euros à 430, avec un bond de la redevance, qui a été

augmentée de 1,9 à 2,4 milliards.

L'Etat a haussé sa dotation directe, mais, dans le même temps, il a perçu de nouvelles recettes grâce à des taxes sur les publicités des chaînes privées et sur les opérateurs de télécoms. L'audiovisuel français demeure dans une relative incertitude par rapport à son modèle de financement. Des voix remettent en cause l'interdiction des réclames, tandis que d'autres plaident pour la redevance universelle.

■ Belgique, l'autre pays du fédéralisme

Le paysage belge n'a pas connu de changement majeur ces dernières années, mais il présente un intérêt pour la Suisse. Avec 323 millions d'euros, la RTBF, l'audiovisuel public francophone, affiche un budget proche de celui de la RTS, pour six chaînes de radio et trois de TV, ainsi qu'une joint-venture avec Arte. Il n'y a pas de redevance; plus de 70% des recettes proviennent d'une dotation de la Communauté française, la région francophone.

La situation belge se distingue toutefois sensiblement de celle de la Suisse par le fait qu'il existe une concurrente au service public à l'échelle de la zone linguistique, RTL-TVI, filiale du groupe luxembourgeois RTL. En télévision, celle-ci occupe souvent les premières audiences, devant La Une de la RTBF. En Suisse romande, la RTS demeure leader sur une part écrasante des soirées.



«Le soutien au service public diminue»

> L'analyse de Manuel Puppis, professeur en systèmes des médias à l'Université de Fribourg

Le Temps: Pour vous, le vote du 14 juin relaie-t-il une méfiance à l'égard du service public et de son coût?

Manuel Puppis: Il n'aurait dû être question, dans cette votation, que du passage d'une taxe surannée liée à la possession d'appareil à une redevance forfaitaire, plus adaptée à notre époque. Mais avec leur campagne – et leurs affirmations parfois fallacieuses –, les initiants ont fait de la votation un verdict sur le service public. La SSR devrait prendre le résultat de la votation comme un signal d'alarme. Dans la population, en particulier en Suisse allemande, le soutien au service public semble diminuer.



– Ya-t-il eu ces dernières années des changements radicaux dans certains pays, privatisation de chaînes, abandon de la redevance ou de la publicité?

– Je n'observe pas de gros bouleversements. Bien sûr, au cours de la crise financière, les radiodiffuseurs publics de nombreux pays ont dû se serrer la ceinture, mais il n'a été nulle part question de privatisation. Car on le sait: les radios et télévisions commerciales doivent en premier lieu vendre de la publicité, et donc produire un programme aussi bon marché que possible et qui attire le plus large public. Par conséquent, beaucoup de contenu serait perdu sans radiodiffuseur public. La seule grosse réforme concerne le mode de financement: pas seulement en Suisse, mais aussi en Allemagne et en Finlande, la taxe sur les appareils radio et TV a été remplacée par un système plus actuel. D'autres pays, dont la Grande-Bretagne, réfléchissent à passer à une redevance forfaitaire.

– Les éditeurs suisses demandent à présent la suppression de la publi-

cité à la SSR. Cela s'inscrit-il dans une tendance plus large?

– Je ne crois pas qu'une interdiction publicitaire apporte beaucoup aux éditeurs. La SSR n'a déjà pas l'autorisation d'en faire sur Internet. Et à la télévision, l'argent des publicités ne reviendrait pas aux diffuseurs privés en Suisse, plutôt aux fenêtres publicitaires des diffuseurs français et allemands, qui ne produisent quasiment pas d'émissions en Suisse. Il est plus facile de renoncer à la publicité dans les grands pays. La BBC n'a pas le droit de diffuser de publicité, mais elle jouit quand même d'un budget de près de 6 milliards de francs. De manière générale, une définition précise du contenu du service public est presque impossible, car l'Etat ne doit pas trop s'immiscer dans les médias. Toutefois, cela aurait du sens d'exiger plus de transparence de la part de la SSR. Elle doit montrer comment elle utilise l'argent et ce qu'elle offre à la Suisse – ainsi, seulement, elle pourra regagner la confiance des citoyens. **Propos recueillis par N. Du. et Sandrine Hochstrasser**



En Suisse, multiples pistes et confusion

> Pour l'avenir de la SSR, les scénarios fusent

En Suisse, et plus encore du côté alémanique, le débat autour de la SSR a creusé les fronts durant la campagne à propos de la loi sur la radio-TV. Les querelles s'accroissent depuis quelques années, mais jusqu'ici plutôt en coulisses. Au début des années 2010, la volonté de la SSR de mettre de la publicité sur ses sites internet a suscité une première polémique, vive, qui n'a pas touché le grand public.

Il en va autrement maintenant. La discussion sur la redevance a ouvert la boîte de Pandore du service public. Comme il y a autant d'arbitres de foot que de téléspectateurs, il existe autant de directeurs des programmes que de fidèles sis en leur canapé. Précisément, les sports amènent leur lot de questions: est-il légitime que les chaînes publiques en montrent autant? Doute identique à propos des séries américaines. S'agissant des radios, les interrogations portent sur leur nombre et la pertinence des antennes jugées élitistes.

Le débat helvétique est parti dans tous les sens, mélangeant critique des contenus, remise en cause de certains canaux, considérations économiques et lobbying sectoriel de la part des éditeurs. Longtemps confus, voire contradictoires, ces derniers ont précisé cette semaine leur demande: que la SSR soit privée de publicité. Ce qui signifie une coupe d'environ 25% dans les recettes. Le supposé «mammouth» devrait renoncer à des chaînes et, selon certains connaisseurs, la SSR recalculerait la péréquation interne, favorable aux canaux romands et tessinois.

Buts opposés

L'offensive «No Billag» semble proche, mais elle se révèle exactement inverse. Supprimer la redevance revient à instaurer un groupe privé. Aux Chambres, certains évoquent l'idée de diviser la redevance par deux – sans l'abolir.

A l'automne dernier, la boîte à idées de l'économie Avenir Suisse a lancé son propre scénario, qui a le mérite de l'originalité. Les experts libéraux ne contestent pas le financement public, mais les débouchés.

Considérant qu'Internet va absorber tous les canaux, ils suggèrent de faire de la SSR une agence produisant des contenus audiovisuels à disposition des médias privés. Les chaînes SSR disparaîtraient pour des produits en accès libre.

Pietro Supino, le patron de Tamedia, a repris en partie ce modèle dans une tribune au *Temps*. Mais cette semaine, les éditeurs ont aussi proposé de rogner les activités web du service public. Ils reprochent à la SSR et à ses entreprises d'outrepasser leurs périmètres en ajoutant des offres particulières à Internet, sites spécialisés, contenu propres à la Toile... Encore un objet de discord.

Modifier le financement de la SSR en agissant sur la publicité ou la redevance, limiter les canaux; réduire les programmes, brider la présence sur Internet, voire dissoudre les chaînes en tant que telles: les hypothèses abondent. Alors que le Conseil fédéral finira par abattre ses cartes avec son rapport, les sceptiques, voire les contempteurs, du service public multiplient les pistes. Sans doute devront-ils affiner leurs positions au fil de l'année.

N. Du.