

Office fédéral de la communication OFCOM
Division Médias
Rue de l'Avenir 44
Case postale 252
2501 Bienne

Par courriel :
srg-konzession@bakom.admin.ch

Paudex, le 27 mars 2018
PGB

Procédure de consultation : nouvelle concession SSR

Madame, Monsieur,

Nous avons pris connaissance du projet de nouvelle concession SSR, tel qu'il a été mis en consultation. Par la présente, nous souhaitons vous communiquer notre position.

Contexte

La concession SSR a vocation à compléter la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) en définissant de manière précise le mandat de la SSR, entreprise publique chargée d'assurer l'essentiel du service public audio-visuel en Suisse. La concession fixe l'organisation de la SSR, son fonctionnement, le nombre et le contenu de ses programmes, etc.

La concession SSR actuelle, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008 pour une durée de dix ans, aurait dû être remplacée dès le 1^{er} janvier 2018. Elle a été prolongée d'une année afin que la nouvelle concession entre en vigueur après la votation sur l'initiative populaire «No Billag», d'une part, et en même temps que la nouvelle LRTV, d'autre part. La nouvelle concession, qui fait l'objet de la présente consultation, entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2019 et sa durée sera limitée à quatre ans, dans l'idée que le projet de loi fédérale sur les médias électroniques aura abouti d'ici là.

Appréciation générale

Le texte mis en consultation reprend pour l'essentiel le contenu de la concession actuelle, en le présentant sous une forme qui nous apparaît un peu plus claire et logique, mais sans procéder à des changements profonds ou substantiels en ce qui concerne l'organisation de la SSR et de ses programmes et surtout l'étendue de ses activités.

Les principales nouveautés que nous identifions concernent

- l'exigence d'une meilleure «démarcation» des programmes de la SSR par rapport à ceux des médias privés («exigences qualitatives élevées») ;
- une analyse de la qualité des programmes par des experts externes à la SSR ;
- l'obligation d'un dialogue régulier et approfondi avec le public et la population (publication des résultats des contrôles de qualité, information sur la stratégie d'entreprise, discussion publique sur l'évaluation de cette stratégie) ;

- une accentuation de la collaboration avec les médias privés (contenus partagés, mise à disposition de contenus audio-visuels de la SSR) ;
- un contrôle financier plus étroit.

Ces nouveautés nous paraissent pertinentes et bienvenues. Elles sont susceptibles d'améliorer, ici ou là, l'activité de la SSR et l'image de cette dernière auprès du public. Toutefois, elles ne donnent lieu à aucune redéfinition ou tentative de redéfinition du service public dans la perspective de l'évolution actuelle de la société.

Pour mémoire, les reproches qu'on peut adresser à la SSR sont essentiellement de deux ordres :

- **L'offre journalistique de la SSR apparaît trop souvent orientée politiquement à gauche.** Cette orientation, quoique contestée par les responsables de la SSR, est nettement perceptible dans le ton, l'attitude, la connotation du vocabulaire, la répétition d'affirmations présentées comme allant de soi, le choix et l'angle d'approche des thèmes traités. Ces éléments relèvent d'un certain conformisme intellectuel (parfois qualifié de «mainstream médiatique») qui n'est certes pas lié à un parti politique en particulier, mais qui découle néanmoins d'une vision du monde qui n'est pas neutre et qui n'est pas partagée par tous les citoyens. Cette orientation se retrouve dans la plupart des médias et n'est donc pas spécifique à la SSR, même si elle est davantage problématique dans un service public. Afin de rééquilibrer la situation, il serait souhaitable que la SSR veille à engager des journalistes ayant des profils, des personnalités et des convictions plus variés. Nous sommes toutefois conscients qu'une telle exigence ne se laisse pas forcément transcrire de manière nuancée et efficace dans le cadre d'un mandat de prestations, et nous n'insistons donc pas pour intégrer cette préoccupation dans le présent projet de concession.
- **Le second reproche est que la SSR prend désormais une place excessive dans le paysage médiatique suisse.** Avec un budget dépassant 1,6 milliard de francs, avec plus de 6000 emplois, avec 17 chaînes de radio et 7 de télévision, le tout complété par une abondante offre sur internet, l'entreprise SSR, d'une part, exerce une concurrence parfois douloureuse pour les autres médias et, d'autre part, nécessite un financement que la population juge désormais excessivement lourd. L'évolution actuelle de la société est marquée par une multiplication des canaux de communication et d'information, que ce soit sous des formes traditionnelles ou nouvelles. Face à cette évolution, un service public audio-visuel reste nécessaire, mais uniquement pour remplir des fonctions non assumées par les autres médias (notamment la «cohésion médiatique» de la Suisse), et non pour occuper une place dominante dans l'information et le divertissement de la population.

Nous estimons que le problème du poids médiatique et financier excessif de la SSR, ainsi que celui de la concurrence envers les médias privés, auraient dû être pris davantage en compte dans le présent projet de nouvelle concession.

En ce qui concerne la concurrence envers les médias privés, nous apprécions la volonté de mettre davantage à disposition certains contenus audio-visuels de la SSR (art. 31). En revanche, nous nous opposons à la possibilité de diffuser de la publicité ciblée (art. 17 al. 5), ce d'autant plus que les responsables de la SSR eux-mêmes semblent avoir récemment accepté d'y renoncer ; nous avons déjà exprimé cette même position dans le cadre de la consultation sur le projet de révision de l'ORTV.

En ce qui concerne le poids médiatique et financier de la SSR, nous avons le sentiment que le projet de nouvelle concession ne remet rien en question et se contente de recopier ce qui existe, en repoussant à plus tard (et en laissant à une nouvelle génération de responsables politiques) la difficile tâche de redéfinir les contours et les limites du service public. Il aurait été utile et courageux de ne pas attendre la future loi fédérale sur les médias – qui n'est pas encore en consultation à l'heure où nous écrivons ces lignes, et dont le parcours parlementaire risque d'être semé d'embûches – et de proposer déjà quelques mesures de réforme dans le présent projet de consultation.

Remarques de détail

Art. 6 al. 6 : l'affectation d'au minimum 50% des recettes de la redevance à des tâches d'information nous paraît absolument justifiée. Il s'agit en effet d'un minimum.

Art. 9 al. 2 : nous nous interrogeons sur le sens de l'expression «en toute décontraction», accolée à l'obligation de familiariser un large public avec diverses thématiques et questions de fond. Cette expression paraît incongrue dans un texte de portée normative.

Art. 17 al. 5 (publicité ciblée) à supprimer, conformément à la position exprimée dans notre appréciation générale.

Conclusion

Compte tenu de ce qui précède, nous n'avons pas de motif de nous opposer formellement au projet de nouvelle concession, excepté à son art. 17 al. 5. Nous ne pouvons cependant l'approuver avec enthousiasme, dans la mesure où il manque singulièrement d'ambition et de volonté de réforme.

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre position et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.

Centre Patronal



Pierre-Gabriel Bieri