Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 45 (2018)
Heft: 3

Artikel: Une lutte acharnée pour la radio et la télévision
Autor: Müller, Jürg
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-911654

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Une lutte acharnée pour la radio et la télévision

Le 4 mars, le peuple suisse a massivement rejeté l'offensive musclée lancée contre la radio et TV suisse. Reste que la SSR est sommée de toutes parts de réduire la voilure.

JÜRG MÜLLER

Ces dernières années, les Suissesses et Suisses ont eu leur lot d'émotions fortes en se rendant aux urnes. Toutefois, rarement une campagne référendaire n'aura autant déchaîné les passions et semblé aussi interminable. Les enjeux de l'initiative No Billag étaient nombreux, allant jusqu'à remettre en question la survie même de la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) et de 34 chaînes locales et régionales privées. Les initiants, de Jeunes libéraux-radicaux, ont soumis à votation la suppression des redevances radio et télévision, autant dire la fin de la radiodiffusion et télévision publique. Ce fut la campagne de tous les excès et dérapages: alors que les opposants à l'initiative populaire agitaient le spectre de la fin de la cohésion nationale et de la démocratie, ses partisans taxaient les chaînes de la SSR d'instruments de propagande d'État.

Gilles Marchand, directeur de la SSR, s'exprime devant la presse à Berne le soir du rejet de «No Billag», le 4 mars. Photo Keystone

Large front citoyen pour la SSR

Au début de la campagne à la fin de l'automne 2017, les chances ne semblaient pas défavorables aux initiants. À en croire les premiers sondages, une institution du service public aussi emblématique que la SSR risquait tout bonnement de voler en éclats. Le Conseil fédéral, le Parlement et tous les partis hormis l'UDC étaient pourtant farouchement opposés à ce projet. Prenant conscience de ce qu'ils avaient à perdre, des groupes sociaux très divers se sont mobilisés: des associations, fédérations, comités dans tout le pays et issus des milieux les plus divers se sont formés; des citoyennes et citoyens, amateurs de musique folklorique, écrivains, sportifs, artistes, musiciens, célébrités et personnes influentes de tous les secteurs sont montés au créneau pour défendre la radio et télévision suisse.

La tendance a fini par s'inverser, et le non l'a emporté avec une majorité écrasante de 71,6 %, et ce, dans tous les cantons. Le camp du non a vu dans ce résultat un signe fort pour les chaînes de radio et télévision du service public, pour leur fonction cruciale dans un pays quadrilingue comme la Suisse et un vote sanctionnant toute tentative de désolidariser le pays. Le camp perdant s'est quant à lui félicité d'avoir eu l'audace de lancer un débat politique autour des médias qui était très attendu et nécessaire dans le pays.

Plan d'économies de 100 millions de francs

Reste que l'initiative a mis une grande pression sur la SSR, contraignant son directeur Gilles Marchand à annoncer, le soir même du résultat de la votation, un plan d'économies de 100 millions de francs et l'arrêt des coupures publicitaires au milieu des films. Par ailleurs, la SSR ne devrait plus publier de contributions en ligne sans rapports avec les programmes diffusés, autrement dit abandonner son offre de publications de type «quotidiens» existante. Elle cède ainsi aux revendications des éditeurs privées.

À peine refroidis après leur échec cuisant, les partisans de l'initiative ont exigé dans la foulée que la SSR entame une cure d'austérité, malgré le net soutien apporté par le peuple à l'institution. L'UDC est même allée jusqu'à demander que les sociétés soient exonérées de l'impôt médiatique et que la redevance annuelle acquittée par les ménages soit abaissée de 365 francs à compter de 2019 – contre encore 451 francs en 2018 – à 300 francs. Si ce projet ne peut recueillir de majorité au Parlement, l'UDC a déjà une initiative populaire en réserve pour réduire de

moitié les redevances. On notera que quasiment tous les partis, y compris les Verts, ont appelé la SSR à prendre d'autres mesures de réduction des coûts et des effectifs. Seule exception: le PS, qui a estimé qu'il fallait arrêter d'attaquer en permanence la SSR. «Le message de la population est clair. Il faut arrêter ce cirque», a déclaré le chef de fraction Roger Nordmann.

Les Suisses disent oui au nouveau régime financier

Les finances de la Confédération sont une nouvelle fois assurées. Le 4 mars, le peuple a approuvé l'arrêté fédéral concernant le nouveau régime financier 2021. Le projet ne comportait en soi pas de nouveauté, mais prévoyait la continuité de la politique menée jusqu'alors. Le régime financier actuel, qui expire en 2020, sera donc reconduit jusqu'à 2035 avec l'aval du peuple. L'impôt fédéral direct (IFD) et la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) représentent près de deux tiers de l'ensemble des recettes de la Confédération, et partant, ses deux principales sources de recettes. L'impôt sur les huiles minérales, les droits de timbre, l'impôt sur le tabac et l'impôt anticipé sont d'autres sources de financement des caisses fédérales.

C'est une spécificité du fédéralisme suisse: la validité du système d'impôt fédéral est toujours limitée dans le temps. Le Conseil fédéral souhaitait initialement modifier le régime financier fédéral de manière à pouvoir prélever ces deux impôts sur une durée indéterminée. Mais, en raison de l'opposition qui s'est manifestée durant la consultation, il sera à présent renouvelé pour seulement 15 ans. Le principal argument en faveur de ce système est que la durée limitée et la votation populaire confèrent aux impôts une plus grande légitimité démocratique. (JM)

La crise des médias s'aggrave

Après la SSR, l'Agence Télégraphique Suisse (ats) est la deuxième institution des médias suisses à se retrouver dans la tourmente. Et la concentration du marché des médias continue sa marche en avant.

JÜRG MÜLLER

En pleine campagne référendaire autour de l'initiative No Billag, divers événements survenus au cours des premiers mois et semaines de l'année montrent que la crise qui bouleverse le paysage médiatique suisse s'est encore aggravée. L'Agence Télégraphique Suisse (ats) est en pleine tempête. Après la SSR, il s'agit de la deuxième institution médiatique du service public à se retrouver dans la tourmente. À tel point qu'un mouvement de grève de plusieurs jours a été décrété et suivi par la rédaction fin janvier – une situation extrêmement rare pour les médias suisses. En annonçant qu'elle allait supprimer une quarantaine de postes à plein temps sur les 150 à court terme, la direction de l'agence a mis le feu aux poudres. Le CEO Markus Schwab a ensuite remis de l'huile sur le feu avec ses déclarations controversées dans la presse: «L'ats n'a de comptes à rendre qu'à ses actionnaires. Nous ne sommes pas une organisation à but non lucratif.» Des propos qui contredisent pourtant ce qui est affirmé sur le site web: «L'ats ne poursuit pas d'objectifs financiers orientés vers le profit.»

Si l'ats est peu connue du grand public, elle n'en demeure pas moins, en sa qualité d'agence de presse nationale, un acteur incontournable et central du journalisme suisse et, partant, une composante indispensable du service public médiatique. L'ancien conseiller fédéral PLR Kaspar Villiger avait un jour qualifié l'agence, à juste titre, de «Förderband der Realität», autrement dit de bande transporteuse où les faits sont exposés à l'état brut. Elle diffuse ses dépêches 24 heures sur 24 et fournit du contenu à quasiment toute la presse du pays, mais également à ses autorités, organisations et entreprises, et ce, en trois langues. Étant donné que l'agence couvre de manière quasi exhaustive l'ensemble des débats parlementaires et l'actualité politique et économique du pays, elle revêt en outre une fonction d'archives qui est essentielle.

Des recettes en forte baisse

Pour comprendre les enjeux très complexes, un gros plan sur l'histoire et la structure de l'entreprise s'impose. Fondée en 1895 par les éditeurs suisses, l'ats est d'emblée confrontée à un conflit fondamental: l'agence est la propriété de groupes de presse qui sont également ses clients. Alors que les propriétaires ont intérêt à ce que l'agence prospère, les éditeurs visent les tarifs les plus bas possibles. Tant que le paysage médiatique était florissant, cette contradiction ne posait pas vraiment problème. Jusqu'à récemment, les tarifs étaient toutefois fonction du tirage de journaux imprimés. Les déboires actuels de l'ats s'expliquent notamment par la baisse des ventes dans la presse écrite. En début d'année, un nouveau système a été mis en place. Au tirage papier vient désormais s'ajouter un deuxième élément pour les tarifs: la pénétration des médias imprimés et en ligne.

Toutefois, la direction a estimé nécessaire de supprimer des postes en raison de la forte chute des recettes à court terme. La rédaction a reproché aux dirigeants d'agir sans stratégie. Elle s'interroge sur les prestations que l'ats sera en mesure de fournir à l'ave-