Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1980)
Heft: 538

Artikel: Le concurrent luxembourgeois
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1022311

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: 11.12.2025

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

COMMUNICATION

L'ère des satellites et le rase-mottes

Contrastes saisissants, ces dernières semaines, au royaume de l'audiovisuel.
Voyez d'abord les causes de l'agitation des sphères officielles et du sommet de la hiérarchie de la SSR. Toujours au premier plan, jusqu'à ces tout derniers jours (avant que M. O. Hersche ne se détache du peloton) la guerre de succession Molo, l'épreuve de force devant mener un homme — pas de femmes parmi les candidats! — au fauteuil directorial, avec son cortège de manœuvres, de pressions plus ou moins ouvertes et de dosages subtils. On savait tout le sérail en ébullition parce qu'apparaissaient parmi les papables des personnalités ayant encore leur avenir devant elles, contrairement à la grande majorité des membres du «club». Affrontements entre des personnes, compromis entre des sensibilités politiques, oui assurément; mais pas trace d'un débat sur les grandes orientations de la politique des moyens de communication de masse dans notre pays, pas trace non plus d'un cahier des charges compréhensible pour l'opinion publique — le fin du fin: un homme, donc, agréé par le pouvoir politique, mais capable en temps voulu de préserver l'autonomie de la SSR...
Pour le reste, la riposte aux radios locales est toujours à l'étude. C'est le traumatisme Schawinski/Radio 24. Le choc a été rude, mais pas assez, semble-t-il, pour provoquer une remise en question de l'organisation des programmes concoctée dans le calme d'un monopole encore ronronnant: on laisse donc tout en place et on songe à une excroissance salvatrice, à un «troisième programme» qui viendrait s'ajouter à l'édifice radiophonique actuel, avec la mission expresse de séduire les publics rebutés par les émissions diffusées sur les ondes helvétiques traditionnelles. Curieux rapiéçage. Sur cette base, on n'en a pas moins amorcé, au niveau des directions régionales encore en pleine psychose d'«économies», des calculs budgétaires, des plans techniques dont la plus grosse qualité serait de permettre d'«occuper le terrain» au moindre prix.

LES PIONS PRIVÉS

Contraste. Face à ces combats d'arrière-garde et à ces intrigues qui mobilisent une partie de la classe politique et l'establishment de la SSR, voici la percée des intérêts privés prêts à investir les ondes au cas où le «monopole» donnerait de la bande. Là, pas question de se perdre dans des discussions de principe, les pions sont poussés sans faux-semblants vers les cibles financières: la condition «sine qua non» de la percée des éditeurs dans le secteur radiophonique, c'est qu'ils puissent s'appuyer sur des revenus publicitaires.

LA PUB EN TROIS ÉTAPES

Publicité ou non? Le scénario tel qu'on peut le reconstituer est somme toute simple. Première étape: mise en doute du bien-fondé du «monopole», sur la lancée des critiques tous azimuts administrées à la direction de la télévision (pionniers en Suisse alémanique, concentrés dans le «club Hofer», puis contagion en Suisse romande à travers les différentes sections de la Fédération romande des télespectateurs et auditeurs). Deuxième étape: à l'ombre de Radio 24, affirmation tranquille de l'existence de producteurs potentiels d'émission prêts à prendre le relais de la SSR sur le plan régional — à Zurich, on aura noté la facilité avec laquelle des éditeurs, dont la concurrence alimente jour après jour le mythe précieux de la diversité de la presse, se sont mis d'accord pour présenter un front radiophonique commun, au cas où... Troisième étape: la redistribution du gâteau

Le concurrent luxembourgeois

C'est le 2 octobre dernier, à l'occasion d'entretiens entre le chancelier Schmidt et le président Giscard d'Estaing, qu'un accord de principe a été conclu entre la France et la RFA pour la construction en commun de deux satellites de télévision directe. Trois phases prévues: chaque pays construit, d'abord, un satellite identique, avec partage de la technologie et lancement par la fusée Ariane; puis dès 1981, on passe de l'expérimentation à l'industrialisation; enfin, dès 1985, le système est opérationnel.

Comme les autres Etats européens, la France et l'Allemagne bénéficieront chacun de cinq canaux de diffusion de TV directe. Paris, en un premier stade, prévoit de n'en utiliser que trois, le premier pour France 1, le deuxième pour Antenne 2, le troisième pouvant être en quelque sorte loué.

Et c'est là que se profile le concurrent le plus sérieux pour l'entreprise des éditeurs suisses associés à la firme britannique EMI: le Luxembourg, par l'intermédiaire de la Compagnie luxembourgeoise de télédiffusion, s'est montré intéressé à utiliser ce canal pour diffuser un programme unique en trois langues, français, allemand et néerlandais, dont les ambitions aseptisées et publicitaires devraient à peu de choses près recouvrir celles du «satellite suisse» dans son canal «privé» (concession octroyée par la Confédération, comme il se doit).