Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 38 (2001)
Heft: 1496

Artikel: L'impossible marché TV
Autor: Delley, Jean-Daniel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1010790

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: 12.12.2025

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

Domaine Public

domainepublic.ch

L'impossible marché TV

Avec la fin de TV3, c'est la dernière chaîne de télévision privée supra-régionale qui disparaît. Malgré la priorité accordée au divertissement – dont les célèbres «Big Brother» et «Expedition Robinson» –, l'émetteur zurichois, propriété du groupe Tamedia (*Tages Anzeiger, Sonntagszeitung, Facts* notamment) n'a pas trouvé une audience suffisante pour attirer les annonceurs. Pour une fois, la médiocrité n'a pas payé.

Comme l'a dit Moritz Leuenberger, «le marché a parlé». Les promoteurs privés, eux, c'est de bonne guerre, mettent en cause les exigences légales trop contraignantes, en particulier en matière de volume et d'interruption publicitaires. Mais c'est oublier que le public helvétique, avec la SSR et les dizaines de chaînes étrangères visibles dans notre pays grâce au câble et aux satellites, dispose d'une offre pléthorique. Par ailleurs la manne publicitaire, qui varie fortement en fonction de la conjoncture économique, n'est pas extensible à l'infini. Ce n'est donc pas un hasard si tous les projets de TV privée – European Business Channel, Züri1, RTL/Pro7 et sa fenêtre programmatique pour la Suisse, Tele24 – ont échoué depuis une dizaine d'années.

Restent donc dans la course à l'audience la SSR et ses nombreuses chaînes régionales ainsi que les TV locales. La première remplit une fonction de service public définie par la loi – prestations de caractère généraliste, information équilibrée et expression de la pluralité des opinions. Les secondes également, dans la mesure où elles traduisent et renforcent un lien de proximité indispensable.

Plutôt que de stimuler une concurrence accrue, génératrice d'une diversité et d'une qualité très improbables, il s'agit de renforcer la SSR en assurant sa dotation financière. A cet égard, l'essentiel de la redevance lui revient de droit, tout comme relève de l'évidence une répartition des ressources favorables aux régions linguistiques minoritaires. Quant aux TV locales, si leur crédibilité exige qu'elles restent indépendantes des pouvoirs publics, les collectivités desservies se doivent de les soutenir financièrement.

Plutôt que de stimuler une concurrence accrue, il s'agit de renforcer la SSR en assurant sa dotation financière

Tous les grands groupes de presse sont tentés par une diversification multimédia. Jusqu'à présent ils y ont laissé quelques plumes. Ainsi Tamedia a investi 92 millions dans le projet TV3, sans parler des coûts de fermeture de la station – 30 millions – et le récent rachat de Tele24 pour procéder à sa liquidation. Cet argent provient en bonne partie des bénéfices de la presse écrite. Dès lors, pourquoi ne pas affecter prioritairement ces derniers à l'amélioration de la qualité des journaux et à la constitution de réserves qui permettraient d'affronter plus sereinement les périodes de creux publicitaire? JD

Sommaire

Libéralisations: Les juges rappellent le primat du politique (p. 2)

Assurance maternité: Il n'est pas trop tard pour bien faire (p. 3)

Autonomie communale: L'aménagement du territoire en question (p. 4)

Casinos: La géographie élastique du Conseil fédéral (p. 5)

Territoire: De l'exécutif communal à la gouvernance locale (p. 6)

Chronique d'Anne Rivier: Sylvie met un frein à son endettement (p. 8)

JAA 1002 Lausanne
Annoncer les rectifications d'adresses

30 novembre 2001
Domaine Public n° 1496
Depuis trente-huit ans,
un regard différent sur l'actualité