

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2018)
Heft: 2197

Artikel: Après No Billag, ouvrir le vrai chantier du paysage médiatique suisse : radio-TV et presse écrite sont tous deux confrontés au défi du numérique
Autor: Delley, Jean-Daniel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1023220>

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: 17.01.2026

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

Après No Billag, ouvrir le vrai chantier du paysage médiatique suisse

Radio-TV et presse écrite sont tous deux confrontés au défi du numérique

Jean-Daniel Delley - 11 mars 2018 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/32917>

«*No Billag*» n'était qu'une étiquette trompeuse destinée à appâter l'électeur. L'honnêteté aurait commandé d'intituler cette initiative «*No SSR*». Près de 72% des votants et l'ensemble des cantons ont rejeté la disparition programmée du service public de l'audiovisuel.

Pourtant, au soir de la votation, les dirigeants de la SSR ont plus donné dans la flagellation que dans la satisfaction. Plan d'économies, restriction de la publicité, présence plus modeste sur l'internet: le service public doit-il se faire pardonner cette victoire? Faire le dos rond constitue-t-il la meilleure stratégie de défense de la SSR?

Déjà ses adversaires repartent à l'assaut: deux initiatives parlementaires demandent la baisse du montant de la redevance, respectivement l'exonération des entreprises. Même une partie des adversaires de No Billag en appelle maintenant à la cure d'amaigrissement: repli sur la mission centrale de service public, tel est le mot d'ordre.

Il est de coutume de vanter les débats que provoquent les initiatives populaires, quel que soit par ailleurs leur résultat dans les urnes, et qui prouvent la vitalité démocratique du

pays. Sauf qu'en focalisant la discussion sur la SSR, No Billag a éludé le vrai problème: comment, face au tsunami des géants du Net, faire vivre des médias diversifiés et de qualité? Comment contrer la concentration de la presse écrite aux mains de trois grands groupes - Ringier/Springer, NZZ/AZ et Tamedia - qui diffusent la même information sous des titres différents?

La réponse paraît pourtant évidente. En donnant à la SSR et aux émetteurs locaux et régionaux de service public les moyens nécessaires, et non en diminuant encore la redevance et en plafonnant leurs budgets. En leur ouvrant sans restriction l'accès aux nouveaux canaux de diffusion tel l'internet. Et en accordant aux autres médias les conditions, notamment financières, de leur existence.

Le conflit entre les éditeurs d'une part et, d'autre part, la radio et la télévision publiques ne date pas d'aujourd'hui. Dès la naissance de la radio, la presse écrite a tout fait pour limiter l'impact de ce qu'elle considérait comme une concurrente indésirable. Ainsi, plusieurs années durant, la radio s'est vu interdire de diffuser des informations politiques, domaine réservé de la presse. Puis, jusqu'en 1965,

elle dut se limiter à la reprise des dépêches de l'ATS. Même scénario à la naissance de la TV, perçue comme un outil de «*massification culturelle et sociale*»: les éditeurs acceptent ce nouveau concurrent à la condition qu'il ne puisse diffuser de publicité.

L'avenir sur Internet ou la mort

La cohabitation du service public de l'audiovisuel et de la presse se poursuit tant bien que mal, le premier vivant de la redevance et de la publicité TV (12 minutes dès 1965), la seconde tirant ses ressources de la vente au numéro ou à l'abonnement, et surtout de la publicité. Jusqu'à ce que le développement technologique chamboule tout.

L'offre médiatique numérique érode tout à la fois les ressources et l'audience de la presse écrite et de l'audiovisuel classique. Les géants du Net drainent les ressources publicitaires et le jeune public boude les canaux traditionnels de diffusion. C'est dire que l'avenir des deux acteurs - éditeurs et SSR - se jouera sur l'internet. Vouloir restreindre l'accès de la SSR à ce nouveau canal, c'est signer l'arrêt de mort de l'audiovisuel public.

Pour le rédacteur en chef de la

NZZ, la cause est entendue: «*Si la SSR n'existe pas depuis longtemps, il ne viendrait à l'idée de personne de l'inventer. Elle est le produit d'une époque où Hitler et Staline ont utilisé la technique radiophonique pour diffuser leur propagande et où un Etat démocratique comme la Suisse y a répondu par le concept de défense spirituelle.*»

Aujourd'hui donc, il n'y aurait place que pour le marché.

Or précisément, ce «marché» n'offre guère de choix. Dans plusieurs régions du pays, la SSR représente la seule alternative à des monopoles médiatiques, comme le relève le journal en ligne Republik. La stratégie du groupe Tamedia semble bien viser la disparition

de cette alternative.

Plutôt que de rejoindre Almeira, la régie publicitaire créée par Swisscom, Ringier et la SSR, le groupe zurichois a préféré acquérir Goldbach, une firme qui contrôle près de la moitié du marché de la publicité télévisuelle, notamment celle qui profite à RTL et ProSiebenSat, deux concurrents de la SSR. Selon son patron Christoph Tonini, ce rapprochement devrait permettre à Tamedia de présenter à ses clients une offre globale couvrant aussi bien la télévision que la radio, outre la presse écrite. Avec ses nouveaux partenaires étrangers, le groupe envisage d'investir dans la production de

programmes TV. Ce nouvel acteur multimédia pourrait être en mesure de proposer des formats TV directement sur toutes les sortes d'écrans des consommateurs.

Avant de préconiser une cure d'amaigrissement pour la SSR, il serait opportun de répondre d'abord aux questions que pose Robert Ruoff, un ancien de la SSR: quels besoins et quels intérêts légitimes des citoyens et des consommateurs les médias doivent-ils satisfaire? Comment organiser de manière flexible le passage à la société numérique pour rendre possibles les adaptations? Et comment financer ce processus? La future loi sur les médias électroniques devrait répondre à ces questions.

«Monnaie pleine»: une théorie reste une théorie

Pourquoi l'initiative populaire soumise au vote le 10 juin vise à côté de la cible

Jean-Pierre Ghelfi - 10 mars 2018 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/32909>

Le 10 juin, nous voterons sur l'initiative dite pour la monnaie pleine. Elle sera rejetée, non seulement parce que la très grande majorité des élus aux Chambres fédérales, des partis politiques et des associations économiques ont déjà manifesté leur opposition, mais surtout parce que ses buts et sa mise en œuvre restent incompréhensibles pour la plupart des gens.

Le concept de la monnaie pleine peut s'apparenter à la

théorie quantitative de la monnaie dont l'une des idées principales est que la monnaie représente la source de la richesse. L'économie fait l'objet de multiples théories (offre et demande, rôle de l'Etat, libéralisme, marché et concurrence, monnaie, etc.). L'histoire et les expériences ont plus ou moins validé (ou invalidé) certaines d'entre elles.

Ces théories ont généralement pour but de comprendre les

mécanismes économiques, avec l'ambition de proposer des règles (certains auteurs disent même des lois) pour permettre de faire fonctionner l'économie sinon harmonieusement, du moins en évitant des crises traumatisantes (comme celle des années 1930, par exemple).

Pas une mince affaire

Les meilleures ou moins mauvaises théories expliquent une partie du fonctionnement de la vie économique. Aucune,