



PRESSE SUISSE

SCHWEIZER PRESSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

Office fédéral de la communication (OFCOM)
A l'att. de M. Martin Dumermuth
Rue de l'Avenir 44
Case postale
2501 Bienne

Lausanne, le 19 février 2008

Consultation relative aux demandes de concessions pour la diffusion de programmes radio OUC et de programmes régionaux de télévision

Monsieur,

L'Office fédéral de la communication procède actuellement à une consultation au sujet de l'attribution des concessions pour la diffusion de programmes radio OUC et de programmes régionaux de télévision. Nous vous remercions de nous donner l'occasion d'y participer. Sans prendre position pour l'une ou l'autre des demandes qui vous ont été soumises, nous souhaitons néanmoins vous faire part de nos remarques concernant le rôle des éditeurs romands de magazines et de journaux dans ce domaine.

Conformément aux dispositions topiques de la LRTV et de l'ORTV, l'OFCOM met au concours 41 concessions pour la diffusion de programmes de radio OUC locaux et régionaux et 13 concessions pour la diffusion de programmes régionaux de télévision en Suisse. En Suisse romande plus particulièrement, les concessions suivantes devraient être attribuées :

- 4 concessions de radio assorties d'un mandat de prestation avec une quote-part de la redevance ;
- 3 à 4 concessions de radio pour programmes complémentaires, sans but lucratif, avec une quote-part de redevance complémentaire ;
- 7 concessions de radio privée avec mandat de prestation mais sans droit à une quote-part de la redevance ;
- 3 concessions de télévision régionale en langue française ;
- 2 concessions de télévision régionale bilingue.

En préambule, il convient de souligner que la nouvelle LRTV exige, à son art. 45 al. 3, que le critère prioritaire pour l'octroi des concessions demeure la qualité des candidatures. Cet article stipule en particulier que « *si l'appel d'offres public suscite plusieurs candidatures, la concession est octroyée au diffuseur qui est le mieux à même d'exécuter le mandat de prestations* ».

Lors de cet examen, il y a lieu de vérifier si le candidat dispose des moyens financiers et des ressources en personnel nécessaires lui permettant de fournir les prestations convenues.

Lorsqu'il apparaît, pour une seule et même concession, que deux ou plusieurs candidats sont susceptibles de remplir le mandat de prestations à satisfaction, il convient de se demander lequel d'entre eux serait le plus à même d'enrichir la pluralité de l'offre et la diversité des opinions. Il est du reste intéressant de noter que les travaux parlementaires montrent clairement que l'examen des candidatures doit porter sur la question de la diversité de l'offre et que l'identité même du diffuseur ne joue aucun rôle particulier.

Cette interprétation obéit d'ailleurs à la conception dominante actuelle qui veut que la pluralité des opinions n'est pas en premier lieu fonction du nombre de diffuseurs présents, mais plutôt de la diversité des programmes offerts au public. Dans un marché réglementé comme celui qui nous occupe, des mesures tels que les mandats de prestations et les directives de qualité sont des moyens efficaces qui permettent de garantir une offre de programmes très riche, même dans le cas d'un quasi-monopole, comme c'est le cas pour la SSR.

Les titulaires d'une concession donnant droit à une quote-part annuelle de la redevance devront remplir un mandat de prestations comportant des éléments de service public, avec un cahier des charges très précis et des mécanismes de contrôle. Dans la mesure où chaque concession est soumise à des critères stricts obligeant son titulaire à respecter tant la pluralité des opinions dans les comptes rendus que l'indépendance dans la création des programmes, il apparaît clairement que le critère déterminant réside moins dans la diversité des diffuseurs à proprement parler que dans une offre de programmes plurielle. Ce constat démontre non seulement que la question de prétendus monopoles de fait dont pourraient jouir certains candidats n'a pas lieu d'être, mais encore qu'elle paraît totalement dénuée de pertinence dans la mesure où le paysage audio-visuel suisse est aujourd'hui clairement dominé par les programmes de la SSR.

Il est important de garder à l'esprit que les liens qui unissent les éditeurs et les radios privées ne datent pas d'hier : nombreuses sont les radios qui ont associé des éditeurs de la presse écrite à leur activité. L'apport de ces derniers ne s'est pas limité à des investissements permettant de pérenniser les stations, mais s'est étendu à la transmission d'un savoir-faire très apprécié dans le domaine du traitement de l'information. De par leur engagement tant financier que journalistique, les éditeurs ont prouvé que leur attachement aux radios privées s'inscrivait dans le long terme. Nous sommes convaincus que cet élément mérite d'être pris en considération lors de l'examen des demandes de concession.

Nous sommes conscients que la mise au concours des concessions radio TV oblige l'administration à effectuer une pesée des intérêts particulièrement délicate entre le besoin de la population à pouvoir accéder à une information variée et de qualité, celui de la presse de pouvoir travailler en toute indépendance et celui des éditeurs de pouvoir développer leurs activités économiques permettant d'assurer leur existence dans un secteur économique en pleine mutation.

Selon nous, il est nécessaire que les réflexions entourant l'examen des différentes candidatures se nourrissent également des spécificités de la presse écrite de notre pays :

La concentration des entreprises de presse ne menace pas la diversité des opinions

La presse suisse a connu d'importantes mutations ces dernières années : très diversifiée, principalement locale et régionale, elle a subi les contraintes d'une concentration constante depuis les années 1970, qui s'est notamment traduite par le rachat ou la fusion de certains titres. Malgré ces mutations dictées par l'évolution du marché des annonceurs et de celui des lecteurs, la Suisse peut s'enorgueillir de compter aujourd'hui encore l'une des plus importantes densités de médias au monde. En comparaison internationale, la Suisse affiche également un nombre important d'éditeurs indépendants.

Le débat sur la concentration des médias s'inspire de prémisses fausses dans la mesure où il lie pluralité de l'offre et diversité des opinions. Prétendre que la concentration des entreprises de presse menace directement la pluralité des opinions est erroné. Les synergies entre titres de presse dans le domaine des infrastructures et des investissements sont nécessaires, car elles renforcent l'indépendance financière des médias, permettent d'étendre le travail rédactionnel et contribuent ainsi à stimuler une presse diversifiée. Incontestablement, la presse écrite actuelle, qui offre une tribune à des avis parfois divergents, contribue davantage au débat d'idées que les journaux de partis d'antan.

De même, exagérer l'influence des éditeurs sur le travail rédactionnel relève du mythe : en Suisse, les rédactions jouissent d'une grande liberté qui se vérifie très concrètement dans la pratique. De plus, celles et ceux qui connaissent le monde de la presse écrite savent bien qu'à l'intérieur d'un même groupe de presse règne une concurrence très forte entre les titres, ce qui favorise l'éclosion d'idées nouvelles et l'expression d'opinions différentes.

Enfin, il est à noter que la séparation entre les activités économiques et rédactionnelles du diffuseur, de même que la garantie du respect de la diversité des opinions et de l'offre, sont des exigences qui découlent tout simplement de la loi et de l'ordonnance fédérales régissant la matière.

Une information plus variée que jamais

Rien ne menace actuellement la pluralité des opinions dans notre pays et jamais la population n'a été informée de façon aussi exhaustive qu'aujourd'hui, ce dont il faut naturellement se réjouir. Force est de constater que l'échange d'informations n'est aujourd'hui plus le seul apanage des médias traditionnels et qu'il s'inscrit dans un contexte de multiplication des vecteurs de communication directement issus du développement impressionnant des technologies de l'information. Cela se traduit non seulement par l'apparition de nouvelles formes de médias, mais également par une information plus riche et plus abondante. Il est du reste intéressant de noter que, grâce à Internet, les sources d'information se sont considérablement diversifiées, au niveau international bien sûr, mais également sur le plan local et régional.

En outre, les nouvelles formes interactives de communication ont révolutionné le flux d'informations qui, aujourd'hui, ne s'inscrit plus dans une logique « *top to bottom* », du fait que le consommateur peut choisir l'information qui l'intéresse, la commenter, la remettre en question, voire devenir acteur en créant lui-même de l'information, au travers de blogs notamment. Ce rôle actif et critique dévolu au

consommateur rend infondées les éventuelles craintes de partialité, voire de manipulation de l'information, au prétexte que plusieurs médias appartiendraient à un seul éditeur.

L'avenir de la presse passe par le *crossmedia*

Actuellement, les frontières qui jadis séparaient l'image, le son et l'écrit s'estompent peu à peu et le multimédia gagne chaque jour en importance, que ce soit dans le domaine de la presse écrite ou dans celui de la radio et de la télévision. Dans les années à venir, le travail des journalistes sera de moins en moins lié à un média particulier, car le consommateur souhaitera être informé et distrait sur l'ensemble des canaux d'information à disposition. Les annonceurs, soucieux de réserver la meilleure audience possible à leurs publicités, exigeront des offres transversales, *crossmedia*. Les éditeurs seront obligés d'exploiter plusieurs médias simultanément (print, radio, tv, internet) pour pouvoir rester concurrentiels sur le marché de la publicité, qui représente une part importante de leurs ressources financières.

Le fait que les éditeurs de journaux et de périodiques cherchent à développer des activités fédérant des médias différents correspond véritablement à une nécessité dictée par l'évolution de marchés de plus en plus globalisés. La pérennité des entreprises de presse passera demain par leur présence simultanée sur plusieurs plateformes.

Un contexte international

Lorsqu'on se penche sur l'évolution des médias, il est important de tenir compte de la dimension forcément internationale de cette question. Le marché des médias se caractérise par une globalisation grandissante : dans les médias électroniques ou les offres en ligne, les éditeurs régionaux sont aujourd'hui déjà en concurrence avec des acteurs internationaux financièrement puissants. Il va sans dire que si la nouvelle LRTV devait entraîner une nouvelle fragmentation du marché des médias suisses, cela affaiblirait la branche dans son ensemble et mènerait probablement, à terme, à une nouvelle concentration dans le domaine des entreprises de presse. A l'échelle internationale aussi, l'expérience montre que les lois qui entraînent une fragmentation des médias affaiblissent les acteurs internes du marché et renforcent les entreprises étrangères. Il est important selon nous que la dimension internationale de la question ne soit pas occultée au moment de l'examen des différentes demandes de concession.

Nous vous sommes reconnaissants de nous avoir permis de vous faire part de nos réflexions dans le cadre de la présente procédure de consultation et restons par ailleurs à votre entière disposition pour tout complément d'information que vous pourriez souhaiter.

En vous remerciant de l'attention portée à ces lignes, nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.



Daniel Hammer
Secrétaire général