

Le partage du gâteau par l'Etat



Kurt W. Zimmermann

Kurt W. Zimmermann était rédacteur en chef et plus tard membre de la direction de Tamedia. Aujourd'hui, il est propriétaire d'une maison d'édition de magazines en Italie, auteur de livres et chroniqueur pour la «Weltwoche» et «Bilanz».

L'influence de l'État dans les médias ne cesse de croître. Les deux plus grandes entreprises de médias du pays sont en mains étatiques. Et les éditeurs privés rampent aussi de plus en plus vers le nid étatique.

La SSR, chacun le sait, n'est jamais à court de mauvaises surprises. Mais on ne s'attendait quand même pas à celle que la SSR nous a réservée dans ses derniers comptes annuels.

En 2020, année de pandémie, les charges de personnel de la Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) ont augmenté de près de cinq millions de francs. Pareil exploit n'est pas donné à tout le monde.

Pour le secteur des médias, 2020 a été la pire année de dépression depuis la crise financière de 2009. Tous les acteurs du marché ont donc dû faire des économies sur le personnel, les éditeurs autant que les stations de radio et les chaînes de télévision ou les agences de publicité et média. Ainsi, TX

Group a réduit les charges de personnel de 16 millions de francs et Ringier a supprimé près de 120 emplois rien qu'en Suisse.

Et que fait la SSR? Elle fait le contraire.

Pour autant, le comportement anticyclique de la SSR s'explique aisément. Quand, au printemps 2020, les répercussions du coronavirus sur le marché publicitaire sont

devenues claires, le Conseil fédéral s'est immédiatement porté au secours de sa SSR, financée à coup de redevances. Du jour au lendemain, il a accru son budget de 50 millions de francs. Ces 50 millions étaient nettement supérieurs aux 30 millions que la SSR a finalement perdu en recettes publicitaires par rapport à l'année précédente.

Le coronavirus a considérablement renforcé une tendance sur le marché des médias. La domination de l'État s'est encore accrue dans la branche. La pandémie a dopé le rôle de l'État dans les médias.

Ainsi, l'avance de la SSR sur les deux principales entreprises privées, Ringier et TX Group, est plus grande que jamais. Aujourd'hui, la SSR possède 25 programmes de radio et de télévision, ainsi que cinq portails en ligne. Avec 1,5 milliard de francs, la SSR réalise presque le même chiffre d'affaires annuel que les deux plus grands éditeurs suisses, TX Group et Ringier, conjointement.

Ce que peu de gens savent néanmoins, c'est que Ringier et TX Group ne sont que les numéros trois et quatre du marché. Ils sont en effet précédés non seulement par la SSR, mais aussi par une autre entreprise de médias contrôlée par l'État: Swisscom.

La domination de l'État s'est encore accrue dans la branche et la pandémie a dopé le rôle de l'État dans les médias.

Derrière la SSR, la société publique Swisscom est devenue la deuxième plus grande entreprise du secteur suisse des médias et la tendance est croissante. Avec ses médias, Swisscom génère déjà un chiffre d'affaires annuel d'environ 1,1 milliard de francs.

Les principales offres de Swisscom sont désormais regroupées dans son groupe blue: blue TV, ex-Swisscom TV, avec 1,5 million de clients, dont fait à présent également partie l'ancienne chaîne payante Teleclub. À cela s'ajoute le portail en ligne blue.ch. Avec search.ch et local.ch, Swisscom détient en outre les deux plus grandes plateformes d'adresses. Et avec 85 salles exploitées sous la marque blue Cinema, Swisscom est aussi le plus grand exploitant de cinémas de Suisse.

Aujourd'hui, les deux appareils d'État, la SSR et Swisscom, réalisent ensemble un chiffre d'affaires qui représente environ 40% du chiffre d'affaires de tout le secteur des médias en Suisse.

Swisscom a réussi son coup le plus spectaculaire avec son blue TV l'été dernier. Pour 25 millions de francs, l'entreprise a obtenu les droits de la Ligue des Champions de football, prenant le meilleur sur son rival, la SSR, qui, vu le prix, a jeté l'éponge dans cet âpre duel. Quel spectacle de voir deux entreprises fédérales augmenter mutuellement les coûts de leurs programmes! Mais, du point de vue de Swisscom, ce coup était dans la logique des choses. Quatre ans plus tôt, le groupe avait déjà acheté les droits télévisuels de la ligue suisse de football pour la modique somme annuelle de 35 millions.

Aujourd'hui, les deux appareils d'État, la SSR et Swisscom, réalisent ensemble un chiffre d'affaires de 2,6 milliards de francs. Cela représente environ 40% du chiffre d'affaires de tout le secteur des médias en Suisse. C'est à une étatisation larvée de toute une branche que nous assistons.

Et les sociétés de médias privées contribuent à la tendance. Elles cherchent en effet de plus en plus la chaleur du nid étatique. Même des entreprises libérales telles que le Groupe NZZ veulent accéder aux fonds de l'État. «Faisons fi des scrupules que nous pourrions avoir à la base à l'égard des aides publiques», écrit désormais la NZZ.

C'est un bien triste spectacle que nous a offert récemment le secteur des médias. Le fier quatrième pouvoir, qui se définit comme une instance de contrôle des institutions étatiques dans une démocratie, a rampé devant l'État pour quémander des deniers publics. Il a commencé par obtenir plus de 70 millions de francs en aide d'urgence en lien avec le coronavirus, principalement pour les chaînes et stations régionales ainsi que sur les taxes postales pour les journaux. Dans un deuxième temps, les éditeurs vont bénéficier dans le futur d'une pluie d'argent public pour le double de ce montant.

À cela s'ajoutent les subventions de 81 millions de francs par an pour les chaînes de télévision et stations de radio régionales des éditeurs. Au total, l'État verse déjà aujourd'hui aux sociétés de médias privées quelque 480 millions de francs par an en subventions directes, réductions de taxes postales et autres allègements fiscaux dans le cadre de la taxe sur la valeur ajoutée.

480 millions, c'est un bien beau gâteau. Mais cette manne a un prix.

On voit clairement les possibles conséquences au niveau des stations de radio et des chaînes de télévision privées. Si l'on veut recevoir des subventions, il faut se soumettre au contrôle de la police des médias de l'Office fédéral de la communication sur l'assurance qualité, la prévention des dysfonctionnements et les effectifs. Certains politiciens souhaitent aussi avoir une plus grande emprise sur les journaux à partir du

moment où ils bénéficient de subventions plus importantes. La crise des médias en lien avec le coronavirus est tombée à pic pour les politiciens de gauche. Ils voient aujourd'hui une opportunité d'exercer enfin un plus grand contrôle sur les sociétés de presse.

Certains politiciens souhaitent aussi avoir une plus grande emprise sur les journaux à partir du moment où ils bénéficient de subventions plus importantes.

Depuis près de vingt ans, la gauche souhaite renforcer la présence de l'État dans les médias privés. Christian Levrat, président du PS, a inlassablement œuvré pour un « soutien aux médias », dans le but de pouvoir accroître son influence politique sur les rédactions. Ses successeurs ont repris la doctrine et l'ont élargie au

financement étatique des médias en ligne, car un grand nombre d'entre eux se situent politiquement à gauche. À l'avenir, les fournisseurs d'informations en ligne recevront 30 millions par an.

Il va de soi que le monde politique et l'État attendent une contrepartie à cette aubaine. Le monde politique ne dit peut-être pas « Qui paie, commande ». Il dit plutôt « Qui paie, attend un merci ».

Et la reconnaissance est déjà manifeste un peu partout. Jamais encore les journalistes n'ont fait autant bloc derrière le gouvernement fédéral qu'au cours des quatorze derniers mois. Ainsi, le réseau du Tages-Anzeiger, le plus grand groupe de presse du pays, a basculé dans un journalisme de complaisance en défendant le gouvernement contre toute critique, par pur réflexe. Le Groupe Blick s'est aussi clairement abstenu de toute critique à l'encontre d'Alain Berset et du gouvernement fédéral. Quant à la télévision suisse, elle a bien souvent joué un rôle d'agence de RP du Conseil fédéral, n'accordant que très à contrecœur une plateforme aux critiques.

Que dit l'adage déjà ? Ah oui, on ne mord pas la main qui vous nourrit.