

avenir débat

Une politique des médias pour l'ère numérique

Comment adapter le régime des médias au 21^e siècle

La numérisation a bouleversé le paysage médiatique. Et pourtant, la politique des médias est restée figée dans des temps analogiques. Dans une nouvelle étude, Avenir Suisse analyse le système médiatique actuel et présente les grandes lignes de mesures pouvant être mises en place à court terme, ainsi que des idées pour la redéfinition du régime des médias en Suisse.

Tout le monde le sait : les journaux, la radio et la télévision perdent toujours plus d'audience. Mais en même temps, le secteur des médias regorge de nouveautés. Les plateformes en ligne affichent une augmentation constante du nombre d'utilisateurs, les maisons d'édition traditionnelles se reconvertissent en agences multimédia et des start-ups émergent dans ce domaine. Sur l'ensemble de la branche, on constate aujourd'hui une hausse du nombre de professionnels des médias par rapport à il y a vingt ans.

Développement continu du soutien aux médias

Parallèlement, rien ou presque n'a changé en matière de politique médiatique. Seul le volume des aides aux médias a augmenté. Depuis le tournant du millénaire, les subventions dans ce secteur sont en hausse de 20 % et s'élèvent à 1,5 milliard de francs. Elles financent principalement des instruments de politique médiatique qui s'avèrent désuets et peu ciblés.

Ainsi, le soutien actuel aux médias entraîne des répercussions indésirables. Il conduit par exemple à des distorsions de concurrence : les acteurs privés sont évincés, ce qui nuit à la diversité des médias. A court terme, on peut atténuer ce genre de problème. Toutefois, à long terme, il convient de créer un nouveau régime des médias dans lequel les défaillances du marché sont traitées de façon ciblée.

A court terme : réduire les répercussions problématiques

En principe, les conditions-cadres pour les médias en Suisse sont bonnes. Toutefois, certaines activités d'entreprises (partiellement) étatiques telles que la Poste ainsi que des interventions communales et cantonales sont problématiques. De ce fait, le journalisme et la politique se rapprochent dangereusement et faussent la concurrence.

La SSR, géant du régime des médias actuel, reçoit chaque année 1,2 milliard de francs, ce qui correspond à plus de 80 % du soutien destiné aux médias en Suisse. Elle constitue donc l'élément central du service public des médias. Aujourd'hui, l'ensemble des prix et des offres du mandat de service universel n'est toutefois plus adapté au monde numérique. Il faut redéfinir le mandat en conséquence :

- *Offre* : recentrer le mandat de prestations de la SSR sur les contenus médias qui ne sont pas proposés sur le marché privé et qui sont pertinents pour le fonctionnement d'une société

démocratique. La redéfinition de l'offre devrait également s'accompagner de l'introduction d'un plan de revenus contraignant pour la SSR.

- *Prix* : l'ancien modèle de redevance a été remplacé en 2019 par un impôt d'affectation. Afin d'abaisser les prélèvements obligatoires et de réduire les distorsions de concurrence de la SSR, nous proposons un nouveau modèle de «redevance 2.0».

A long terme : cibler les défaillances du marché

Les mesures à court terme ne permettent pas de résoudre toutes les défaillances de l'ensemble du système qui s'avère dépassé. C'est pourquoi les auteurs de l'étude proposent également des réformes plus profondes :

- *Renforcer la fonction de contrôle à travers un soutien aux projets ou personnes*

A l'instar de ce qui se fait en recherche fondamentale, des soutiens aux projets ou personnes pourraient remédier à une éventuelle défaillance du marché dans l'élaboration de nouvelles connaissances (notamment dans le journalisme d'investigation). Les auteurs de l'étude élaborent et abordent plusieurs idées.

- *Compléter l'offre des médias par un fournisseur public de contenus qui met aux enchères des droits sur les contenus*

A long terme, la SSR devrait se transformer en un fournisseur public de contenus. Sur la base d'un mandat de prestations, elle créerait des contenus médias qui sont importants pour la société, et que le marché ne produit pas. Contrairement à aujourd'hui, les contenus médias ne seraient pas diffusés par la SSR, mais vendus aux enchères à des organisations de médias privées, par lot correspondant à un programme entier. Dans l'étude, un scénario illustre ce qui paraît abstrait en théorie.

Une telle réforme du régime des médias présenterait divers atouts. L'aide aux médias pourrait être à la fois plus ciblée et plus efficace. La neutralité technologique serait garantie et les distorsions de concurrence seraient moins importantes qu'aujourd'hui, ce qui serait moins préjudiciable à la diversité des médias. Pour Jürg Müller, co-auteur de l'étude, il est donc clair que «la politique suisse des médias est dépassée. De nouvelles approches sont nécessaires pour garantir l'approvisionnement en contenus médias pertinents pour le fonctionnement d'une société démocratique».

avenir débat : «Une politique des médias pour l'ère numérique», Jürg Müller, Basil Ammann et Laurenz Grabher, 100 p., disponible en ligne à partir du 24 octobre sur www.avenir-suisse.ch.

Pour plus d'informations : Jérôme Cosandey (+41 21 612 66 12, jerome.cosandey@avenir-suisse.ch), Basil Ammann (+41 44 445 90 05, basil.ammann@avenir-suisse.ch).