

# «La SSR sera en déficit cette année»

**TÉLÉVISION** Patron de l'audiovisuel public, Roger de Weck fait face à une «diminution sensible» des recettes publicitaires. Interview

SYLVAIN BESSON, BERNE

Après quelques mois d'accalmie, le combat reprend autour de la SSR. La société de radio-télévision publique doit affronter un nouveau vote populaire, cette fois sur l'initiative «No Billag», qui devrait atteindre le cap des 100 000 signatures ce mois-ci. Sous pression politiquement et financièrement – les rentrées publicitaires sont en baisse –, le patron de la SSR, Roger de Weck, dit comment il compte affronter les turbulences à venir.

**La suppression d'émissions religieuses à la RTS a provoqué de fortes réactions. Pourquoi vous en prenez-vous à de petits programmes, à la vocation de service public évidente, plutôt que d'économiser dans le fon-**



Roger de Weck: «La radio et la télévision ultra-commerciales seraient bourrées de publicités, avec une baisse de la qualité.» (RTS/SSR/KLAUS.EHRET@SRG.CH)

**tionnement de la structure de la SSR?** Les économies portent d'abord sur l'administration et les infrastructures. Mais des coupes dans les programmes sont inévitables. La RTS produira une série romande par an en moins. Il y aura des réductions dans les émissions de divertissement et de musique populaire. Le budget des émissions pour enfants et des émissions religieuses diminuera; ces dernières gardent 1,6 million de francs par an. Tout cela est regrettable, mais le budget de la SSR baisse de 40 millions de francs.

**Le Tribunal fédéral a dispensé les ménages de la TVA sur la redevance, forçant la SSR à prendre à sa charge 35 millions de francs. Ne deviez-vous pas vous préparer et faire des**

**provisions pour faire face à cette décision prévisible?** Après un quart de siècle, la Cour suprême a changé sa jurisprudence, qu'avait confortée juste auparavant le Tribunal administratif fédéral. Et il est impossible de provisionner une augmentation durable des charges: il faut faire des économies.

**Justement: si l'on examine le budget de la SSR, on voit que les différentes chaînes coûtent à peu près 1,2 milliard par an, alors que le budget total est d'à peu près 1,6 milliard de francs. Ce qui manque, environ 400 millions de francs, c'est le coût du siège bernois de la SSR. N'est-ce pas là qu'il faut économiser?** Pour prendre une image, vous calculez comme si votre journal ne devait pas être imprimé. Ce que les imprimeries sont aux quotidiens, les grands systèmes numériques le sont à la radio-télévision. Hors technologies, moins de cent personnes travaillent à la direction générale. Ce n'est pas démesuré par rapport aux 5000 emplois à plein temps de notre entreprise.

**Mais est-ce que les gens regarderont encore la télévision dans cinq ans? Est-ce que la révolution numérique ne va pas vous permettre de baisser drastiquement vos coûts, ou vous y forcer?** Une étude indique que nombre de jeunes regardent à nouveau la télévision, de préférence en groupe et à la demande. *House of Cards*, série à succès de Netflix, coûte 75 000 dollars la minute: qui veut atteindre le grand public par Internet doit investir autant d'argent qu'à la télévision. Sur le grand écran comme sur l'écran des portables, le succès dépend d'une offre attrayante: la production est plus importante que la distribution. Or, sur le marché suisse, personne ne peut gagner d'argent avec des productions de qualité. Qui d'autre que la SSR serait en mesure de produire des films et documentaires suisses, miroirs de notre pays? Qui pourrait proposer, sans financement public, un 19h30? Quelque 90% de nos émissions n'intéresseraient pas les chaînes privées, car elles y perdraient de l'argent.

**La révolution numérique s'apprête à submerger les télévisions classiques et vous êtes en train de dire que la SSR ne doit rien changer?** Tout change – sauf que les recettes publicitaires ne suffisent toujours pas à financer des émissions de qualité. Nous changeons. Par exemple, nous avons lancé des mini-séries web qui séduisent les jeunes. Le live-streaming des Jeux olympiques d'hiver nous a valu 10 millions de visites.

**Et si demain le Conseil fédéral comptait un UDC de plus vous demandait de faire des économies beaucoup plus drastiques? Vous seriez d'accord, vous resteriez en poste?** Des coupes claires dans le budget de la SSR se feraient au détriment du fédéralisme. Elles obligeraient la SSR à centraliser. Pour diminuer les coûts fixes, très élevés dans l'ensemble du secteur des médias, la seule solution est de centraliser. C'est ce qu'ont fait les groupes média nationaux privés, qui ont tous leur siège à Zurich. La SSR a une structure décentralisée, ancrée dans le fédéralisme. Les décisions importantes sont prises de concert avec les régions linguistiques. C'est une valeur à préserver. Quant au Fribourgeois que je suis, puisque vous posez la question, il est dur à cuire. **La tendance à terme est tout de**

**même claire: vous allez devoir économiser. Comment allez-vous faire?** En 2015, nous avons pris des mesures rapides pour éponger les 35 millions de TVA. Mais avec la diminution sensible des recettes publicitaires et les provisions pour les coûts de la suppression de 250 emplois, il y aura un déficit. En 2016, nous renouerons avec les chiffres noirs.

**La culture interne de la SSR n'est-elle pas tellement ossifiée qu'elle vous conduit à refuser tout changement?** En cinq ans, nous avons redéployé plus de 12% des coûts administratifs dans les programmes. Avec Ringier et Swisscom, nous préparons une plateforme publicitaire ultramoderne. La SSR est une entreprise en transformation, et l'une des plus efficaces d'Europe.

**Un récent rapport de l'Union européenne de radiodiffusion (UER) pointait pourtant certains problèmes à la RTS: vieillissement de l'audience, mais aussi des cadres dirigeants de la chaîne... Une entreprise ossifiée ne commanderait pas un tel rapport pour le publier. C'est parce qu'ils vont au-devant du changement que Gilles Marchand et son équipe pointent les défis qu'ils relèvent au fur et à mesure.**

**A quoi va vous servir votre alliance publicitaire avec Swisscom et Ringier? A diviser les éditeurs qui vous critiquaient, ou à autre chose?** Depuis cinq ans que je suis à la SSR, j'observe que toujours plus d'annonceurs souhaitent s'adresser à des publics cibles. Pour ce faire, ils préfèrent Google aux sites internet des éditeurs suisses. Pourquoi? Parce que Google a plus

**«Des coupes claires dans le budget de la SSR nous obligeraient à centraliser»**

d'utilisateurs, plus de données et une technologie numérique ultramoderne. Avec la nouvelle plateforme envisagée, ouverte à tous les éditeurs suisses sur pied d'égalité, nous aurons ensemble plus d'utilisateurs, plus de données et plus d'argent pour financer les énormes investissements qu'implique la technologie numérique de commercialisation. La SSR pourra proposer un jour des spots publicitaires ciblés. Et cela dans le plus grand respect de la protection des données, qui seront complètement anonymisées.

**Après le référendum contre l'extension de la redevance, vous allez devoir affronter une initiative populaire, «No Billag». Le combat sera-t-il aussi difficile pour vous qu'au printemps dernier?** Cette initiative devrait s'appeler «No SSR». Elle voudrait interdire tout financement public de la radio et de la télévision. Il n'y aurait plus de SSR, plus de RTS, plus de 19h30, plus de *Forum*, de 26 minutes... La radio et la télévision ultra-commerciales seraient bourrées de publicités, avec une baisse de la qualité. Les plus grands perdants seraient la Suisse romande, italienne et romanche. Cette initiative est irréaliste et balaie la solidarité fédérale. La Confédération du «je ne paie que pour ce que j'utilise» est à l'opposé de l'idée suisse. ■

PUBLICITÉ

**20% SUR TOUS LES PRODUITS SÉLECTION.**

MIGROS SÉLECTION

MGB www.migros.ch WIRZ



**4.70** au lieu de 5.90  
Tout l'assortiment Sélection (excepté les paniers cadeaux).  
20% de réduction, p. ex. Brie de Meaux, 200 g

LeShop.ch vous livre aussi bon nombre de ces offres à domicile.

En vente dans les plus grands magasins Migros. Excepté les paniers cadeaux Sélection.  
OFFRE VALABLE DU 1.12 AU 14.12.2015, JUSQU'À ÉPUISEMENT DU STOCK

**MIGROS**  
M comme Meilleur.