

Médias Convaincues d'avoir une «mission citoyenne», les TV privées romandes exigent une part de la redevance. Moritz Leuenberger voulait tout donner à la SSR, mais il cédera.

Comment les TV locales ont sauvé leur peau

LA RÉVOLTE GRONDE ET S'ORGANISE EN SUISSE ROMANDE. ELLE MONTE À BERNE CETTE SEMAINE. Contre qui? Moritz Leuenberger et son projet de loi sur la radio-TV. Après une phase de profonde consternation, les télévisions privées sont déterminées: l'avant-projet de loi ne passera pas. La pomme de la discorde: tout à son souci de préserver un service public fort, le conseiller fédéral a choisi de donner toute la manne publique à la seule SSR, de n'accorder que quelques miettes aux radios locales et de supprimer complètement les vivres aux TV locales qui, aujourd'hui, reçoivent 5 millions.

En contrepartie, celles-ci seront libres de diffuser autant de publicité qu'elles le désirent. Mais au Parlement comme dans tout le pays, les défenseurs des TV locales ne veulent pas de ce cadeau empoisonné. Ils sont d'autant plus sûrs d'eux qu'ils ont la SSR dans leur camp. Au Parlement, Filippo Lombardi, qu'on appelle aussi le Berlusconi tessinois, conseiller aux Etats et directeur de la chaîne TeleTicino, donne le coup d'envoi cette semaine et dépose une intervention qui demande au Conseil fédéral «un peu de conséquence», soit de continuer à aider les médias locaux. Aux côtés de Lombardi, le socialiste neuchâtelois Didier Berberat, le PDC valaisan Simon Epiney ou le radical vaudois Yves Christen. Car le lobby des chaînes locales affiche toutes les couleurs politiques sauf l'UDC et il unit tous les cantons latins. Et il fera sans doute plier Moritz Leuenberger: il l'a laissé entendre dans une lettre adressée à la chaîne valaisanne Canal 9.

Des miettes bonnes à prendre

Si le ministre des médias s'est montré aussi intransigent avec les TV privées, c'est parce qu'il vit à Zurich et, visiblement, ne connaît d'elles que TV3 et Tele 24, les deux chaînes



Big Brother, l'émission qui cartonne sur TV3, une des deux chaînes commerciales zurichoises.

commerciales zurichoises qui s'épanchent sur tout le bassin alémanique. Ce qu'il y voit? «Big Brother», un jeu où l'on enferme plusieurs êtres humains pour les filmer jour et nuit, dans l'espoir qu'ils s'aiment ou s'entretient. Ou une ronde de journalistes zurichois qui infligent à tout le pays leur interprétation personnelle des événements de la semaine. Moritz Leuenberger baigne dans un microcosme où les médias, publics et privés, se livrent un combat de hyènes à coups d'émissions où le voyeurisme le dispute au nombrilisme.

Mais pourquoi ce vent de révolte pour une tranche de gâteau aussi mince: 5 millions sur les 700 que rapporte la redevan-

ce? La tranche en question représente en moyenne 24% des budgets des locales. «La supprimer, c'est une partie du programme ou du personnel qu'on licencie», affirme Franco Cibrario, directeur de Canal 9, la chaîne valaisanne. Dans la petite station d'ICI TV à Vevey, le directeur Thierry Bovay va dans le même sens: «Nous diffusons 15 minutes de téléjournal quotidien. Nous devrions y renoncer, licencier trois ou quatre personnes.» Compenser par la publicité? L'alternative n'en est pas une pour ces stations qui, souvent, ont déjà atteint le maximum de ce qu'elles peuvent décrocher dans leur région. Restent les collaborations et mises en réseau. Le directeur de la TV →

→ lausannoise Jean-Pierre Pastori affirme que le mouvement est amorcé: «*Nous échangeons déjà des émissions.*» Des pools publicitaires existent aussi. Pierre Smolik, juriste à l'Office fédéral de la communication, estime qu'une réelle union des forces de toutes les TV locales serait de nature à concurrencer le marché publicitaire de la SSR. «*Mais pour que les annonceurs soient séduits, il leur faudrait aussi un programme prime time aguçeur.*» Bref, les chaînes régionales pourraient acheter des films ensemble, produire des émissions pour toute la Suisse romande. Mais elles risquent d'y perdre leur âme et leur «*mission citoyenne*», comme la définit le Genevois Daniel Bernard, directeur de Léman Bleu, pour verser dans la TV privée à l'italienne, «*pota-gère le jour, sexuelle la nuit*». Les directeurs des chaînes romandes sont sceptiques: à quoi bon créer une troisième chaîne romande, alors que leur vocation est de s'ancrer dans les régions?

Tous contre Schawinski

La SSR, quant à elle, n'a aucune envie d'entrer en concurrence avec les TV régionales. La preuve: son patron Armin Walen a déclaré qu'il ne s'opposerait pas à ce que les locales obtiennent une part plus substantielle du gâteau. Combien? 17 millions! La somme est proposée par Filippo Lom-

CANAL ALPHA PLUS - NEUCHÂTEL

Proprette et reposante

Canal Alpha+, ça oscille entre bons sentiments et mauvaises pensées. Les bons sentiments? Ce sont les quelque 5 heures hebdomadaires baptisées «Fenêtre chrétienne». Quant aux mauvaises pensées, on les trouve dans le sobriquet dont les Neuchâtelois affublent leur chaîne de télévision: «Canal Jésus». Quel que soit le cas de figure, le succès de la chaîne ne se dément pas au fil des ans.

Alors, incontournable Canal Alpha+? Dans le débat politique en tout cas. «*Une invitation à l'antenne ne se refuse pas*, lâche un élu cantonal, *que ce soit en période électorale ou non.*» Et c'est là que le bât blesse. Certains partis politiques, le plus souvent à gauche, jugent que le choix des intervenants sur la chaîne est plus régalién que réellement démocratique. A quoi s'ajoutent des reproches d'amateurisme. C'est vrai que Canal

Alpha+ se montre rarement critique à l'égard de l'actualité et de ses acteurs: «*tout le monde il est bon, tout le monde il est gentil*» semble le leitmotiv de la chaîne.

B. C.

EMPLOYÉS: 22

AUDIENCE: 25 %

PRODUCTION: 1 heure par jour

PROPRIÉTÉ: SA qui regroupe une centaine d'actionnaires, y compris ceux issus de la presse écrite neuchâteloise.



bardi. «*Les radios locales reçoivent 2,5 % de la redevance. Je propose que l'on applique la même règle aux TV.*» A la SSR, le secrétaire général Beat Durrer confirme: «*Nous sommes d'accord pour partager la redevance,*

mais pas avec les grandes chaînes commerciales.» Comprenez: pas un sou à TV 3 ou à Télé 24, dont le patron Roger Schawinski est le seul à entrer clairement en concurrence avec la SSR.

Dans la même logique, la Télévision suisse romande et les chaînes locales romandes se sont unies en une Communauté télévisuelle romande. Créée au mois de juin, celle-ci a pour objectif avoué de former des employés ensemble, d'échanger des émissions et des prestations techniques, de défendre des intérêts communs. C'est que la TSR, malgré les 80 personnes qui travaillent pour l'émission Tout en régions, n'a pas réussi à s'ancrer dans les régions. L'alliance a fait bondir Roger Schawinski. «*Il craint que la SSR n'achète les privés avec des miettes*», rapporte Filippo Lombardi. «*Et si les miettes nous conviennent?*» rétorque le Valaisan Franco Cibrario. Le Valaisan place le combat ailleurs: «*Nous devons nous battre contre les politiciens qui veulent démanteler le service public et privatiser entièrement la télévision.*»

Une loi si humiliante

Au fond, l'esquisse de loi sur la radio-TV tracée par Moritz Leuenberger ne représente pas seulement des sacrifices financiers, elle est une vraie humiliation pour ces chaînes qui, malgré des moyens modestes, ont un →

TVRL - LAUSANNE

Des présentateurs mignons

Comme toutes les TV régionales, TVRL sacrifie au devoir de proximité. On y passe donc des sujets attendus comme «La fête des vendanges à Lutry» ou des séances du Grand Conseil. Certains magazines sont produits par des indépendants tel «Abstract», consacré au design et conduit par des architectes. Mais les Lausannois ont aussi la possibilité de voir des émissions plus distrayantes: Anne Carrard anime avec talent «Diabolo Menthe» au décor et au générique franchement déjantés. Globalement, la chaîne se caractérise par des sujets souvent convenus mais traités avec originalité. Les présentateurs et animateurs, sympas et mignons, n'arrivent pas encore à se départir de leur mine figée. Cette raideur accentue l'aspect «amateur» qui prévaut malgré tout. S. A.

EMPLOYÉS: 12 personnes fixes + environ 25 free-lances

AUDIENCE: 10 % (23 000 téléspectateurs)

PRODUCTION: 1 heure par jour en moyenne

PROPRIÉTÉ: une association regroupant notamment les Services industriels de la ville de Lausanne, 3 télé-réseaux, des centres de loisirs.



→intérêt incontestable – l'audience en témoigne – pour les gens des régions concernées. Car pour TeleBilingue, à Bienne, comme pour Canal 9, à Sierre, un sujet est bon ou mauvais, mais il n'est jamais trop local. Les TV interviewent les personnalités de la région, critiquent les spectacles donnés chez eux. Votations municipales, élections, tout enjeu politique est décortiqué, débattu, tout politicien a intérêt à se montrer convaincant à l'antenne. La politique régionale est entrée chez les gens, dans leur salon. Peter Bodenmann en sait quelque chose, lui qui affirmait que la radio et la TV locales avaient joué un rôle décisif pour son élection au Conseil d'Etat valaisan en 1997. Et puis payer, c'est donner de la valeur. En accordant une manne plus importante aux chaînes locales, Moritz Leuenberger et le Conseil fédéral reconnaîtront la qualité de leur travail. Le ministre des médias montrera aussi qu'il a compris que le bruit assourdissant fait autour des télévisions zurichoises couvre la petite musique, multiculturelle, des chaînes locales.

CATHERINE BELLINI

LÉMAN BLEU - GENÈVE

Le plateau où il faut être vu

Nul besoin de prier les personnalités genevoises de se rendre sur le plateau de Léman Bleu: elles y courent. En quatre ans, la télévision locale genevoise s'est imposée, par son audience et la qualité de son information, comme une place du village de laquelle il serait suicidaire de se tenir trop longtemps absent. Pour les politiciens, la chaîne est devenue le principal vecteur de communication avec la population.

Grâce à des moyens techniques ultra-légers et à la polyvalence des employés, un budget annuel de moins de 2 millions de francs suffit à assurer la production d'une heure d'émission originale, reprise en boucle le soir.

Un journal d'information, un talk-show et des magazines courts sponsorisés forment l'essentiel du menu. En sus, les débats du Grand Conseil.

Le directeur et cofondateur Daniel Bernard mise sur la proximité et l'immédiateté: «Si vous voyez de la fumée durant la journée, vous saurez à 18 h, quel immeuble a brûlé».



Par sa nature, l'information de Léman Bleu est donc «complémentaire et non concurrente» à celle qu'offre la Télévision romande. X. P.

EMPLOYÉS: 12

AUDIENCE: 12%

PRODUCTION: 1 heure par jour, la semaine

PROPRIÉTÉ: une SA regroupant notamment la Ville de Genève, Télégenève (câble) et la Banque cantonale.

Malgré une convention internationale, les discussions sur l'élimination des armes chimiques tournent en rond.

C'est ce que Green Cross veut changer – avec vous.

Dès maintenant, écrivez à des politiciens via notre homepage: www.greencross.ch, action

«Détruisons les armes chimiques maintenant».

Afin que les accords fassent place aux actes.

DÉTRUISONS LES ARMES CHIMIQUES, MAINTENANT.