



Publicité en ligne : un débat par procuration

Le Conseil fédéral a décidé que la SSR ne pourrait pas publier de messages publicitaires sur ses pages internet, ce qu'economiesuisse salue. Une extension des activités en ligne de la SSR doit être refusée sur la base de considérations économiques. Le marché ne présente aucune défaillance qui justifierait une activité étatique.

Si elle développait ses activités en ligne, la SSR interviendrait davantage dans un secteur d'activité privé et deviendrait un concurrent immédiat des autres médias. Sa situation n'est toutefois pas comparable à celle des médias privés : la SSR domine le marché dans les quatre régions linguistiques. Elle doit se concentrer sur son métier de base et ne peut développer sa position de force – financée par les deniers publics (redevance) – sous prétexte de devoir financer un service public défini de manière plus large. Un développement des activités des chaînes de la SSR dans les domaines du marché en ligne entraînerait une distorsion et pénaliserait les médias privés. On pourrait dire de façon imagée que « l'éléphant financé via la redevance piétinerait de nouvelles plantes ayant émergé dans le paysage des médias ».

Une autre question aurait dû se trouver au centre du débat relatif à l'autorisation de la publicité en ligne pour la SSR : quelle est la légitimité d'une intervention de l'État ou d'une offre étatique dans le domaine des médias ? Dans un État libéral, les interventions doivent être légitimées et motivées spécifiquement. Même si elles découlent d'objectifs louables, elles peuvent induire des distorsions de concurrence et nuire à l'économie.

Dans le domaine de la télévision, des obstacles considérables entravent toujours l'accès au marché (spectre de fréquences limité, système de concession, etc.),

alors que le domaine en ligne est plus ouvert car les barrières à l'entrée sur le marché sont moins importantes et l'offre très hétérogène. On ne constate guère de défaillance du marché. C'est pourquoi l'économiste suisse salue la décision du Conseil fédéral de ne pas autoriser la SSR à insérer des messages publicitaires sur ses pages internet. Selon le principe « in dubio pro libertate » (en cas de doute, la liberté l'emporte), il convient de renoncer à une intervention dans les domaines où une activité étatique n'est pas clairement justifiée sous l'angle économique.

Cette décision doit donner lieu à un débat de fond sur le contenu, le financement et la manière dont le service public est fourni dans le domaine des médias. Il importe de savoir ce que le service public – c'est-à-dire les services financés avec les recettes de la redevance – englobe et si cette définition est encore d'actualité au vu de l'évolution des technologies de l'information et de la communication. La légitimité et la définition étroite de l'intervention étatique sont fondamentales dans l'optique d'avoir un marché des médias qui soit concurrentiel. Cela est de la plus haute importance – notamment pour des raisons politiques.