

Motion Raphaël Mahaim et consorts – Plus indispensable que jamais, la diversité de la presse doit survivre à la crise !

Texte déposé

Parmi les secteurs les plus violemment touchés par la crise du COVID-19, il y a le secteur des médias. Déjà très affaiblis dans un contexte général difficile, en particulier en raison de la concurrence avec l'information « gratuite » en ligne, les médias ont été touchés de plein fouet par la perte de revenus publicitaires, qui représentent une partie importante de leur chiffre d'affaires. Pour certains médias, les revenus publicitaires ont chuté de 50%, même parfois bien davantage encore. Ce phénomène est d'autant plus paradoxal que les médias ont joué durant la crise un rôle d'information absolument central. Pour le dire crûment : on n'a jamais autant eu besoin d'une presse forte et diversifiée, et pourtant elle se meurt.

Le dépôt de bilan de l'hebdomadaire *Le Régional* annoncé au début du mois de mai a retenti comme un premier coup de tonnerre dans un ciel déjà très sombre. Cette perte n'est pas la première — que l'on pense à la disparition de *l'Hebdo* et du *Matin* en version papier —, mais elle n'est pas non plus la dernière. Il s'agit bien plutôt du début d'une série noire en cette période de crise.

Les différents projets d'aide — indirecte — à la presse, en discussion au niveau fédéral ou cantonal, sont évidemment bienvenus et nécessaires, mais ils ne sont pas destinés à régler les problèmes de trésorerie des médias heurtés de plein fouet par la crise. En témoigne le très bon projet vaudois d'exposé des motifs et projet de décret instituant des mesures en faveur de la diversité des médias de décembre 2019 et qui sera bientôt soumis au Grand Conseil. Les mesures prévues à l'article 3 de ce projet de décret doivent se déployer sur cinq ans et ont été conçues avant la crise, dans la perspective d'un soutien pérenne au paysage médiatique.

Les médias ont recouru, dans des proportions et selon des modalités variables, au dispositif de réduction de l'horaire de travail (RHT) ou chômage partiel. Dans la plupart des cas, ce mécanisme est toutefois impropre à régler les problèmes spécifiques du secteur des médias, cela pour une double raison : d'une part, il était bien souvent impossible de se passer de la force de travail des employés, en cette période de forte production médiatique ; d'autre part, les soutiens obtenus par la RHT ne comblent que de façon incomplète les baisses des revenus publicitaires.

C'est la raison pour laquelle, contre l'avis du Conseil fédéral, les deux Chambres fédérales ont voté le principe d'une aide de transition au secteur des médias, lors de la session spéciale dédiée au coronavirus, pour un montant total de 65 millions de francs. Cette aide de transition comprend les mesures suivantes : des moyens financiers supplémentaires pour l'agence Keystone-SDA-ATS afin de pouvoir proposer gratuitement son service de base à ses abonnés ; distribution gratuite ou à un tarif avantageux des journaux ; aide de 30 millions de francs supplémentaires pour les radios et télévisions locales.

L'aide de transition fédérale, même si le Conseil fédéral prend les dispositions correspondantes rapidement, pourrait mettre un certain temps à déployer ses effets. A l'instar du *Régional*, il sera trop tard pour certains médias. En outre, uniquement indirecte, cette aide ne permettra pas de compenser intégralement les pertes de revenus publicitaires. A ce propos, le soutien de 1.2 million annoncé par le Conseil d'Etat vaudois, par le biais d'une campagne d'annonces exceptionnelle, est une excellente mesure, mais qui ne va certainement pas suffire. Les médias régionaux et locaux, en particulier, s'attendent à une chute massive des rentrées publicitaires cet été, en raison de tous les événements culturels, associatifs, musicaux, etc., annulés. On peut donc prédire que dans de nombreux cas leur situation financière sera particulièrement critique à l'automne.

Il faut ainsi s'attendre à des nouvelles faillites, restructurations ou concentrations de médias, particulièrement dommageables pour la diversité de la presse, fondement de la démocratie. Dans un tel

contexte, une aide financière cantonale directe, à fonds perdu, est indispensable. Cette aide devrait servir à combler de façon transitoire les pertes de revenus publicitaires qui ne sont pas absorbées par les autres dispositifs d'aides — baisse des frais postaux de distribution, RHT, etc. L'octroi d'une aide financière pourrait évidemment être sujet à certaines conditions, ne devrait pas excéder les pertes de rentrées publicitaires, etc.

Dans le canton de Fribourg, dix députés, issus de toutes les formations politiques, ont demandé en avril un fonds d'aide aux médias de 10 millions pour les médias ayant leur siège dans le canton. Le Conseil d'Etat vient d'annoncer, en date du 8 mai 2020, la mise à disposition d'un montant de 5.4 millions en faveur des médias fribourgeois.

Les députés soussignés demandent ainsi au Conseil d'Etat de lui soumettre de toute urgence un décret prévoyant un soutien financier au secteur des médias vaudois. Le financement de ce crédit sera assuré par les montants alloués par le Conseil d'Etat pour financer les mesures adoptées dans le cadre de la lutte contre la pandémie du COVID-19. Selon le cadre juridique applicable, le Conseil d'Etat posera les conditions et modalités d'octroi de cette aide dans un arrêté ou soumettra la base légale nécessaire au Grand Conseil, simultanément au décret.

Prise en considération immédiate.

(Signé) Raphaël Mahaim
et 33 cosignataires

Développement

M. Raphaël Mahaim (VER) : — A des degrés divers, nous avons tous été frappés, choqués, déçus et attristés que *Le Régional* doive mettre la clé sous la porte. Pour ma part, je ne viens pas de cette région, mais j'ai toujours identifié ce média comme un acteur important de la démocratie locale et de ses débats d'idées. Ces dernières semaines, nous avons aussi vu l'hebdomadaire romand *Micro* mettre la clé sous la porte et appris que *l'Illustré* avait dû procéder à des licenciements. Ces signaux sont très inquiétants et je crois que l'on peut employer des mots alarmants sans être dans l'exagération. Ces signaux sont très inquiétants parce que ce secteur qui était déjà fragile avant la crise l'est devenu encore davantage aujourd'hui, en particulier avec la chute des revenus publicitaires que vous connaissez bien.

Quand on analyse cette crise et s'interroge sur les difficultés économiques des secteurs frappés de plein fouet, on se pose toujours également la question des remèdes ou palliatifs. Dans quelle mesure un secteur peut-il survivre à cette crise, grâce typiquement aux réductions de l'horaire de travail (RHT), aux allocations pour perte de gain (APG) ou à d'autres mesures de soutien des collectivités publiques ? La spécificité du secteur des médias, comme d'autres secteurs mal ou peu soutenus, c'est que ces différentes mesures d'aide ne suffisent pas à lui permettre de traverser la crise, pour une raison bien simple — et c'est un paradoxe affolant : les médias n'ont jamais été, ou du moins très rarement ces dernières années, autant sollicités et autant au front que durant cette crise dont ils ont rendu compte, qu'ils ont décortiquée et analysée, alors qu'ils ont informé et débattu de cette situation sans précédent, qui nous a tous pris de court. Précisément pour cette raison, il était difficile pour les médias de recourir massivement aux RHT. Comment peut-on d'un côté assurer la qualité de l'information et le suivi demandé par la population — pour mémoire le taux d'audience et de suivi des médias fut historiquement élevé et absolument record — et de l'autre côté recourir aux RHT pour pallier les difficultés économiques ?

C'est dans ce contexte que la motion a été développée et déposée. Au niveau fédéral, il y a eu des premières réactions, bien sûr, avec un paquet d'aides indirectes à la presse. Il faut évidemment aussi mentionner l'exposé des motifs actuellement en discussion au niveau vaudois. Toutes ces mesures sont nécessaires et même vitales, mais elles ont aussi pour caractéristique — si je résume à grands traits — de déployer des effets plutôt pérennes sur les moyen et long termes, alors qu'elles n'auront pas, ou que très peu, pour effet de soulager le secteur à très court terme. C'est la raison pour laquelle le Conseil d'Etat a déjà annoncé un premier montant d'un peu plus d'un million pour se substituer aux pertes de recettes publicitaires. Pourtant, pour les petits médias régionaux, notamment, qui perdent les recettes publicitaires liées aux grands événements de l'été, tout indique que cette aide est loin d'être suffisante.

Nous devons être très clairs aujourd'hui, sans tomber dans l'alarmisme, mais par simple réalisme : d'autres petits médias, notamment régionaux à l'image du modèle économique du *Régional*, sont menacés par les suites du coronavirus et, paradoxalement, par l'abandon de tous les événements et festivals de l'été qui provoqueront des pertes de revenus publicitaires.

La motion laissera le choix des moyens au Conseil d'Etat, mais avec la demande de principe fondamentale de venir en aide au secteur de la presse, avec des possibilités d'aides financières à court terme, sur la base de critères qui devront bien sûr être définis de façon plus précise pour éviter une logique d'arrosoir. Cette aide urgente est vitale, à très court terme, et c'est le but de la motion.

A l'origine, il était prévu d'ouvrir un débat pour un renvoi direct au Conseil d'Etat, mais vu l'engorgement de nos travaux parlementaires, le renvoi en commission a été privilégié. Nous trouverions opportun que la motion soit renvoyée à la commission qui traitera de l'exposé des motifs évoqué.

La motion, cosignée par au moins 20 députés, est renvoyée à l'examen d'une commission.