

Rapport de la commission de l'informatique et de la communication chargée d'examiner la motion du 17 septembre 2007 de M^{mes} Marie Chappuis, Anne Carron-Cescato, Nelly Hartlieb, Alexandra Rys, Odette Saez, MM. Jean-Charles Lathion, Alain de Kalbermatten, Vincent Maitre et Robert Pattaroni, renvoyée en commission le 21 janvier 2008, intitulée: «Accord M6/Naxoo: oui, mais à quel prix?»

Rapport de M. Grégoire Carasso.

La motion a été renvoyée à la commission de l'informatique et de la communication par le Conseil municipal lors de la séance du 21 janvier 2008. La commission s'est réunie pour traiter cet objet les 3 mars, 21 avril, 9 et 16 juin 2008, ainsi que les 16 février et 2 mars 2009, sous la présidence de M^{me} Martine Sumi puis de M. Alain de Kalbermatten. Le rapporteur remercie M^{me} Julie de Dardel et M. Daniel Zaugg pour leurs notes de séances.

La commission a réalisé pour l'étude de cet objet les auditions suivantes:

- M^{me} Marie Chappuis, motionnaire;
- MM. Pierre Maudet, conseiller administratif chargé du département de l'environnement urbain et de la sécurité, et Eric Favre, directeur de la Direction des systèmes d'information et de communication;
- MM. Michel Mattacchini, président du conseil d'administration de 022 Télégenève, Antoni Mayer, directeur général, Benjamin Weill, directeur du marketing, Phong Pham, directeur technique, Georges Desay, directeur du réseau et de plusieurs représentant-e-s de la Ville de Genève au sein du conseil d'administration de 022 Télégenève;
- M. Gilles Marchand, directeur de la TSR;
- M^e Manuel Bianchi Della Porta.

Rappel de la motion

Considérant:

- le chiffre de 1 million de francs articulé par les responsables de Naxoo pour justifier l'insertion des fenêtres publicitaires de M6 destinées à la Suisse romande;
- les récentes déclarations (12 juillet 2007 sur la chaîne de la Télévision région lausannoise) de la cheffe du service multimédia de Citycable, le télé-réseau

lausannois, qui contredisent ce chiffre de 1 million: «M6 ne verse que quelques dizaines de milliers de francs par année à Citycable pour pouvoir diffuser ses fenêtres publicitaires pour la Suisse romande»;

- le fait que Naxoo est détenue à 51% par la Ville de Genève;
- la nécessité de faire toute la lumière sur le contrat qui lie Naxoo à M6 et qui entraîne un manque à gagner important non seulement pour la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR), mais aussi pour les télévisions privées romandes, les éditeurs de magazines et, plus généralement, pour l'ensemble du paysage médiatique romand;
- les conséquences néfastes de cet accord pour le service public, sur sa capacité de coproduction et, notamment, de fiction (et donc sur les comédiens, acteurs, etc.);
- le fait que la SSR reverse ses bénéfices, contrairement à M6, dans les prestations du service public (formation de l'opinion et de l'identité culturelle suisse, meilleure compréhension entre les communautés nationales, soutien au cinéma suisse, etc.);
- le fait qu'il n'y a pas de raison que la SSR jouisse d'un monopole en ce qui concerne la diffusion de la publicité, mais que la SSR, contrairement à M6, apporte une valeur ajoutée à la collectivité;
- la nécessité de s'interroger sur le bien-fondé stratégique de cet accord si, comme le prétend Citycable, M6 a réussi à entrer dans le marché romand et à affaiblir le service public pour seulement quelques dizaines de milliers de francs,

le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- de fournir la preuve que M6 a bien versé à Naxoo la somme de 1 million de francs (et non pas quelques dizaines de milliers de francs) pour pouvoir diffuser ses fenêtres publicitaires destinées à la Suisse romande;
- de s'assurer que la Ville de Genève, en tant qu'actionnaire public, veille à ce que les entreprises dont elle est actionnaire ne bradent pas leurs prestations à des entités qui n'apportent aucune valeur ajoutée à la vie de la région.

Séance du 3 mars 2008

Audition de M^{me} Marie Chappuis, motionnaire

M^{me} Marie Chappuis présente le contexte. Depuis la fin de 2001, M6 émet, depuis la France, un deuxième signal vers un satellite de contribution (Eutelsat) qui intègre des fenêtres publicitaires destinées à la Suisse. Ce signal est à la disposition des câblodistributeurs de Suisse. En 2007, le signal émis par M6 Suisse a donc été repris par l'opérateur Naxoo, moyennant un contrat liant M6 à Naxoo.

Le signal M6 Suisse a également été repris par les opérateurs Cablecom, à Fribourg, et Citycable, à Lausanne.

Au niveau du droit international, M^{me} Marie Chappuis explique que la convention européenne transfrontière (CET) fixe les règles en matière de libre circulation de l'information entre les Etats. (Deuxième signal de M6 émis depuis la France.) Actuellement, la CET ne donne pas aux Etats visés par un programme étranger des moyens directs de s'y opposer. Mais cette CET fait actuellement l'objet d'une révision, plusieurs Etats (treize au total) estimant que les règles en matière de libre circulation ne suffisent pas à préserver leurs intérêts et que l'Etat récepteur de programmes étrangers devrait pouvoir intervenir plus activement dans les conditions de réception de ces programmes. Par ailleurs, M^{me} Marie Chappuis note que l'Office fédéral de la communication (OFCOM), en octobre 2001, avait écrit aux réseaux câblés suisses en leur signalant la distorsion de concurrence qui pouvait découler de la reprise de ce second signal estimant que «le programme M6 est déjà financé par le marché français et peut, dès lors, être diffusé dans notre pays sans grand frais supplémentaires, tout en ponctionnant le marché publicitaire suisse. Cette pratique conduit bien entendu à une distorsion de la concurrence au détriment des diffuseurs suisses. En Suisse romande, il est à craindre que les fenêtres publicitaires entraînent des conséquences encore plus néfastes qu'en Suisse alémanique.»

Au niveau du droit privé suisse, la TSR estime que M6 devrait acquérir, pour la Suisse, les droits de diffusion des programmes, dont certains sont détenus à titre exclusif par la TSR. Une procédure en violation de droit d'auteur et concurrence déloyale a été ouverte à Fribourg contre Cablecom (Cablecom a été le premier à reprendre le signal de M6). Le Tribunal de Fribourg a rejeté l'action de la SSR/TSR, mais le Tribunal fédéral a cassé ce jugement, estimant que la SSR/TSR était légitimée à agir contre M6, et a renvoyé à la Cour civile fribourgeoise pour qu'elle instruisse le fond et qu'elle rende une nouvelle décision.

Cela étant dit, pour la situation juridique, M^{me} Marie Chappuis relève que c'est de ce point de vue du ressort des tribunaux. Par contre, les décisions stratégiques de Naxoo concernent le Conseil municipal, puisque la Ville en est actionnaire à 51%. Et, sous cet angle, il y a quelques éléments à éclaircir quant au calcul d'opportunité de Naxoo pour reprendre le 2^e signal de M6.

Selon les chiffres officiels, en Suisse romande, M6 est passé de 13 à 35 millions de chiffre d'affaires entre 2006 et 2007. Cette croissance est le fruit de deux éléments: l'entrée en vigueur de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) (qui permet de faire davantage d'interruptions publicitaires) mais aussi, bien entendu, des fenêtres publicitaires destinées à la Suisse. Pour les diffuseurs suisses, la situation est de plus en plus difficile et cela fait courir un risque pour le financement, grâce à la publicité, de la production audiovisuelle régionale et de l'achat de programmes.

En effet, M^{me} Marie Chappuis explique que la concurrence économique des fenêtres publicitaires de M6 enlève des moyens considérables aux diffuseurs suisses et donc au service public et aux télévisions régionales, mais aussi aux éditeurs ainsi qu'à la production audiovisuelle indépendante romande. C'est donc une dimension de l'identité culturelle romande qui s'amointrit. Et, à terme, un appauvrissement général du tissu médiatique romand.

M^{me} Marie Chappuis souligne que le Parti démocrate-chrétien n'est absolument pas opposé à la plus large concurrence possible. Mais, si la Ville de Genève veut faire du business, il faut qu'elle en ressorte gagnante, et pas qu'elle se tire une balle dans le pied.

Par conséquent, les motionnaires souhaitent connaître le montant de l'accord passé entre Naxoo et M6. Différents chiffres circulent et, si le marché romand a été ouvert pour quelques dizaines de milliers de francs, on est en droit de se demander s'il s'agissait d'une bonne décision. M^{me} Marie Chappuis indique que, en fonction de ce montant, il faudra évaluer les conséquences de ces fenêtres publicitaires de M6 pour le paysage médiatique romand et pour la Ville de Genève en tant qu'actionnaire minoritaire de TV Léman bleu (les chaînes privées et régionales perdant des parts de marché au profit des diffuseurs étrangers). Si la Ville de Genève gagne à Naxoo ce qu'elle perd à TV Léman bleu, passe encore. Mais si elle perd davantage à TV Léman bleu que ce qu'elle gagne à Naxoo, alors on sera en droit de se poser des questions sur le bien-fondé stratégique pour la Ville de Genève de l'accord liant M6 à Naxoo. M^{me} Marie Chappuis pense qu'il sera aussi utile de s'interroger sur ce que l'on veut comme service public.

Enfin, elle considère que les réponses apportées par cette motion pourront aussi donner des informations précieuses lorsque d'autres chaînes étrangères (notamment TF1) voudront faire comme M6 et accéder au marché de Suisse romande.

Plusieurs commissaires s'étonnent de la procédure. N'est-il pas plus simple, sachant que la Ville est actionnaire à 51% de Naxoo, de consulter directement les comptes de cette entreprise publique? M^{me} Marie Chappuis croit savoir que cette information n'a pas été discutée au conseil d'administration de Naxoo. Aussi, elle pense que seul le Conseil administratif peut poser ces questions.

Une commissaire demande si Naxoo a reçu d'autres contreparties, comme le droit de diffuser des publicités en France. Elle voudrait également savoir si la TSR a reçu des compensations.

M^{me} Marie Chappuis répond par la négative dans les deux cas.

Un commissaire pose la question de savoir si le Conseil municipal n'est pas tenu d'attendre la décision de justice de Fribourg. M^{me} Marie Chappuis pense que

ce n'est pas nécessaire, car il s'agit d'une affaire à part. Le commissaire note que les 12 millions de bénéfiques supplémentaires pour M6 représentent une perte pour les entreprises suisses.

Un commissaire relève que le dossier est à mettre en lien avec les enjeux relatifs au renouvellement de l'accord média, actuellement discuté aux chambres fédérales.

Un commissaire souligne qu'il serait important d'ajouter à cette motion l'aspect «impact sur TV Léman bleu» et pense qu'il faudra également demander la durée du contrat. M^{me} Marie Chappuis abonde dans son sens.

Un commissaire comprend mal la finalité de cette motion. Comment déterminer si la somme – le chiffre d'un million est souvent articulé – est convenable pour cette transaction? Par ailleurs, quand bien même on se mettrait d'accord sur un montant acceptable, cette transaction est dans tous les cas préjudiciable à TV Léman bleu et à la TSR, d'autant plus que ces entités n'ont reçu aucune compensation pour les pertes entraînées par l'accord. M^{me} Marie Chappuis rappelle que, en ce qui concerne la Ville uniquement, on est face à une logique de vases communicants – en renforçant Naxoo, TV Léman bleu a forcément été affaiblie. La présidente souligne que la motion a pour but de déterminer si cet accord n'apporte pas, au final, plus de désavantages que d'avantages.

Un commissaire revient sur les effets collatéraux de ce contrat sur la vie de la région, principalement au niveau du soutien à la culture. Il s'agit d'une question de principe qui dépasse le bilan financier pour la Ville. Par ailleurs, il considère qu'il faudra être habile pour obtenir des informations, tout en respectant la confidentialité liée au droit des affaires.

Séance du 21 avril 2008

Audition de MM. Pierre Maudet, conseiller administratif chargé du département de l'environnement urbain et de la sécurité, et Eric Favre, directeur de la Direction des systèmes d'information et de communication

M. Pierre Maudet constate qu'un certain nombre de points devraient être clarifiés, car beaucoup de choses ont changé au cours de l'année 2007. Longtemps, 022 Télégenève a été la propriété d'entités publiques et privées multiples. Cette société était majoritairement en main de la Ville et était présidé par M. Manuel Tornare, conseiller administratif. Le conseil d'administration de 022 Télégenève était composé d'une vingtaine de membres. En 2007, d'importants changements sont intervenus, avec la naissance d'un partenariat binaire entre la Ville – détenant 51% de la société – et Cablecom – propriétaire d'environ 49%. Ce changement a entraîné un dimensionnement du conseil d'administration et le dossier a été trans-

féré à la Direction des systèmes d'information et de communication (DSIC). Le Conseil administratif a également clairement exprimé sa volonté de ne plus voir de magistrats siéger au sein du conseil d'administration de 022 Télégenève, la Ville pouvant être représentée par d'autres personnes. De ce fait, M. Pierre Maudet reconnaît ne pas connaître tous les éléments, même s'il suit de près et avec intérêt ce qui se passe à 022 Télégenève et à TV Léman bleu, notamment par le biais de M. Eric Favre qui siège au sein du conseil d'administration. Il précise encore que quatre membres siègent au conseil d'administration de 022 Télégenève, nommés par le Conseil municipal, et qu'il est souhaitable de les auditionner.

M. Pierre Maudet revient ensuite sur la question du secret des affaires et il rappelle qu'il n'est pas possible de tout dire dans ce dossier. Il insiste sur le fait que le Conseil municipal a souhaité une participation majoritaire dans une société anonyme régie par le droit des affaires et qu'il ne peut pas exiger d'avoir accès à toutes les informations sur cette société. A ce titre, il n'est, par exemple, pas possible de fournir des preuves écrites du contrat, qui ne peut en aucun cas être rendu public. Il remarque que cette question de la confidentialité peut entraîner certaines frictions. Il déclare enfin que la motion M-698 date du mois de septembre et qu'il n'était peut-être pas très judicieux d'utiliser la voie de la motion pour répondre à une simple question; une question urgente au Conseil administratif aurait pu être traitée beaucoup plus rapidement.

M. Pierre Maudet distribue aux membres de la commission un échange de courriers avec le président de 022 Télégenève. Il remarque que, à la lumière de ces déclarations, il est possible de donner des éléments de réponses aux invites de la motion. A la première question portant sur le montant de la transaction, la réponse est oui: il s'agit bien d'un volant d'un million. Les intérêts de la Ville n'ont donc visiblement pas été bradés. En ce qui concerne la question de la vie de la région, il est important de se demander si le rôle de l'actionnaire est de s'immiscer dans les affaires de la société anonyme. S'exprime-t-on en tant qu'actionnaire préoccupé par le succès de la société ou doit-on se préoccuper de l'activité et de la santé financière de la SSR? Il s'agit d'un marché de libre concurrence et la Ville doit s'y adapter.

Une commissaire constate que le magistrat est venu, en quelque sorte, dire à la commission qu'il ne pouvait rien dire. Elle demande s'il est possible de donner des informations sur les différences entre la situation du télé-réseau lausannois et celle du télé-réseau genevois. M. Pierre Maudet indique qu'il ne connaît pas les comptes du télé-réseau lausannois. Il remarque, par ailleurs, qu'il a déjà fourni beaucoup d'informations à la commission dans un souci de transparence et qu'on ne peut pas objectivement lui faire le grief de ne rien dire.

Un commissaire est d'avis que la motion était une bonne manière d'agir, car cela permet, aujourd'hui, d'élargir le débat et de révéler des questions intéressantes. Il signale que le problème de la confidentialité n'en est pas un et remarque

que l'enjeu n'est pas seulement celui du montant, mais également celui des autres échanges de prestations et de la multitude d'autres points qui entrent en compte dans le calcul de la valeur de la transaction. Il se dit rassuré sur la question du bradage des intérêts de Genève, qui semblent avoir été bien défendus. Il se demande, finalement, si un appel d'offres a eu lieu, si d'autres sociétés ont émis des propositions et quelles ont été les discussions à ce sujet. Est-ce que 022 Télégenève est prête à contracter avec n'importe quelle autre chaîne du bouquet? A l'extrême, la société pourrait-elle contracter avec XXL ou Hustler, par exemple?

M. Pierre Maudet reconnaît que cette motion permet de s'interroger sur 022 Télégenève. Il explique qu'il ne s'agit pas ici d'une logique d'appel d'offres, parce que les offres de toutes les chaînes peuvent s'additionner. Le conseil d'administration a ici un vrai rôle à jouer pour évaluer avec qui on choisit de contracter et pourquoi. Il lui semble inconcevable que Télégenève entre en matière sur des publicités qui sont contraires aux mœurs pour faire de l'argent. Quant à M6, il s'agit d'une société adoptant une stratégie plus agressive que d'autres et elle s'est ainsi profilée en premier. M. Eric Favre souligne qu'IP Multimedia (ci-après IPM), la société extension de M6 qui a signé le contrat publicitaire, est installée en Suisse.

Un commissaire indique que, du point de vue politique, on est en droit de se poser la question de savoir dans quelle mesure cette décision a un impact sur la politique culturelle, et notamment sur le cinéma. Il serait par exemple possible que le conseil d'administration décide d'accorder un pour-cent culturel sur ses transactions pour compenser le manque à gagner pour la SSR, et donc pour le cinéma suisse en fin de compte. M. Pierre Maudet indique que le cadre légal évolue vite et est discuté au niveau fédéral. En attendant la décision du Tribunal de Fribourg, il est difficile de s'engager très loin dans les discussions. Il signale que c'est réellement la question des droits d'auteur qui est centrale dans les débats actuels sur la politique culturelle. Il relève qu'il ne faut pas avoir trop d'état d'âme par rapport à la TSR au sujet de la négociation d'une ristourne ou d'une compensation éventuelle, car l'enjeu principal ne repose pas sur cette question mais sur celle des droits d'auteur. Il insiste, enfin, sur le fait que l'actionnaire minoritaire, Cablecom, est un acteur redoutable et puissant. Ce mariage a eu lieu pour sauver 022 Télégenève, mais les intérêts de cette société sont purement commerciaux. Tout se discute assez âprement au sein du conseil d'administration.

Un commissaire demande à M. Pierre Maudet si, finalement, le pouvoir de décision de la Ville au sein de 022 Télégenève n'est pas quasiment nul, malgré son statut d'actionnaire majoritaire. Est-ce qu'on ne ferait pas mieux d'utiliser le capital de la Ville à d'autres fins? M. Pierre Maudet affirme que le pouvoir de décision de la Ville est loin d'être nul. La Ville a une capacité de contrôle et il lui est possible de dicter un certain tempo. Beaucoup de choses ont été verrouillées lors de la signature de la convention avec Cablecom, mais des problè-

mes de compatibilité avec les objectifs commerciaux de cette société subsistent, par exemple sous l'angle de la concurrence avec Swisscom. Il est vrai qu'il n'est pas toujours facile pour les six représentants de la Ville de s'imposer face aux cinq représentants de Cablecom, et que des ambivalences existent. Il rappelle néanmoins que l'accord Ville de Genève/Cablecom a été explicitement transmis au Conseil municipal et que cette participation majoritaire a également été souhaitée par le Conseil municipal. Evidemment, tout peut être rediscuté à l'avenir, y compris la question d'une éventuelle vente de la participation de la Ville. Mais il affirme que la véritable question politique est plus large: les collectivités publiques doivent-elles rester un acteur dans ce type d'entreprises au niveau des infrastructures (télé-réseau, eaux, autoroutes, etc.)? La réponse du Conseil administratif, en ce qui concerne 022 Télégenève, est clairement oui. L'appréciation de l'exécutif est que la participation publique permet d'assurer une diffusion et une maîtrise des réseaux répondant aux intérêts de la population dans son ensemble.

Suite de la séance du 21 avril et séance du 16 juin 2008

Audition de MM. Michel Mattacchini, président du conseil d'administration de 022 Télégenève, Antoni Mayer, directeur général de Naxoo, et de plusieurs représentant-e-s de la Ville de Genève au sein du conseil d'administration de 022 Télégenève (séance du 21 avril 2008) et audition de MM. Michel Mattacchini, Antoni Mayer, Benjamin Weill, directeur du marketing, Phong Pham, directeur technique, et Georges Desay, directeur du réseau (séance du 16 juin, à l'occasion d'une visite des locaux de l'entreprise)

M. Michel Mattacchini présente tout d'abord quelques éléments de contexte. Pendant dix ans, 022 Télégenève a résisté aux sirènes de M6 pour la signature d'un contrat publicitaire, car la TSR demandait de retarder l'événement pour des raisons de dommages collatéraux au niveau financier. Finalement, M. Gilles Marchand a autorisé la société à contracter avec le groupe M6 à partir du 31 décembre 2006. Il précise que Télégenève n'a pas qu'un seul contrat de prestations avec M6, mais plusieurs. Il ajoute qu'il répond volontiers aux questions de la commission, mais confirme qu'il est ainsi inimaginable de mettre à disposition des contrats, sous peine de violer le droit des affaires.

A la question d'un commissaire qui lui demande s'il est issu de Télégenève ou de Cablecom, M. Michel Mattacchini répond qu'il vient de Télégenève. Il était auparavant directeur de la SBS, actionnaire de la société, et c'est à ce titre qu'il a suivi la vie de l'entreprise pendant de nombreuses années.

Un commissaire demande comment a été prise la décision de signer ce contrat avec M6. Y a-t-il eu des comparaisons avec d'autres offres? M. Michel

Mattacchini indique que c'est M6 qui est venu frapper à la porte pour pouvoir passer le signal. Il ne s'agit pas d'une logique d'appel d'offres, puisque Télégenève peut traiter avec chacune des chaînes du bouquet. Le contrat a été évalué sur la base d'une bonne connaissance de la structure des coûts dans ce domaine. Il rappelle que la configuration est très compétitive. En Suisse, mis à part Genève, tout le monde laisse passer des fenêtres pour diverses chaînes. Le motif principal de résistance de M. Gilles Marchand était que d'autres chaînes allaient suivre l'exemple de M6 après la signature d'un tel contrat. M. Antoni Mayer mentionne que TF1 n'est pas intéressée pour l'instant, mais qu'il y a déjà d'autres demandes pour des fenêtres publicitaires, comme Cartoon Network (déjà contracté depuis juin 2007) ou MTV.

Un commissaire demande quelle est la nature des dommages collatéraux pour la TSR. M. Michel Mattacchini déclare que la TSR dit qu'elle risque de perdre des parts de marché. M. Antoni Mayer relève qu'il règne une certaine confusion par rapport à ce marché. Des études très sérieuses montrent que l'ouverture des fenêtres en Suisse alémanique a fait augmenter les recettes publicitaires de la télévision suisse alémanique. De même, Fribourg et Neuchâtel encaissent depuis longtemps ce type de recettes. La TSR ne peut pas prétendre être lésée par cette décision, puisqu'elle a augmenté ses revenus publicitaires. Ouvrir ces fenêtres permet de faire prendre de l'ampleur à ce marché et augmente le paysage publicitaire pour tous. Par ailleurs, IPM encourage même la production locale en travaillant avec des producteurs suisses pour réaliser les spots publicitaires. Un membre du conseil d'administration remarque que, il y a quelques années encore, ce marché était quasiment monopolistique et qu'il est aujourd'hui très compétitif, avec l'arrivée de la TNT notamment. Il affirme que c'est un accord gagnant-gagnant et que la TSR n'est pas perdante, ses tarifs publicitaires n'ayant d'ailleurs pas baissé. Il souligne que Naxoo a beaucoup grandi et fournit des emplois à Genève. Il garantit enfin à la commission que les intérêts publics sont bien défendus et préservés au sein du conseil d'administration, jusqu'à l'incompréhension, parfois, des partenaires de Cablecom.

A la question d'un commissaire qui demande ce que représente le marché de la publicité en suisse romande, M. Antoni Mayer répond qu'il est évalué à 80 millions de francs.

Un commissaire souhaite savoir en quoi l'actionnariat de la Ville de Genève est utile à l'entreprise, en particulier dans le contexte concurrentiel actuel. M. Michel Mattacchini relève que cet actionnariat a d'abord permis à l'entreprise d'exister. Il souligne que l'idée du réseau fibre optique est née de M. Guy-Olivier Segond et que les actionnaires ont été des pionniers dans ce domaine. Un membre du conseil d'administration ajoute qu'il y a clairement un avantage à pouvoir compter sur la Ville de Genève; en effet, Cablecom a pour unique objectif d'engendrer du profit à court terme et de faire du global. La présence de la

Ville permet de contrôler le produit offert à Genève, en fonction de ses besoins locaux et de sa diversité spécifique. Le bouquet genevois offre ainsi des chaînes brésiliennes ou sri-lankaises, par exemple. Sans ce contrôle, le bouquet Zurich serait simplement transféré à Genève, car les particularités locales augmentent les coûts sans pour autant augmenter les recettes. M. Antoni Mayer confirme que, si la Ville se départit de son actionnariat, elle n'aura plus jamais d'influence ni sur les contenus ni sur le maintien des emplois dans la région. L'exemple français de la délocalisation de *call centers* au Maroc est parlant à cet égard. A Genève, le *call center* de l'entreprise répond aux exigences de la convention collective en matière de conditions de travail et de salaires. Il insiste sur le fait que Naxoo peut se targuer d'un excellent bilan social. La société a créé 70 places de travail en cinq ans. Mais tout cela nécessite des sources de revenus, et la publicité en fait partie. M. Michel Mattacchini ajoute que, à l'avenir, il y aura très certainement un moment où il sera nécessaire de réinvestir pour rester compétitif. Il est possible que les limites de la Ville se révèlent à ce moment-là et qu'il faudra alors se poser la question de savoir s'il faut investir ou vendre.

A la question d'un commissaire cherchant à savoir si la fenêtre publicitaire est contingentée à un certain nombre de minutes par jour, MM. Antoni Mayer et Michel Mattacchini répondent par l'affirmative. L'OFCOM régit cette question au niveau fédéral et le temps maximal est de 12 minutes par heure.

Un commissaire indique qu'il est préoccupé par la question de la diversité de l'offre culturelle et demande quelles doivent être les conditions pour cadrer cette libre concurrence afin de tenir compte des paramètres culturels. M. Antoni Mayer constate que la TSR redistribue effectivement une part de ses bénéfices aux acteurs culturels. Il remarque que, en l'occurrence, Télégenève ne gêne pas les bénéfices de la TSR et qu'il n'y a donc pas de problème. Précisément en raison du contingentement publicitaire imposé par l'OFCOM, l'accord Naxoo/M6 ne fait que récupérer le surplus publicitaire inutilisable pour la TSR. Il ajoute que la société dispose également d'un budget pour sponsoriser une série d'activités culturelles et sociales à Genève. Par ailleurs, M. Michel Mattacchini demande ce qu'on entend par culture. Télégenève est le réseau distribuant le plus de chaînes en Suisse, avec une diversité exceptionnelle en termes d'origines. Sur ce plan, l'entreprise contribue également à la diversité culturelle et au caractère cosmopolite de Genève.

Une commissaire signale que, selon les chiffres qui lui ont été communiqués, la TSR a perdu des parts de marché. Elle demande, en outre, s'il est possible d'énoncer les critères qui ont été retenus pour la signature du contrat. M. Antoni Mayer répond que les critères retenus sont le marché suisse et la comparaison avec d'autres contrats. Il conteste que les parts de marché de la TSR aient diminué. La plage horaire du *prime time* sur la TSR est pleine pendant encore de nombreux mois.

Un commissaire revient sur le chiffre d'un million de francs par année. Il demande comment va évoluer le contrat en fonction de la croissance du marché. M. Michel Mattacchini rappelle que l'ordre de grandeur d'un million ne concerne pas uniquement les fenêtres publicitaires, mais l'ensemble des contrats de prestations avec M6. Il précise qu'il s'agit de contrats annuels qui s'adaptent dans le temps après renégociation.

A la question d'un commissaire cherchant à savoir quelles sont les prestations offertes à M6, M. Antoni Mayer répond qu'il s'agit du passage sur le réseau, de la fourniture de conseils, des ingénieurs et du travail de postproduction. Le commissaire demande si l'accord Naxoo/M6 a permis de baisser le prix de l'abonnement de base. M. Antoni Mayer répond que le prix du raccordement a augmenté de 2 francs pour la première fois récemment, mais que le prix du numérique a baissé, notamment grâce à cet accord.

Un commissaire évoque la situation de Citycable, à Lausanne. M. Michel Mattacchini déclare que Genève et Lausanne ont été les derniers bastions à résister, alors que toute la Suisse captait déjà le signal M6-Suisse. M. Gilles Marchand a lui-même bien compris la situation. Pour le reste, la justice doit suivre son cours. Il indique que Télégenève a un contrat de sortie: si la TSR gagne son procès, la société a le droit de casser le contrat.

Séance du 9 juin 2008

Audition de M. Gilles Marchand, directeur de la TSR

M. Gilles Marchand commence par rappeler que le territoire national suisse, très exigu, est intégralement couvert par les signaux des télévisions françaises, allemandes et italiennes. Une autre spécificité suisse tient au fait que la télévision publique doit fournir des prestations audiovisuelles de même qualité partout, quelle que soit la densité de population et la richesse de la région. La Suisse est un pays très fortement câblé, puisque 80% de la télévision est distribué par câble. En moyenne, chaque foyer reçoit 86 chaînes en Suisse romande, ce qui fait que cette région est l'une des plus compétitives d'Europe. La SSR représente au mieux 35% des parts de marché, le reste étant partagé entre les chaînes d'Europe et du reste du monde. Cette richesse culturelle gagne à être conservée.

Une convention internationale permet aux chaînes européennes de faire déborder leur signal sur la Suisse, pour autant qu'il s'agisse de programmes diffusés intégralement et simultanément. La SSR ne s'oppose aucunement à cette politique.

Avec l'accord passé entre Naxoo et M6, le problème est qu'il s'agit d'un signal spécifique de M6 pour la Suisse pour récolter des fenêtres publicitaires, et

non du signal d'origine. Or M6 ne s'acquitte pas des droits de diffusion des programmes diffusés en Suisse. La chaîne commercialise ainsi des programmes pour lesquels elle n'a acquis aucun droit. La TSR a ouvert une procédure contre M6, pour concurrence déloyale et violation des droits d'auteur. L'affaire est traitée par le Tribunal de Fribourg, où se trouve le siège de Cablecom. La TSR n'a pas obtenu les mesures provisionnelles qu'elle a demandées en début de procédure et n'a donc pas pu stopper, même provisoirement, M6. Néanmoins, elle a passé un accord avec TF1, pour que cette chaîne n'entre pas à son tour sur le marché suisse avant l'issue du procès en cours.

Naxoo a d'abord patienté pendant une année puis, avec la lenteur de la procédure en cours, la société a fini par rouvrir les négociations avec M6. L'accord Naxoo/M6 a permis à M6 de passer de 11,6 millions à 35 millions de bénéfice, sur un marché publicitaire de 100 millions par année. La question qui se pose aujourd'hui est celle de savoir si cela valait vraiment la peine, pour Naxoo, de faire une transaction menaçant aussi gravement l'intérêt public. Cela a-t-il au moins permis de sortir la chaîne d'une situation désespérée? A Lausanne, Urbanet a admis avoir signé un contrat similaire pour 40 000 francs, soit une somme absolument dérisoire. A Genève, on a articulé le chiffre de 1 million. Il serait essentiel de savoir au nom de quoi on a ravagé le marché romand. M. Marchand rappelle que M6 engrange d'énormes bénéfices publicitaires, sans reverser un seul centime en Suisse. Il répète qu'il y a là une vraie question d'intérêt public.

M. Gilles Marchand admet que, pour l'instant, la TSR n'a diminué ses recettes publicitaires que de 2% mais que, pendant ce temps, M6 a augmenté son bénéfice de 160%. Si la TSR gagne à Fribourg, M6 devra s'acquitter des droits d'auteur et il est possible qu'elle renonce à sa stratégie publicitaire dans ces conditions. Une prochaine échéance a lieu le 20 juin 2008, date de la prochaine audience au Tribunal de Fribourg.

Une commissaire demande s'il serait possible d'envisager que la TSR reçoive une contrepartie financière. M. Gilles Marchand répond qu'il faudrait en tout cas que M6 paie les droits de diffusion de ses programmes lorsque la chaîne diffuse de la publicité. C'est le combat juridique que la TSR mène depuis six ans. Il n'est pas sûr qu'il soit toujours intéressant pour M6 de garder la même stratégie de diffusion publicitaire si elle doit s'acquitter de ces droits. Dans tous les cas, cette obligation aurait pour effet de freiner TF1.

Une commissaire demande si la convention transfrontalière dont il a été fait mention n'a pas de portée juridique. M. Gilles Marchand répond que cet accord donne le droit aux chaînes frontalières de faire déborder leur signal, dans la mesure où les programmes sont diffusés intégralement et simultanément. C'est forte de cette convention que la TSR a porté plainte auprès du Tribunal de Fribourg. En effet, la TSR a pu prouver que M6 ne déborde pas simplement avec son

premier signal, mais utilise un deuxième signal spécialement pour la Suisse. M6 prétend que les publicités ne font pas partie du programme et qu'il n'y a donc pas violation de l'accord. Il répète que les juges de Fribourg ne se sont pas encore prononcés sur le fond, puisqu'ils ont affirmé, dans un premier temps, que la TSR n'avait pas la compétence pour agir. Le Tribunal fédéral ayant réaffirmé la compétence de la TSR, le Tribunal de Fribourg va devoir enfin trancher sur le fond. Il ajoute que Swisscom, à travers son réseau, a décidé de ne diffuser que le signal de M6 France et d'exclure celui de M6 Suisse. Ce n'est pas pour rien. Il ne comprend pas la stratégie de Naxoo, dans la mesure où la chaîne TV Léman bleu va se trouver irrémédiablement affaiblie, elle aussi, par la concurrence publicitaire de M6 dans le marché suisse.

Un commissaire demande quelle est la situation en Belgique. M. Gilles Marchand répond que le pays est exposé au même problème. Les lois belges étant très restrictives en matière de publicité, le groupe RTL s'est placé au Luxembourg. La Belgique a décidé d'opter pour une taxation du profit publicitaire. En Suisse, M6 doit passer par une régie publicitaire qui est installée à Zurich.

Un commissaire demande comment se mesure le volume publicitaire et s'il est possible d'évoquer le montant des droits de diffusion auquel la SSR doit consentir. M. Gilles Marchand explique que le volume publicitaire se mesure en franc brut, selon le tarif publicitaire; pour la SSR, le montant des droits de diffusion est de l'ordre de 30 millions.

Un commissaire revient sur le volet culturel et la mission de service public de la SSR. Il demande comment fonctionnent les mécanismes de redistribution au niveau de la production cinématographique, via notamment le pacte de l'audiovisuel. M. Gilles Marchand déclare que le pacte de l'audiovisuel lie la SSR et le cinéma, y compris la production documentaire. La SSR est le principal pourvoyeur de fonds pour la production cinéma et documentaire en Suisse, avec un soutien de 25 millions de francs par année environ. Si la SSR se voit affaiblie, notamment en Suisse alémanique, des risques substantiels menacent cette production culturelle. Il ajoute qu'un autre type de risque existe: celui de voir disparaître le rôle de coproducteur minoritaire de la TSR pour la réalisation de fictions. La TSR ne peut pas se permettre de produire seule et s'allie donc, en général, à d'autres chaînes comme France 2. Une coproduction n'a de sens que si l'on peut garantir les droits de diffusion sur le territoire suisse. Il rappelle que la Suisse romande a été pendant très longtemps à la pointe de la production cinématographique, mais que cette production est en perte de vitesse depuis quelques années et que cette situation risque bien de s'aggraver.

Un commissaire demande s'il serait envisageable, si M6 devait sortir gagnante de ce litige, de faire verser à la chaîne un pour-cent culturel. M. Gilles Marchand se dit assez dubitatif sur cette option. Le parlement suisse ne semble pas disposé à

des changements législatifs dans cette voie. Le commissaire relève que le Conseil municipal pourrait avoir son mot à dire dans la mesure où la Ville est actionnaire majoritaire de Télégenève. Ne pourrait-on pas agir à ce niveau? M. Gilles Marchand répond que cela serait possible, pour autant que ce qui est décidé au niveau genevois soit opérant au-delà. En effet, le même opérateur, Cablecom, déploie ses activités dans plusieurs cantons. Il rappelle encore les deux enjeux essentiels dans ce dossier. Premièrement, souligner les enjeux de service public; deuxièmement, déterminer s’il valait vraiment la peine, par exemple pour sauver Naxoo de la faillite, de signer un accord aussi lourd de conséquences.

Une commissaire demande comment les auteurs de production réagissent à cette situation. M. Gilles Marchand affirme que toutes les organisations professionnelles, ainsi que l’OFCOM, soutiennent la position de la SSR. Les autorités suisses, par la voix de M. Couchepin et de M^{me} Calmy-Rey, ont agi jusqu’au niveau présidentiel français. Rien n’a pu être obtenu jusqu’à présent. Il s’agit d’un problème très complexe de droit international. Il souligne encore que tous les grands ténors de la diffusion audiovisuelle en Europe suivent cette affaire, car cela va constituer un précédent. Le Tribunal de Fribourg se retrouve avec une énorme responsabilité sur les épaules.

Un commissaire demande de quelle manière réagit l’OFCOM. Il voudrait également savoir quelles sont les chances de la SSR devant le Tribunal de Fribourg et quels sont les différents scénarios possibles suite à cette décision. M. Gilles Marchand rappelle que l’affaire remonte à 2001. Le Tribunal de Fribourg a été saisi une première fois, l’affaire est allée devant le Tribunal fédéral, puis a été renvoyée au Tribunal de Fribourg. Dans ces conditions, TF1 s’est engagée à ne pas entrer sur le marché publicitaire suisse avant l’issue du procès. La TSR essaie de gagner du temps. Une nouvelle audience a été fixée au 20 juin pour entendre les parties. Les juges vont ensuite statuer et l’on peut raisonnablement attendre la décision pour le début de l’automne. Si la TSR obtient gain de cause, M6 devra s’acquitter des droits de diffusion et il est envisageable que, dans ces conditions, elle renonce à la diffusion publicitaire sur le territoire suisse. Il est néanmoins probable que M6 fasse recours au Tribunal fédéral. Si la TSR perd, elle ira sans doute au Tribunal fédéral ou à Strasbourg, qui sont les dernières instances de recours. Entre-temps, avec la nouvelle équipe dirigeante de TF1, il n’est pas exclu que la chaîne mette fin au gentleman’s agreement qui a prévalu jusqu’à présent. Quant à l’OFCOM, elle a écrit aux opérateurs et au Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA), mais n’a pas pu se faire entendre. Il ajoute qu’une procédure auprès du Conseil d’Etat – équivalent, en France, du Tribunal fédéral – a été ouverte. Dans ce genre de cas, l’affaire est instruite par un commissaire de la République, dont l’avis est presque systématiquement repris par le Conseil d’Etat. Or, cas réellement exceptionnel, l’avis favorable à la TSR du commissaire de la République n’a pas été suivi par le Conseil d’Etat dans cette affaire. Il précise que les enjeux sont énormes et tout le business de la télévision européenne

est mobilisé pour faire jouer son influence. Il se demande si l'ampleur de ces enjeux a vraiment été saisie par Naxoo.

Un commissaire demande quelles seraient les conséquences si Naxoo décidait de casser ce contrat. M. Gilles Marchand l'ignore, car il ne connaît pas la teneur de l'accord. Il a lui-même démissionné du conseil d'administration de Naxoo, suite à cette affaire. Il précise toutefois que la procédure était correcte et que les délais ont été respectés, mais qu'il ne pouvait plus siéger en raison du conflit d'intérêt existant. Il ajoute que Naxoo s'abrite aussi derrière le secret des affaires pour ne pas donner ces renseignements.

Un commissaire remarque que la situation est potentiellement dommageable au milieu du cinéma. Il demande s'il est possible de chiffrer cette perte. M. Gilles Marchand répond que cela est très difficile à évaluer. Il évoque le chiffre de cinq millions, mais précise qu'il ne peut pas s'engager sur ce montant. Il répète qu'il ne s'agit pas seulement de perte d'argent, mais aussi de menace sur la continuation des coproductions minoritaires de la TSR, qui risquent de passer à la trappe.

Une commissaire demande si le fait que la Suisse n'appartienne pas à l'Europe constitue un inconvénient. M. Gilles Marchand répond par l'affirmative. La TSR est moins entendue, il a pu le constater lui-même. Il déclare que les Français ont un comportement assez arrogant depuis quelque temps et ont une tendance à ne pas écouter ceux qui les entourent. Le moins que l'on puisse dire est que la TSR, qui ne pèse pas lourd, n'a pas été entendue avec beaucoup de sympathie.

Séance du 16 février 2009

Audition de M^e Manuel Bianchi Della Porta

M^e Bianchi Della Porta se présente: il est avocat, docteur de l'Université de Lausanne et enseigne le droit des médias à l'Université de Genève. Il constate que cette motion fait référence au conflit qui oppose en ce moment la TSR et M6 et il ajoute qu'il peut en parler librement puisqu'il n'est pas impliqué en tant qu'avocat-conseil dans ce litige. Il n'y a, à l'heure où il parle à la commission, aucune solution juridique qui a pu encore être trouvée. Parlant de litige, la TSR estime qu'au travers de M6 on lui fait une concurrence déloyale pour la raison que M6 diffuse un programme avec des fenêtres de publicité qui sont destinées au public suisse. Cette situation crée un manque à gagner qui est fortement préjudiciable à la TSR. La TSR juge qu'il s'agit là d'une concurrence déloyale, car M6 a conclu avec les distributeurs d'émissions ou de séries des contrats portant sur une distribution sur le territoire français et qu'elle n'a pas payé ces droits en Suisse alors que la TSR, elle, l'a fait.

La TSR est donc allée au Tribunal de Fribourg, qui lui a répondu qu'elle n'avait pas pour agir de légitimation active, c'est-à-dire qu'elle n'avait, en substance, pas le droit de demander au Tribunal de trancher de cette question pour la raison qu'elle n'était pas titulaire des droits d'auteur des émissions ou des films diffusés. C'est le distributeur ou le donneur de licences qui les possède et non la TSR. La TSR a donc déposé un recours auprès du Tribunal fédéral afin de savoir si elle avait qualité pour agir. Le Tribunal fédéral qui a statué l'a reconnu explicitement et a renvoyé le problème à l'instance cantonale qui va maintenant juger du fond de la question.

La question posée est la suivante: M6 a-t-elle le droit, en présentant un programme français entrecoupé de fenêtres publicitaires suisses, de le diffuser en toute légalité dans notre pays ou agit-elle de manière illicite? M^e Bianchi Della Porta se garde bien d'établir un pronostic, mais il estime que la TSR, qui a franchi le premier obstacle, est en bonne posture de devoir l'emporter, puisque le Tribunal fédéral lui a reconnu cette qualité pour agir. Il ajoute à cet égard que la TSR ne s'est pas contentée d'introduire une procédure en Suisse, mais qu'elle l'a également fait en France. Il existe, d'autre part, une convention transfrontière qui a été signée par tous les pays membres du Conseil de l'Europe, y compris par la Suisse. Ces pays se sont accordés sur une convention qui stipule que: moyennant qu'un certain nombre d'exigences fondamentales soient respectées par les diffuseurs nationaux, on peut diffuser des émissions à l'étranger, c'est-à-dire dans les pays membres signataires de la Convention, et que donc les autres pays doivent admettre qu'un programme fait par exemple en France puisse être regardé en Suisse, tout cela en relation avec le droit des médias qui a été consacré par la Convention européenne des droits de l'homme. Le litige entre M6 et la TSR porte donc exclusivement sur les recettes publicitaires. Il ajoute que, bien que cette convention soit en vigueur, il n'y a pas d'autorité supérieure qui oblige les diffuseurs à s'y plier. Ce sont donc les autorités respectives des différents pays qui se chargent de la faire respecter. Par conséquent, en Suisse, les choses sont régies par la loi fédérale sur la radio et la télévision, c'est-à-dire, concrètement, par l'OFCOM qui supervise l'application dans notre pays de ladite loi.

Un commissaire pose la question suivante: en cas de décision défavorable à la TSR, l'impact de la perte des recettes publicitaires pour la culture en Suisse pourrait-il être compensé par un pour-cent culturel (ou un «overhead») imposé aux acteurs étrangers, de sorte que les règles du jeu soient les mêmes pour tous? M^e Bianchi Della Porta précise que la possibilité d'imposer des règles contraignantes aux diffuseurs pour respecter ou promouvoir la culture et le divertissement est du seul ressort de la Confédération. C'est la raison pour laquelle, il existe une loi sur la radio et la télévision couplée d'une ordonnance qui pose toute une série de contraintes aux diffuseurs en matière de radio et de télévision. Il va de soi que, dans le cadre de Naxoo, la Ville peut utiliser son pouvoir d'actionnaire et agir en tant que tel sur les programmes. Du point de vue des objectifs qui figurent

dans la Constitution, on peut certes regretter que la TSR s'appuie sur la diffusion de programmes qui contiennent un certain nombre de séries américaines dont on peut douter qu'elles rentrent dans le cadre de la formation et du développement culturels. La TSR peut arguer que ces programmes, ainsi que les recettes publicitaires inhérentes, lui permettent de soutenir des émissions culturelles, mais il en va tout autant de M6 qui cible un public jeune avec les mêmes motivations. La TSR estime, quant à elle, que l'achat de séries américaines ou d'émissions doit lui permettre de récolter le fruit des recettes publicitaires qui y sont associées.

Un commissaire demande quelle est la thèse défendue par M6. M^e Bianchi Della Porta explique que l'argument de M6 porte sur le fait qu'elle énonce qu'elle n'a pas de programmes suisses et que personne ne peut lui interdire de diffuser de la publicité en liaison avec les produits que l'on diffuse légalement en Suisse. M6 estime donc que ce n'est pas à la TSR de se plaindre si nécessaire, mais à ceux qui sont titulaires de ces droits d'auteur. Il y a toutefois eu un changement en ce qui concerne les droits d'auteur dans la loi qui disait, auparavant, qu'il fallait que l'on soit expressément autorisé par le donneur de licence pour agir en justice, alors que, aujourd'hui, on peut agir pour son compte.

Un commissaire demande si le climat qui prévaut dans les discussions relatives à l'accord média (Bilatérales II) a un lien avec le litige TSR/M6. M^e Bianchi Della Porta répond qu'il n'a pas l'impression que cela ait une influence quelconque sur le litige qui a lieu en ce moment entre les deux chaînes. Ce qui ressort de cette disposition dans les accords bilatéraux, c'est le principe du «cassis de Dijon», c'est-à-dire la possibilité pour n'importe qui dans toute la zone couverte par ces accords de vendre ses produits et de faire de la publicité si toutefois on a reçu les autorisations délivrées dans le pays concerné. Il s'agit donc pour l'essentiel d'une convention permettant de diffuser dans les pays de la Communauté européenne.

Une commissaire rappelle que ce qui intéresse la Ville de Genève, c'est que Naxoo n'ait pas bradé un service public et pour qu'en plus les artistes ne soient pas privés d'une manne financière qui devrait leur être destinée. Elle demande donc quelles sont les conséquences des deux décisions possibles du Tribunal de Fribourg.

M^e Bianchi Della Porta estime qu'il est difficile de préjuger de l'arrêt du tribunal, partant du principe que les deux positions sont défendables. Il faut donc composer avec une incertitude juridique qui va être tranchée sous peu. Il peut toutefois affirmer qu'il y a, d'ores et déjà, de nombreux diffuseurs étrangers qui présentent des fenêtres publicitaires destinées à la Suisse et que, jusqu'à présent, il n'y a pas eu de problèmes. La société de régie publicitaire qui a été mandatée par M6 fait le même travail dans d'autres pays et en Allemagne en particulier. Cette situation existe donc de fait et ne se limite pas à la seule M6. Si le tribunal

reconnaissait explicitement qu’il s’agissait de concurrence déloyale, M6 devrait donc obtempérer et ne plus, dans ses programmes français, associer des fenêtres publicitaires à destination de la Suisse. M6, afin de pouvoir continuer à les diffuser, serait tenue de reconsidérer complètement la grille de ses programmes et de ne conserver que des produits sur lesquels la TSR n’aurait pas d’exclusivité pour pouvoir y associer des fenêtres publicitaires à destination de notre pays. Si M6 persistait, cette chaîne s’exposerait alors au paiement d’importants dommages et intérêts à la TSR pour le manque à gagner encouru.

Un commissaire se pose la question de savoir si un jugement défavorable du tribunal pourrait signifier le glas, à terme, de la TSR. M^e Bianchi Della Porta estime, effectivement, qu’il y a une part de risques réelle, mais que la TSR, qui a de bons programmes et un excellent taux d’audience dans notre pays, devrait tout de même s’en sortir. Il conviendra, en revanche, de réfléchir sur les sources de revenus qui permettraient à la TSR de diffuser ses programmes.

Un commissaire demande si la TSR, en cas de jugement défavorable, ne pourrait pas rendre la monnaie de sa pièce à M6 en utilisant également des fenêtres publicitaires à l’intention de la France dans le rayon d’émission qui est le sien. M^e Bianchi Della Porta relève que, effectivement, l’accord va dans les deux sens, puisque des produits de la TSR sont achetés par les chaînes françaises. Cette mesure de représailles est donc, en principe, tout à fait réalisable.

Un commissaire se demande si les législations européennes sont comparables à la nôtre. M^e Bianchi Della Porta répond affirmativement à cette question. Les chaînes des différents pays ne peuvent diffuser à l’extérieur que si un certain nombre de règles est respecté dans, notamment, la protection des mineurs en ce qui concerne la violence et les addictions.

Séance du 2 mars 2009

Discussion finale et vote

Le président indique que, dans l’intervalle, le Tribunal de Fribourg avait donné raison à la TSR, mais que M6 allait probablement déposer un recours.

Le groupe socialiste propose à la commission de soutenir cette motion en conservant la première invite. En ce qui concerne la seconde, il propose l’amendement suivant: «le Conseil municipal demande au Conseil administratif de présenter et défendre au conseil d’administration de Télégenève (Naxoo) la mise en place d’un *overhead* culturel en vue de compenser le manque à gagner qu’occasionnent les fenêtres publicitaires de M6 pour la TSR et, par voie de conséquence, pour la culture romande en visant ainsi à alimenter le pacte audiovisuel». Ainsi, dans ses prochains contrats de ce type, Naxoo exigera un montant supplémentaire

aux chaînes étrangères. La TSR finançant la culture romande, il est inacceptable qu'on la prive de recettes sans exiger que ses nouveaux concurrents paient indirectement aussi pour la culture. Les règles seront de la sorte un peu plus identiques pour tous les acteurs, et cela bénéficiera à la culture en général et au cinéma en particulier; l'entreprise publique Naxoo a d'ailleurs bien insisté sur son sens de la responsabilité sociale.

Le groupe A gauche toute! votera cet amendement, car il estime juste que, sous une forme ou sous une autre, toutes les recettes publicitaires paient pour la culture romande.

Le groupe des Verts considère également qu'il s'agit d'un amendement pertinent et entend le soutenir.

Le groupe démocrate-chrétien hésite, car cet amendement entend imposer à une société l'emploi de ses revenus, et il ne comprend pas pourquoi il s'agit là d'un manque à gagner pour la TSR. Il ne peut consentir à compenser une perte relative dans un monde concurrentiel par une contribution qui s'apparente à une taxe.

Le groupe radical partage l'idée de ne pas s'immiscer dans une société anonyme et s'opposera à cet amendement.

Mis aux voix, l'amendement socialiste est accepté par 9 oui (3 Ve, 3 S, 2 AGT, 1 L) contre 1 non (R) et 4 abstentions (2 UDC, 2 DC).

Mise aux voix, la motion M-698 ainsi amendée est acceptée par 9 oui (1 DC, 2 AGT, 3 Ve, 3 S) contre 1 non (R) et 4 abstentions (2 UDC, 1 DC, 1 L).

PROJET DE MOTION AMENDÉE

Le Conseil municipal demande au Conseil administratif:

- de fournir la preuve que M6 a bien versé à Naxoo la somme de 1 million de francs (et non pas quelques dizaines de milliers de francs) pour pouvoir diffuser ses fenêtres publicitaires destinées à la Suisse romande;
- de présenter et défendre au conseil d'administration de Télégenève (Naxoo) la mise en place d'un *overhead* culturel en vue de compenser le manque à gagner qu'occasionnent les fenêtres publicitaires de M6 pour la TSR et, par voie de conséquence, pour la culture romande en visant ainsi à alimenter le pacte audiovisuel.