

## Cinq propositions pour réformer la SSR

La démocratie est inséparable du journalisme. Comme une anamorphose, on peut renverser la proposition. Ce ne sont pas des vains mots. Sans pouvoir la garantir, la libre pratique de l'un assure la vitalité et la robustesse de l'autre. Aujourd'hui, les deux sont victimes d'agressions répétées. Ce n'est pas un hasard : quand l'homme fort arrive, à Washington, à Ankara, Budapest, Moscou où Varsovie, le journalisme est souvent le premier à saigner du nez. Dans beaucoup de cas, après le poing sur la figure, premier signe donné à la meute dont on a, au préalable, libéré la parole haineuse afin qu'elle se déchaîne, on tente ensuite l'étranglement complet. Au mieux on crie au « fake news » quand ça déplaît et menace, au pire, comme en Turquie on emprisonne les cartes de presse à tour de bras, ou comme à Malte, on assassine. « Democracy Dies In Darkness » dit le slogan du Washington Post depuis l'élection de Donald Trump, la démocratie meurt dans l'obscurité.

« Rien de ça chez nous » direz-vous ! Vraiment ? Car si la démocratie meurt dans l'obscurité, elle s'étiole et dépérit aussi sans une représentation vigoureuse, quotidienne dans la presse et les médias. Mais voilà justement la SSR assiégée. Et les éditeurs qui désertent le journalisme. Or, la démocratie ne va pas de soi, elle a besoin d'être défendue, nourrie. Il n'y a pas mille manières de le dire : supprimez la SSR et la démocratie suisse sera profondément affaiblie. Et rien d'équivalent ne repoussera sur le champ de ruine. Privées, par ricochet, de la part de la redevance qu'elles reçoivent aujourd'hui, les télévisions et radios régionales et locales ne deviendront pas nationales, les rédactions de la presse écrite, en Suisse romande ou ailleurs, ne seront pas regarnies. Les citoyens et citoyennes suisses, les Romands les premiers, seront par conséquent irrémédiablement et durablement privés d'une ressource inestimable qui leur permet aujourd'hui de se former une opinion critique et de participer activement à la vie citoyenne de notre pays. La SSR est à leur service. Prétendre le contraire est une dangereuse illusion, l'expression d'une myopie opportuniste. Il est d'ailleurs pour le moins ironique que l'assaut soit mené par certains élus dont la carrière nationale doit beaucoup à la SSR sans laquelle leur audience serait restée confinée aux auditoriums cantonaux. C'est bien qu'il y a un autre dessein derrière ce texte, l'affaiblissement de nos institutions. Autrement dit une raison politique qui n'a rien à voir

avec la SSR. Elle est assurément imparfaite. Un aggiornamento radical est de mise. Mais tuer le malade en prétendant qu'il ressuscitera plus fort n'est pas une solution.

« No Billag » se trompe à la fois de méthode et de cible. Elle ne conduira pas à une réforme de la SSR puisqu'elle l'aura tuée. Elle attaque la redevance alors qu'il faut absolument la protéger afin de garantir l'indépendance du service public, contrairement à la publicité qui, elle, l'affaiblit. C'est injustifiable et irresponsable, surtout dans un pays où le financement des partis politiques reste pour l'essentiel parfaitement opaque. La redevance reste en effet le seul moyen de protéger l'information des puissances de l'argent. Télé-Blocher ne nourrit pas la discussion politique, elle la sape. Tuer la SSR nous condamnera à vivre en Suisse, et particulièrement en Suisse romande et italienne sous un régime d'occupation informationnelle étrangère.

Est-ce cela que nous souhaitons ? A y réfléchir, la redevance qui est effectivement devenue un impôt pourrait malgré tout bien représenter la forme la plus moderne de financement d'un média. Dans un pays fondé sur les principes de solidarité et d'équilibre, elle continue de porter en elle une promesse forte qui reconnaît le caractère essentiel d'un bien commun qui dépasse des intérêts strictement personnels et dans ce cas, partisans.

Si j'ai choisi, en salve d'ouverture, de faire un détour par l'étranger, c'est pour décrire l'atmosphère orageuse du moment d'une part, mais aussi pour insister sur un point à mes yeux indispensable à la compréhension des enjeux et sur le véritable propos de ces lignes : contribuer à la réflexion qui nourrisse l'idée d'un service public suisse, autrement dit en Suisse, pour les Suisses. Par les Suisses. Pas de nationalisme étroit affirmé ici. Mais le besoin d'insister sur une évidence : l'information, ou le journalisme, ces deux mots étant dans ce contexte synonymes, ne sont jamais des produits hors-sol. Ils poussent dans des terroirs définis, marqués par des particularismes durables. Les démocraties française, allemande ou britannique ont à la fois tout et rien en commun. La BBC ne sera jamais française et France Télévisions jamais l'ARD. La presse et les médias représentent bel et bien dans ce sens une émanation des conditions culturelles, économiques et sociales à l'intérieur desquelles ils opèrent, enchâssées ensuite dans un cadre légal et réglementaire.

Si la mise en transparence et en lumière du fonctionnement des institutions et des sociétés au bénéfice de l'intérêt général, si l'éthos journalistique sont assurément communs à l'ensemble de la profession dans nos régimes démocratiques, ce sont malgré tout en définitive des conditions nationales, donc un génie du lieu, qui forment les conditions-cadres dans lequel l'information opère. Peut-être devrais — je simplement dire la « réalité suisse », telle qu'elle s'impose à nous aujourd'hui, essentiellement définie, dans le contexte qui nous occupe, par sa démocratie directe, sa diversité linguistique et son architecture délicate et complexe entre majorité et minorités.

Or, la conversation sur les conséquences de ces particularismes sur la définition d'une offre journalistique indigène a, depuis quelques années, largement été occultée par une discussion plus vaste sur la disruption qui met aujourd'hui à mal la presse et les médias un peu partout dans le monde, laquelle est évidemment due à la révolution technologique globale. Ce n'est pas non plus l'effet du hasard : le débat de fond sur ce que devrait être un service public suisse, ou le journalisme en Suisse, a délibérément été évité par les deux acteurs du paysage médiatique de notre pays, la SSR et les éditeurs. Invoquant, ad nauseam, la menace posée à ses revenus publicitaires par la disruption technologique, la régie publique s'est elle-même enfermée dans un discours irrémédiablement contre-productif. En effet, alors qu'autour d'elle la Suisse dans son ensemble se réinventait, parfois sous la contrainte, mais le plus souvent spontanément par une extraordinaire capacité à la transformation, la SSR, elle, est restée arc-boutée sur la défense de sa rente de situation. Viscéralement rétive à la critique, pratiquant jusqu'à il y a encore quelques mois au plus haut échelon une forme d'autisme arrogant, la SSR a mobilisé toutes ses forces et ses énergies pour comprendre l'impact du nouvel environnement économique issu de la numérisation, toute obsédée par l'idée d'une diminution de ses revenus. Techniquement, la SSR, RTS en tête, a brillamment réussi sa numérisation. Mais elle a oublié tout le reste, à commencer par le plus important, c'est-à-dire la redéfinition de ses programmes, l'analyse de leur adéquation ou pas avec le monde nouveau, leur utilité parfois dans un régime d'offres pléthoriques. Pas plus qu'en termes de fonctionnement interne, elle n'a modifié son modus operandi, ou engagé une réforme de fonds de ses structures. Cette obsession du chiffre, de la métrique, du marché et des parts, alors qu'à l'interne et à l'extérieur les demandes d'une autre réflexion se faisaient de plus en plus pressantes l'a affaiblie.

Au final, elle a ainsi radicalisé l'ensemble de ses détracteurs, parvenant même à fédérer des oppositions qui, a priori, ne partageaient aucun intérêt commun. La démagogie, le populisme, le discrédit des institutions ont fait le reste.

Que, sous couvert de modernité générationnelle, des jeunes élus bourgeois centristes en viennent aujourd'hui à s'aligner sur « No Billag » au motif que la technologie, encore elle, permet de payer son contenu à l'utilisation, en dit long sur l'échec communicationnel de la SSR et permet aussi d'être inquiet sur l'avenir du débat démocratique suisse : c'est un ressentiment aveugle qui perce dans le ton de certains partisans de l'initiative, une forme aujourd'hui trop commune de nihilisme jusqu'au-boutiste dont on a déjà vu ailleurs les effets désastreux,

Du côté des éditeurs, le tsunami numérique aussi a été instrumentalisé pour justifier le déplacement des affaires hors de l'activité de cœur au profit de produits digitaux ancillaires aux marges juteuses. L'assaut des éditeurs contre la SSR, mené avec une toxicité qui confine pour certains à une pathologie fantasmatique a un temps pu donner le change et sembler nécessaire à ce que la SSR tende vraiment l'oreille. Mais aujourd'hui le doute n'est plus permis : l'évident systématique des rédactions indique bien que les éditeurs ont abandonné le terrain du journalisme ambitieux.

Le propos de ces quelques lignes écrites à chaud est par conséquent de remettre ce débat de fond au cœur de la discussion. De contribuer à assurer que quoi qu'il arrive devant le peuple et les cantons en mars, lorsqu'il faudra recommencer à zéro ou poursuivre après avoir senti le vent du boulet, la SSR accepte finalement de discuter de son identité et de sa vocation avant la défense de son status-quo. Une victoire en mars ne devrait en aucun cas être perçue par la SSR comme une validation de son action. Elle doit désormais contribuer à accepter ouvertement que la définition du service public n'appartient pas qu'à elle, qu'elle doit impérativement s'ouvrir et engager un nouveau dialogue avec la société civile. Elle doit aussi redoubler d'efforts dans la poursuite de sa transformation pour ce mettre à niveau avec ce que nous sommes en droit d'atteindre d'une entreprise publique moderne à l'ère numérique.

En échange, ses détracteurs dans le secteur de la presse et des médias, de facto une constellation d'intérêts particuliers discordants fédérés par l'espoir que la chute de la maison SSR profite à leurs intérêts économiques, devront être contraints à jouer cartes sur table

sur la manière dont ils envisagent de contribuer au renforcement plutôt qu'à l'affaiblissement du service public en Suisse. Il convient naturellement de garder à l'esprit que cette discussion doit naturellement être menée en pleine reconnaissance des transformations extraordinairement profondes et irrémédiables engendrées par le numérique. Privé ou public, grand ou petit, Suisse ou étranger, la disruption n'est pas sélective. Elle frappe de manière parfaitement indiscriminée.

C'est donc à dessein que je me concentrerai ici sur la SSR, ou plus étroitement sur la RTS en proposant des réformes qui peuvent être imaginées et spontanément mises en application indépendamment du contexte plus large de la transformation des médias. Mais clairement, elles posent aussi les bases d'une nouvelle approche de la SSR à mes yeux plus en adéquation avec les exigences d'un service public redéfini pour l'ère numérique.

Les réformes esquissées dans ces lignes ont aussi pour objet d'encourager la SSR à accélérer sa mise en adéquation avec des enjeux importants notamment sur le plan de son mode de fonctionnement et de la représentativité au sein de ses organes dirigeants. Enfin, ces pistes de réflexion ont pour objet de contribuer à la discussion sur la manière dont la régie publique pourrait, en adoptant les nouveaux paradigmes engendrés par le numérique, amorcer sa mue afin de modifier sa relation avec ses actionnaires. Trop longtemps en effet, retirée dans ses hautes tours qu'elle affectionne si particulièrement, elle n'a pas voulu voir qu'elle donnait l'image d'une forteresse inexpugnable. Paradoxalement, plus elle a fait le saut dans l'interactivité, plus en réalité, elle s'est déconnectée.

## *Réforme I*

*Modifier le financement : abandonner la publicité, protéger la redevance, développer le sponsoring.*

La publicité dans les médias électroniques a toujours été une nuisance. Dans le monde analogique, la tumeur était relativement bénigne. Dans l'environnement numérique, elle a muté dans une forme hautement toxique : la publicité à l'ancienne tentait de nous influencer. Celle d'aujourd'hui est devenue un objet de contrôle, de surveillance et de manipulation. La création via l'algorithme de profils personnalisés qui contiennent les données personnelles des utilisateurs et leurs préférences de consommation est à la fois une

véritable abomination et un danger réel pour la diversité des contenus, informatifs, mais aussi de divertissement. La technologie permet aujourd'hui déjà de cibler les téléspectateurs et de leur diffuser des écrans publicitaires basés sur leurs données personnelles, âge, genre, éléments sociodémographiques. A terme, ces mêmes données détermineront quelles émissions sur quels thèmes, de quelle durée, seront produites. Il y n'y a, dans un tel scénario, rien qui soit compatible avec la notion même de service public. Tout ce qui encourage la fragmentation plutôt que le rassemblement, tout ce qui personnalise et partant contribue à une définition de l'individu réduite à l'expression de ses seuls désirs réels ou suscités, me doit être déclaré comme contraire à l'esprit même du service public dont la vocation est la représentation et recherche des dispositifs qui nourrissent le vivre – ensemble.

Dans ce contexte, la création de la société Admeira, une suprarégie publicitaire formée de Swisscom, de la SSR et du groupe Ringier Axel Springer, dont le but avoué était d'optimiser l'acquisition publicitaire en Suisse pour contrer Google et les réseaux sociaux, pose ainsi énormément de questions. On peut d'ailleurs aisément faire le pari que cette surveillance des téléspectateurs de la SSR par algorithme interposé ne se fera d'ailleurs au final pas au bénéfice de la SSR elle-même, mais de Swisscom, son partenaire technologique, dont la vocation de service public est, elle, inexistante. Désormais sommées à comparaître par le Congrès américain, mises à l'amende par l'UE, les GAFAs sont soumises à une pression inédite, notamment afin de développer une transparence juridique, économique, et sociétale en adéquation avec leur puissance. Autant convient-il de célébrer l'innovation et les contributions extraordinaires de la technologie au développement de nos sociétés évoluées, autant il apparaît que le public réclame avec une urgence tangible la définition d'un cadre éthique à ces avancées. On peut dès lors douter, qu'une fois pleinement informé, le public dans sa majorité soit longtemps disposé à financer la collecte des données personnelles par la régie publique pour que celles-ci soient ensuite utilisées à des fins strictement publicitaires et commerciales. La volonté hégémonique respective de la SSR et de Swisscom dans la création d'Admeira, aujourd'hui alliés objectifs, mais en réalité « frenemies » (friends & enemies selon l'expression anglaise) a en plus eu pour effet d'exacerber encore davantage la tension entre la SSR et les éditeurs pour qui la redevance est une forme de concurrence déloyale puisqu'elle lui permet d'être active en ligne, un terrain qu'ils estiment indispensable à leur survie. Dans tous les cas, leur front, jusque-là relativement uni, a volé en éclat quand Ringier Axel Springer a décidé de rejoindre la régie intégrée dans l'espoir d'augmenter ses revenus publicitaires.

Les résultats se font toujours attendre et, conséquence, l'éditeur ne cesse de restructurer. Ayant perdu ses alliés objectifs dans le secteur, à commencer par Tamedia, l'autre grand groupe suisse, Ringier Axel Springer est désormais plus vulnérable que jamais dans ses activités en Suisse, à commencer par la Suisse romande qui importe peu au siège allemand du groupe.

Le paysage médiatique suisse est bouleversé et surtout, l'équilibre si précieux et si nécessaire entre le public et le privé semble avoir été irrémédiablement détruit.

Le financement de la SSR est assuré pour l'essentiel par trois sources : la redevance (75 %), la publicité (14 %) et le sponsoring (3 %). En 2016, selon son rapport de gestion, les recettes totales de la SSR se sont montées à 1640,7 millions de francs, contre 1607,3 en 2015.

J'ai déjà dit la raison de défendre la redevance. Le sponsoring pourrait, lui, être développé et renforcé. Il a mauvaise réputation, perçu comme de la publicité déguisée. Précédés par un générique distinct, interdits durant les émissions d'information ou les films, les écrans publicitaires sont clairement identifiés, séparés pour ainsi dire du reste des programmes. La formule classique du sponsoring, « tel ou tel programme vous est offert par » peut a priori paraître plus insidieuse. Pourtant, réglementé par des règles strictes, dont en premier lieu la garantie absolue de l'indépendance éditoriale de la SSR, le sponsoring pourrait permettre à l'économie privée de choisir de soutenir le service public par une posture civique plutôt qu'uniquement commerciale et mercantile.

## *Réforme 2*

Revenir à et concrétiser « l'idée suisse »

Il y a quelques années, sur tous les bâtiments et dans toute la signalétique de la SSR, « idée suisse » s'ajoutait aux sigles régionaux. « idée suisse », en minuscule et en français, comme « service public » qui n'a pas d'équivalent en allemand. L'« idée suisse » était née dans la tête de l'ancien directeur de la SSR, Armin Walpen. Elle avait fait sourire. Elle était visionnaire.

S'il y a une autre critique majeure à adresser au service public suisse, c'est d'avoir abandonné toute ambition de représenter le pays dans son ensemble dans ses programmes d'information. L'idée du « renforcement de la concorde nationale » était naguère inscrite dans la concession. « idée suisse » déjà ! Cela faisait télévision d'état. L'abandon de la formule s'est imposé, mais la vocation, l'esprit, me semble devoir subsister. Moins dans le sens d'une concorde, mais, pour la RTS en tout cas, chaîne d'une région minoritaire, afin de ne pas perdre légitimité et crédibilité. La sous-représentation de la Suisse alémanique dans les programmes d'information de la RTS est problématique à plusieurs points de vue. Elle prive les Romands, et les Romands d'abord, davantage que les Suisses italiens plus familiers avec la langue alémanique, des clés de compréhension des forces qui animent notre pays. Elle les prive d'une information d'un immense intérêt tant la Suisse alémanique est riche et diversifiée. Elle nous condamne à accepter avec résignation les clichés du « rösti graben ». N'en déplaise à certains, mais la péjoration de la relation et de la compréhension entre la minorité romande et la majorité alémanique est aussi due à la méconnaissance de la Suisse alémanique par les Romands.

Mais le plus grand danger aujourd'hui est celui d'une déconnexion croissante entre la RTS et la Suisse profonde qui biaise son regard et son analyse par son incapacité à saisir les dynamiques politiques et sociétales profondes à l'œuvre dans le pays. On pourrait dire la même chose de SF, mais avec des conséquences moindres au final au vu des rapports de force entre minorité et majorité. On l'a vu aux Etats-Unis, en Angleterre mais aussi en France malgré la victoire de Macron, la déconnexion et la mécompréhension des tendances profondes de nos sociétés par les médias conduisent à des catastrophes.

Produire des émissions de divertissement, bilingues, co-présentées, est une absurdité. Evidemment qu'elles ne peuvent que faire sourire, et qu'elles ne seront pas regardées. Diffuser, comme c'est le cas, des revues de presse alémanique à la RTS est louable, mais, in fine, inutile. Ce dont nous avons besoin, c'est d'un regard romand, d'un regard de minoritaire, sur le fonctionnement de la majorité. A l'inverse, la majorité découvrirait, au-delà des mêmes clichés inversés sur « les Welsches », l'extraordinaire vitalité dans l'innovation de notre région, et sans doute avec surprise que la Genève Internationale contribue autant à l'influence de la Suisse dans le monde que Paradeplatz.



Les raisons de l'étiollement progressif de la vocation de ce qu'était « idée suisse » sont doubles. La première est l'absence de curiosité et la méconnaissance de la Suisse alémanique au sein de la RTS. Et vice-versa. Elle n'est jamais vraiment avouée. La seconde, qui emporte tout, est la concurrence féroce que livre la RTS contre les chaînes étrangères pour maintenir son audience. Les régions travaillent effectivement dans des « marchés » différents, et des émissions nationales alibi telles qu'elles sont parfois produites sont effectivement vouées à l'échec. Mais l'information n'obéit évidemment pas à la même logique que le divertissement, la fiction et le sport. La RTS consacre une partie extraordinairement importante de ses émissions d'information à la couverture de l'international, parfois sur des sujets qui n'ont au final par vraiment d'importance sur le vivre ici. Comment justifier que le même travail de déchiffrement et d'analyse ne soit pas fait quotidiennement en Suisse ?

Ce changement de paradigme ne se fera pas spontanément pour toutes les raisons évoquées plus haut.

Quelques propositions, néanmoins, pour revenir et concrétiser « l'idée suisse » :

- Exiger le bilinguisme allemand français et la maîtrise de l'anglais pour tous les postes de cadres à la SSR.
- Exiger lors des procédures de nomination des producteurs d'émission d'information (l'équivalent des rédacteurs en chef) une familiarité avec la Suisse alémanique et les problèmes nationaux. Envisager un passage obligatoire au Parlement.
- Instaurer des quotas de couverture de la Suisse alémanique dans les émissions d'information et dans les programmes de la RTS, à l'instar des quotas sur la musique suisse dans les chaînes musicales.
- Ouvrir en Suisse allemande, si possible au cœur de Zurich, un « newsroom romand »

## Réforme 3

### *Réinventer le journalisme de service public*

Le service public, par définition, se doit d'être le reflet de la société dans laquelle il opère. Mais, parce qu'il est financé et donc libre de pression commerciale, il doit aussi se faire la voix d'un projet de société, être à l'affût et en veille constante des flux, des courants, des transformations du monde. Il y a une exigence constante de prospective. Les efforts faits pour aller investir ces nouveaux champs journalistiques sont louables, et couronnés de succès. Nouvo en est le parfait exemple. Mais c'est emblématique : elle reste une émission de niche, alors qu'elle traite d'enjeux essentiels au futur.

Il faut réintroduire le risque dans la pratique du métier, allez activement explorer des territoires journalistiques nouveaux et des pratiques journalistiques inédites. Avons-nous par exemple davantage besoin d'un correspondant à Paris plutôt que sur le front du changement climatique ? Ou de la transformation du travail ? Ou du populisme ?

L'innovation journalistique, pas seulement technique, doit être au cœur d'un service public fort. Une culture du risque et de l'innovation doit être créée et développée en interne.

Quelques propositions pour réinventer le journalisme public :

- Garantir une parité des genres et une diversité des opinions, des sensibilités et des générations large dans tous les organes de direction et les postes à responsabilité d'ici cinq ans.
- Limiter à cinq ans les mandats des membres des Conseils de direction régionaux, des postes d'encadrement supérieur à l'information et aux programmes. A trois ans pour les producteurs des émissions. « Héliétiser » les équipes d'encadrement. On peut parfaitement imaginer qu'un Suisse alémanique soit le patron de l'étrangère à la RTS et un Romand à l'éco à Zurich.
- Favoriser l'intégration rapide des natifs du monde numérique dans les postes à responsabilité éditoriale

- Créer autour des émissions (information, actualités, magazines) des conseils consultatifs formés de représentants de la société civile et mélangeant les âges, les genres, les identités et les conditions socio-économiques

#### *Réforme 4*

*Encourager la création également dans le domaine des émissions d'information.*

La contribution de la SSR à la culture, et notamment au cinéma suisse est exceptionnelle. Elle permet l'éclosion de talents extraordinaires, la production d'œuvre de qualité.

Je propose que selon des modalités qui restent à étudier, le même principe soit appliqué aux émissions d'information et aux programmes. Aucune émission ne devrait être créée sans au préalable une soumission publique qualifiée qui permettrait à la classe créative en Suisse romande de participer à la création de programmes et d'émission.

#### *Réforme 5*

*Augmenter le ratio programmes/administration au profit des programmes*

Il appartient à la SSR de déterminer sa stratégie de développement. Il est néanmoins essentiel que la diminution des recettes commerciales qui découlerait de la mise en pratique des réformes proposées n'affecte pas de manière trop importante la création des programmes. Cette réflexion devrait aussi être guidée par la volonté d'éliminer les redondances entre les tâches menées par la DG et les régions. Au total, la SSR emploie 744 personnes, l'équivalent de 617 postes à plein temps dans ce qu'elle nomme ses « Unités d'organisation nationales et autres sociétés filiales ». Si la croissance de la DG et des « Unités nationales » a pu, un temps se justifier, notamment lors de l'introduction à la SSR de la gestion informatique, on peut logiquement penser qu'aujourd'hui, un organe national singulièrement resserré serait suffisant pour assurer la gestion du groupe SSR

## Conclusion

Ces propositions peuvent apparaître pour certaines soit trop drastiques soit, pour d'autres, trop anecdotiques. Elles sont assurément inégales dans leur portée, leurs conséquences et leur faisabilité. Elles partagent en revanche un même but : faire que la légitimité du service public se justifie à tout point de vue par une exigence et une ambition nouvelles qui passe par sa volonté d'aller au dialogue avec ses propriétaires, nous, et ses critiques. On aurait pu préférer qu'une telle discussion se déroule par temps calme. La voilà malheureusement précipitée par une initiative populiste aux relents idéologiques forts. Les mêmes forces sont à l'œuvre qui l'étaient déjà dans d'autres initiatives profondément en contradiction avec les valeurs suisses. On pense aux minarets, ou à la limitation du nombre des étrangers. « No Billag » est de la même veine et joue exactement sur les mêmes ressorts. Le feu court. Le populisme par définition mobilise et instrumentalise le mécontentement et le ressentiment. Ce qui devait être une discussion sur la régie publique est devenu, en Suisse allemande, un débat sur l'identité nationale et une réflexion sur la solidarité confédérale.

Nous vivons à un moment très particulier de l'histoire. Les choses vont vite. Le délitement de nos démocraties par le populisme est réel. La raison est singulièrement mise à mal. Il est ainsi des situations où ne pas prendre la mesure de la menace est coupable, surtout quand les conséquences d'un geste de défiance sont aussi claires.

Dans « A propos de la tyrannie », un petit fascicule dense qu'il a écrit en réponse à l'élection de Donald Trump, l'intellectuel américain Timothy Snyder, professeur d'histoire à Yale et spécialiste de la montée du fascisme et du nazisme nous offre vingt préceptes tirés des leçons du 20e siècle. « Défendez les institutions » dit le second. Le cinquième exhorte à nous appuyer sur notre « éthique professionnelle ». Le dernier dit : « Soyez aussi courageux que vous le pouvez. » J'ai sauté le onzième : « Enquêtez », dit Snyder. « Prenez le temps de vous faire votre propre opinion ». Enquêtez en effet. Et demandez-vous que recherchent vraiment les initiants qui ont imaginé « No Billag » ?

Philippe Mottaz. Décembre 2017