

Résolution de Matteo Gianini et Alessio Moretti, délégués du PS Tessin

SWISSCOM ET FASTWEB : RISQUES ET OPPORTUNITÉS

Il y a peu, Swisscom a lancé une OPA¹ sur la société italienne Fastweb. Certes, le management d'une entreprise doit jouir d'un certain degré d'autonomie, même quand la majorité des actions appartiennent à l'État, mais on ne peut pas passer sous silence un certain nombre d'éléments. Après plusieurs années où le secteur dominant des télécoms a été la téléphonie mobile, les experts s'accordent aujourd'hui à dire que la prochaine décennie sera marquée par la croissance de la téléphonie fixe, en raison de l'avènement de la télévision par Internet et de nouveaux services ad hoc. La téléphonie fixe est précisément le secteur dans lequel l'entreprise Fastweb est la plus forte.

Aujourd'hui, après la vague de libéralisation et de privatisation des années 90, les anciens monopoles d'État (dont Swisscom) doivent évoluer dans un contexte bien différent. Ceux-ci doivent étendre et mettre en œuvre leurs services en visant si possible une expansion en dehors des frontières qui les ont vu naître et croître. C'est la seule manière pour eux de survivre, de fournir des bénéfices à la Confédération et de garantir un service de qualité et des conditions de travail correctes.

Il saute aux yeux que les tentatives d'expansion à l'étranger de Swisscom ces dix dernières années ont été assez discutables, pour ne pas dire plus. À ceci s'ajoute le fait que Swisscom mobile a fait un mauvais choix en acceptant une participation à son capital de l'entreprise britannique Vodafone (un des opérateurs téléphoniques les plus importants au monde) ; en effet, la stratégie de Vodafone a toujours été de « manger » l'opérateur local dans les pays où il a pu s'implanter, de manière à l'absorber complètement dans sa holding. Le vrai danger était que la moitié des téléphones portables suisses soient gérés par un opérateur britannique, qui n'aurait à la longue laissé en Suisse qu'une poignée de « call centers ».

Swisscom semble donc aujourd'hui avoir enfin changé de stratégie. Il est clair qu'il subsiste de nombreuses inconnues s'agissant de Fastweb, qui est une société très endettée, relativement récente et pas encore consolidée, mais elle est aussi une société de téléphonie très innovatrice qui a mis en place dès le début son propre « *core business* » par fibre optique et partant la transmission à haut débit. Fastweb est la deuxième entreprise de télécoms italienne par câble à haut débit (derrière Telecom Italia) ; elle s'est développée dans les secteurs de la télévision et des offres commerciales sur demande.

Il va de soi que des scénarios très intéressants pourraient s'ouvrir à Swisscom si l'opération Fastweb est bien gérée et aboutit à une réussite. Que pourrait amener l'entrée de Swisscom dans les ménages italiens avec la télévision de Fastweb ? Quels seraient les scénarios envisageables ?

¹ Offre publique d'achat

Un accord entre Swisscom et le Festival du film de Locarno, par exemple, permettrait une couverture médiatique de l'événement auprès des ménages italiens, augmentant son rayonnement international et son prestige. Et pourquoi ne pas permettre aussi de visionner les films en concours par le biais de la télévision à la demande, ce qui ouvrirait de nouvelles perspectives commerciales à des œuvres qui, sans cela, ont peu de chance d'accéder au réseau commercial habituel ?

Et pourquoi ne pas offrir aussi aux ménages italiens la possibilité de suivre l'Estival Jazz, le Festival de jazz de Montreux ou le Paléo de Nyon, ou encore le Piazza Blues de Bellinzone ? En plus d'être une importante ouverture vers de nouveaux marchés pour ces manifestations, ce pourrait être aussi un vecteur de promotion touristique.

Pourquoi ne pas retransmettre via Fastweb les cours Internet des principales universités et EPF suisses ?

Il est important de voir que si Swisscom peut effectivement acquérir Fastweb, des scénarios de développement et des synergies très intéressantes se profileraient. Mais c'est précisément pour ces raisons-là que le rôle de la politique est ici déterminant. Parallèlement à la gestion financière et industrielle de Swisscom, il faut penser une stratégie de développement qui soit un vecteur de croissance pour certains secteurs de la culture et de l'économie de la Suisse.

C'est pourquoi nous demandons que le PS suisse s'engage pour :

- soutenir politiquement la stratégie d'expansion à l'étranger de Swisscom dans la téléphonie fixe de haut niveau technologique et d'innovation ;
- exiger que, dans les nouvelles technologies de la communication, le Conseil fédéral développe une stratégie globale instaurant un véritable instrument de développement d'une politique culturelle et innovatrice, en impliquant dans ce processus des institutions telles que Pro Helvetia, Suisse Tourisme et l'Office fédéral de la culture, les organisateurs des plus importantes manifestations culturelles, les centres de production cinématographique ou télévisuelle, de manière à créer un vrai réflexe permettant de transformer une banale opération commerciale en une occasion de croissance de tout le système de la communication et de la culture.

Prise de position du Comité directeur: Rejeter en faveur de la contre-proposition suivante :

- Le PS soutient les investissements de Swisscom à l'étranger qui ont pour but de renforcer la qualité du service public en Suisse, par exemple par le biais d'un transfert de technologie. Le PS a en revanche toujours rejeté les investissements à caractère purement financier.
- L'achat prévu de Fastweb, qui est conforme aux objectifs stratégiques fixés par le Conseil fédéral, prouve que Swisscom peut poursuivre une croissance stratégique tout en restant aux mains de la Confédération – ou même parce qu'elle reste contrôlée par les pouvoirs publics. Cela balaie définitivement l'argument principal des partisans d'une privatisation.

- Si elles entraînent une plus-value en Suisse aussi, les acquisitions à l'étranger ont des effets positifs sur la place économique suisse.
- Avec la reprise de Fastweb, Swisscom s'assure un know-how technologique dans le secteur digital du haut débit et des services audio et TV.
- Ce faisant, Swisscom conforte sa position sur le marché indigène. Elle accède grâce à Fastweb à un know-how qui lui permet de prendre trois à cinq ans d'avance sur ses concurrents.
- Le PS continue cependant d'exiger une stratégie de propriétaire active de la part de la Confédération pour le marché suisse. Il faut que l'entreprise procède aux investissements et aux innovations nécessaires en Suisse aussi.

Décision de l'Assemblée des délégué-e-s: la contre-proposition du comité directeur est acceptée à une large majorité.