



Avril 2018

Procédure de consultation concernant la modification de l'ordonnance sur la radio et la télévision

Résumé des résultats

Table des matières

| | | |
|-------|--|---|
| 1 | Introduction | 1 |
| 2 | Les différentes dispositions..... | 2 |
| 2.1 | Publicité destinée à des groupes cibles spécifiques | 2 |
| 2.1.1 | Généralités | 2 |
| 2.1.2 | Obligation d'annoncer: art. 2, al. 1, let. a ^{bis} | 4 |
| 2.1.3 | Restrictions dans les émissions destinées aux mineurs: art. 18, al. 3 ^{bis} et al. 7, ORTV..... | 4 |
| 2.1.4 | Restrictions en matière de publicité pour la SSR: art. 22, al. 1 ^{er} et al. 2, let. b et c, ORTV | 4 |
| 2.1.5 | Exigences concernant le rapport annuel: art. 27, al. 2, let. f ^{bis} , ORTV..... | 6 |
| 2.1.6 | Publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans les programmes des diffuseurs concessionnaires: art. 35a ORTV | 6 |
| 2.1.7 | Pas d'obligation de diffusion pour la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques: art. 51a, ORTV | 6 |
| 2.2 | Autres points | 6 |
| 2.2.1 | Améliorations pour les personnes atteintes de déficiences sensorielles: art. 7, al. 1, 3 et 4 ORTV | 6 |
| 2.2.2 | Soldes des quotes-parts de la redevance: art. 40, al. 1 et 3, ORTV | 8 |
| 2.2.3 | Soutien à l'Agence télégraphique suisse: art. 44a, ORTV | 8 |

1 Introduction

En application de l'art. 3, al. 2, de la loi sur la consultation (RS 172.061), le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC) a invité les milieux concernés à se prononcer sur le projet de modification de l'ordonnance sur la radio et la télévision du 9 mars 2007 (RS 784.401). La procédure de consultation a débuté le 30 octobre 2017 et s'est terminée le 16 février 2018.

L'OFOM a reçu 73 avis (voir annexe). Il les a publiés dans leur version originale sur son site internet (www.bakom.admin.ch > L'OFCOM > Organisation > Bases légales > Consultations).

Le projet mis en consultation prévoit la création de bases légales, permettant à la SSR ainsi qu'aux diffuseurs locaux et régionaux titulaires d'une concession de diffuser de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans leurs programmes au bénéfice d'une concession. En outre, une base est constituée pour le soutien futur de l'Agence télégraphique suisse (ats).

L'introduction prévue de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques a suscité de nombreuses réactions, critiques pour la plupart. La majorité des cantons se sont dits en principe favorables à cette nouveauté, mais ont demandé l'instauration de conditions générales efficaces. Il était principalement question de savoir si les restrictions prévues pour la SSR en matière de publicité pouvaient s'appliquer à d'autres entreprises de médias.

Le soutien qu'il est envisagé d'apporter à l'Agence télégraphique suisse (ats) a également suscité de nombreuses réactions. Bien que généralement approuvée, cette mesure a été vue d'un œil critique compte tenu des évolutions actuelles, en particulier des suppressions d'emplois prévues et de la fusion avec Keystone.

Les améliorations des prestations destinées aux personnes atteintes de déficiences sensorielles ont été largement approuvées.

Trois thèmes non traités dans le projet ont également été abordés. Premièrement, IGEM et Goldbach exigent la protection de l'intégralité du programme. Les diffuseurs souhaitent que l'utilisation linéaire et l'utilisation différée des programmes en Suisse ne puissent pas être proposées sans le consentement des diffuseurs concernés. L'actuelle réglementation suisse, unique en son genre, met en péril les modèles économiques des diffuseurs et, partant, la diversité des médias. Deuxièmement, les diffuseurs souhaitent un encaissement plus favorable aux consommateurs: la facture trimestrielle devrait devenir la norme et aucun frais de facturation ne devrait être perçu, ni pour les factures annuelles ni pour les factures trimestrielles (cantons AR et BL; Union syndicale, SSM, Fédération Suisse des Sourds, Konsumentenschutz). Troisièmement, le syndicat des médias SSM souhaite inclure un article supplémentaire sur le financement du Conseil suisse de la presse.

Le canton AI est d'accord avec le projet. L'Union patronale suisse a expressément renoncé à donner son avis car, selon la répartition du travail avec economiesuisse, cette question relève de la compétence de la Fédération des entreprises suisses. L'Association des communes suisses a également renoncé à donner son avis.

2 Les différentes dispositions

2.1 Publicité destinée à des groupes cibles spécifiques

2.1.1 Généralités

La publicité destinée à des groupes cibles spécifiques a été rejetée par une majorité et a même été critiquée par ceux qui en avaient approuvé le principe

De nombreuses critiques ont été émises sur le calendrier de la révision et de la consultation. Tout d'abord, il convenait d'attendre la votation sur l'initiative pour la suppression des redevances radio/TV (Aktion Medienfreiheit, AZ Medien, Parti vert libéral, canton SG) et de clarifier les questions juridiques et de politique de concurrence concernant Admeira (UDC, Aktion Medienfreiheit, VSM, cantons SZ et TG). D'autres sont d'avis qu'il aurait d'abord fallu discuter du mandat de prestations de la SSR ou du service public avant de créer un nouvel état de fait avec la révision de l'ORTV (Aktion Medienfreiheit, UDC, PRD, cantons OW et SZ), voire réglementer le tout dans une loi (PBD, PRD, Verts, cantons AG, AZ Medien, IGEM, Médias Suisses, VSM). La FRC demande d'abord la réalisation d'une étude sur les conséquences économiques. Impressum est d'avis qu'il faut commencer par clarifier de manière approfondie d'une part si la protection constitutionnelle des médias privés est suffisamment garantie (si

des restrictions spéciales ou étendues de protection de la publicité ou de nouvelles dispositions de protection sont nécessaires) et d'autre part comment éviter les influences sur la programmation.

Les cantons AI, BS, BE, GL, UR, VS et ZH, l'asw, Kommunikation Schweiz, Konsumentenschutz, l'asut, Swisscom, l'Association Suisse des paysans et l'Union des villes suisses ont approuvé la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, y compris les restrictions prévues (protection des mineurs, restrictions supplémentaires pour la SSR). Telebasel, l'ASA, Travail Suisse et les cantons AR, BL, FR, NE, SO, SG, TI, VD et ZG ne sont pas fondamentalement opposés à l'introduction d'une publicité de ce genre, mais certains d'entre eux expriment de fortes réserves et exigent que le projet soit amélioré.

De nombreuses critiques ont été émises sur le fait que la possibilité pour la SSR de diffuser de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques augmente la pression sur les médias régionaux (cantons GE, LU, NW, SH, SZ, PRD, Parti vert/libéral, AZ Medien, BNJ, FRC, Médias Suisses, RRR, VSM). Ce type de publicité n'apporte aucune valeur ajoutée pour les radiodiffuseurs privés titulaires d'une concession car dans les régions déjà très petites, une fragmentation supplémentaire du public n'est économiquement pas souhaitable (canton TG, Union suisse des arts et métiers, Parti vert/libéral, Telesuisse). Il s'agit plutôt d'une véritable Lex SSR, car seule cette dernière dispose de la taille critique pour utiliser cette forme de publicité de manière rentable (SuisseDigital, upc, SSM, VSM, VSM).

Telesuisse a également souligné que pour la mise en œuvre de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, les diffuseurs devaient collaborer avec les entreprises de diffusion, ce qui crée de nouvelles dépendances non souhaitées dans la chaîne de valeur. Le cadre réglementaire doit être conçu de telle sorte que tous les diffuseurs financés par la publicité sur le marché puissent utiliser cette nouvelle forme de publicité dans la pratique. Les diffuseurs doivent être tenus de transmettre les programmes de télévision dans leur intégralité et de permettre aux radiodiffuseurs un accès non discriminatoire aux données et aux interfaces nécessaires à la gestion de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques (IGEM, Goldbach, Parti vert/libéral, cantons BL et BS).

Divers participants à la consultation ont demandé que la SSR ne soit plus autorisée à se développer dans le secteur de la publicité (VSP, Union suisse des arts et métiers, UDC, Parti vert/libéral, Verts, Union syndicale, Centre Patronal, ARBUS, BNJ). Les Verts ont même exigé une réduction des possibilités de publicité et l'abandon du parrainage à la radio. Pour le SSM, il est concevable que la SSR soit financée exclusivement par la redevance.

En outre, des préoccupations ont été exprimées quant à la compatibilité de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques avec le principe du service public: l'avantage procuré par l'argent de la redevance ne doit pas être utilisé pour obtenir d'autres avantages sur le marché de la publicité par rapport aux concurrents purement privés (canton SH); en outre, l'autorisation de ce type de publicité favoriserait la commercialisation de services de médias financés par la redevance, ce qui est difficilement conciliable avec le mandat de service public (ARBUS, Verts). La personnalisation du contenu favorise les tendances à une fragmentation accrue du public et va à l'encontre du principe du service public (VSM). Le financement de la SSR doit inciter le moins possible à produire des programmes à vocation purement commerciale; un fournisseur de service public ne devrait pas non plus utiliser les données privées des habitants pour leur envoyer des messages commerciaux (COFEM).

De nombreux participants demandent des explications plus précises sur la protection des données (cantons NE, LU, ZG et ZH; Parti vert/libéral, Verts, ARBUS, Union syndicale). Il n'y a pas encore eu de débat public sur la question de savoir si et dans quelle mesure les données des citoyens collectées par la SSR et Swisscom pourraient être utilisées à des fins publicitaires. La Stiftung für Konsumentenschutz distingue trois aspects essentiels: les consommateurs doivent savoir lorsqu'il s'agit de publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, ce qui se passe avec leurs données (par qui et dans quel but les données sont utilisées, traitées et transmises) et ils doivent disposer d'une possibilité simple de retrait (opt-out). La FRC et syndicom exigent un consentement explicite (opt-in) et la possibilité simple d'un retrait à tout moment. VSM est lui aussi d'avis qu'il faut éviter que le téléspectateur moyen doive

se battre avec diverses applications sur le récepteur pour se débarrasser d'une persécution publicitaire.

Impressum est d'avis qu'avec l'introduction de quelques nouveaux alinéas dans les articles existants, l'importance de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques n'est pas suffisamment prise en compte. Cette forme particulière de publicité doit être réglementée dans un article indépendant, comme c'est déjà le cas pour d'autres formes spéciales de publicité (par exemple la publicité interactive ou virtuelle). VSM demande que l'ordonnance définisse au moins le concept de publicité destinée à des groupes cibles spécifiques et qu'elle établisse une délimitation claire d'avec la publicité en ligne.

2.1.2 Obligation d'annoncer: art. 2, al. 1, let. a^{bis}

En vertu de l'art. 2 ORTV, les diffuseurs de programmes soumis à l'obligation d'annoncer doivent fournir des indications sur le programme et le diffuseur. Le projet prévoit que la modification d'un programme contenant de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques (diffusion de publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, canaux de diffusion) doit également être annoncée, ce qui favorise la transparence et facilite l'activité de surveillance. L'obligation d'enregistrement et de conservation énoncée à l'art. 20 LRTV s'applique aussi aux programmes comprenant différents blocs publicitaires.

L'ASA, syndicom, l'Union syndicale, le PS et les Verts approuvent les obligations d'informer. La FER trouve le texte législatif peu adéquat.

Aktion Medienfreiheit rejette la modification.

2.1.3 Restrictions dans les émissions destinées aux mineurs: art. 18, al. 3^{bis} et al. 7, ORTV

Le projet mis en consultation prévoit une interdiction de la publicité ciblée avant ou après les émissions destinées aux mineurs (art. 18, al. 3^{bis}). Les blocs publicitaires originels peuvent s'adresser au groupe cible des mineurs, mais une plus grande fragmentation du jeune public n'est pas souhaitable. La protection des mineurs contre la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques doit être valable pour tous les diffuseurs (al. 7).

Les cantons AG, AI, GL, SG, TI et VD ainsi que les Verts, le PS, ARBUS, l'Union Suisse des Paysans, l'Union syndicale et syndicom sont d'accord avec la modification.

AZ Medien et VSM, en revanche, trouvent la réglementation incohérente: soit la publicité destinée aux mineurs est à tel point néfaste qu'il faut l'interdire totalement, soit elle est autorisée. L'ASA est favorable à la suppression du paragraphe 3^{bis}, qu'elle juge inutile: les annonceurs doivent décider eux-mêmes s'ils souhaitent payer un supplément dans cet environnement publicitaire déjà ciblé qu'est un programme pour les jeunes; en outre, la manière dont une nouvelle fragmentation pourrait se présenter n'est pas encore claire.

Le VSP est favorable à ce que l'al. 7 soit complété: «Les diffuseurs de programmes de télévision [...] qui ne peuvent pas être captés à l'étranger *par voie terrestre* ne sont soumis à aucune restriction...».

2.1.4 Restrictions en matière de publicité pour la SSR: art. 22, al. 1^{er} et al. 2, let. b et c, ORTV

L'art. 22 ORTV impose à la SSR des restrictions en matière de publicité servant à protéger les autres entreprises de médias. L'introduction de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques nécessite davantage de limitations.

Art. 22, al. 1^{er}: Le projet prévoit que, par égard pour les autres entreprises de médias, la SSR ne peut pas définir les groupes cibles pour la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques exclusivement selon des critères géographiques.

Le canton VS et upc considèrent que l'interdiction de groupes cibles régionaux est essentielle pour la protection des diffuseurs locaux et régionaux. L'Union Suisse des Paysans, Kommunikation Schweiz et les cantons AG et SG estiment également que les restrictions géographiques vont dans la bonne direction. Telesuisse, Telebasel, la COFEM, AZ Medien, ARBUS, le SSM, la FER, l'Union syndicale, le Centre Patronal, le PS et le CVP sont d'avis contraire: la restriction inscrite à l'al. 1 («pas être définis de manière exclusivement géographique») n'est pas appropriée et ne peut pas être contrôlée, mais le ciblage régional doit absolument être totalement empêché. Les cantons BL et BS demandent que la population de la zone de desserte d'un diffuseur concessionnaire ne puisse pas être définie comme groupe cible. Pour le VSP et le canton SH, la taille géographique minimale pour l'offre de la SSR est celle de la région linguistique.

Art. 22, al. 2, let. b et c: Le **projet** prévoit des **restrictions en matière de durée de la publicité**. Sur les 12 minutes de publicité par heure autorisées, la SSR peut en consacrer au maximum 4 à la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques. L'objectif est de donner à la SSR la possibilité d'utiliser cet instrument publicitaire orienté vers l'avenir, mais de manière modérée.

Une variante au projet prévoit qu'au lieu d'imposer une limitation de la durée, il serait envisageable d'introduire un **plafonnement des recettes publicitaires** de la SSR. En cas de dépassement du seuil fixé, la SSR pourrait être tenue d'en affecter une partie au soutien des médias électroniques. Il appartiendrait au DETEC de régler les détails. Pour des raisons de systématicité, une disposition correspondante serait ancrée dans la concession SSR.

Les cantons GL et SG sont d'accord avec une limite de 4 minutes. Pour le premier, d'autres restrictions, telles que l'interdiction d'interrompre les programmes par de la publicité, méritent également d'être examinées. Le canton TI et asw trouvent que la limitation de temps est préférable au plafonnement des recettes publicitaires.

Pour ARBUS, les 12 minutes de publicité par heure sont déjà excessives.

L'ASA rejette la limitation du temps de publicité: si on ignore comment la demande pour cette forme de publicité va se développer, de telles restrictions n'ont aucun sens. La publicité destinée à des groupes cibles spécifiques est plus pertinente pour les téléspectateurs et serait moins dérangement.

VSM et AZ Medien déplorent le manque de clarté de la notion de «publicité de plus longue durée».

La COFEM, VSP, l'ASA, Kommunikation Schweiz et le canton AG approuvent le plafonnement des recettes publicitaires. Selon VSP, les recettes générées par le parrainage doivent également être prises en compte. Toutefois, la COMCO, Médias Suisses, le Centre Patronal et les cantons SG et UR rejettent ce plafonnement.

L'association des villes estime qu'une limite financière supérieure est plus judicieuse que la limite de temps.

VSM et AZ Medien critiquent le fait que le terme «médias électroniques» ne soit absolument pas clair, tout comme il n'est pas clair si la SSR peut soutenir financièrement des projets à sa guise une fois la limite supérieure dépassée. La possibilité pour la SSR d'influencer la répartition des fonds créerait des dépendances indésirables. En outre, le plafond financier n'est pas viable sans limite de temps, car l'inventaire publicitaire de la SSR s'accroît ainsi de manière exponentielle.

Selon la COMCO, les restrictions devraient être supprimées de manière générale ou pour le moins être conçues comme une «disposition potestative».

Pour SuisseDigital et upc, les restrictions inscrites à l'art.22 ORTV ne sont pas suffisantes pour satisfaire aux exigences de l'art. 93 al. 4, Cst. Le canton NW est également d'avis que la SSR, financée aux trois quarts par la redevance, ne devrait pas bénéficier d'une position privilégiée dans le domaine

de la publicité, même si des restrictions sont prévues concernant les groupes cibles mineurs et régionaux, et concernant la durée totale de la publicité. Afin de protéger davantage les diffuseurs régionaux, le canton VD propose en outre d'interdire à la SSR de faire de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques pendant certaines périodes de l'année.

2.1.5 Exigences concernant le rapport annuel: art. 27, al. 2, let. f^{bis}, ORTV

Le projet prévoit que dans leur rapport annuel, les diffuseurs de programmes au bénéfice d'une concession soient tenus de donner également des indications sur la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques (nombre de groupes cibles, canaux de diffusion).

L'ASA, syndicom, l'Union syndicale, le PS et les Verts approuvent l'obligation d'informer. La FER trouve le texte législatif peu adéquat.

2.1.6 Publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans les programmes des diffuseurs concessionnaires: art. 35a ORTV

Le projet prévoit que les diffuseurs privés avec une concession puissent diffuser de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques. L'OFCOM doit être informé des modalités, ce qui favorise la transparence et facilite l'activité de surveillance. Les dispositions relatives aux programmes au bénéfice d'une concession s'appliquent ici aussi (notamment celles sur l'insertion et la durée de la publicité, art. 18 et 19 ORTV).

Telebasel salue ce changement, qui permettra aux programmes concessionnaires de vérifier l'utilité de l'instrument de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques, et de l'introduire le cas échéant. SWA et syndicom approuvent explicitement le changement. Le VSP souhaite que la deuxième phrase de l'al. 1 soit supprimée («pour autant que la concession ne l'exclue pas»).

2.1.7 Pas d'obligation de diffusion pour la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques: art. 51a, ORTV

Le projet prévoit que la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques ne soit soumise à aucune obligation en ce qui concerne la diffusion. Les diffuseurs doivent s'entendre par contrat avec les fournisseurs de services de télécommunication.

Telebasel, l'ASA, Swisscom et l'asut approuvent explicitement la modification, alors que le VSP souhaite une suppression.

SuisseDigital et upc sont d'accord avec le contenu, mais formulent une suggestion concernant le placement systématique: le contenu devrait être inséré à l'art. 45 ORTV en tant que nouvel al. 1^{bis}, ce qui supprimerait la retransmission inchangée du signal (régie à l'al. 1) pour la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques.

2.2 Autres points

2.2.1 Améliorations pour les personnes atteintes de déficiences sensorielles: art. 7, al. 1, 3 et 4 ORTV

Selon le projet mis en consultation, la proportion d'émissions sous-titrées dans les programmes TV linéaires et dans les contenus publiés exclusivement sur l'internet par la SSR doit être portée à 75% au moins ces prochaines années, tandis que la prescription légale pour les contenus en langage des signes demeure inchangée. En ce qui concerne les personnes malvoyantes, l'al. 3 exige l'adaptation des émissions sur les premiers programmes en soirée durant les heures de forte audience. L'offre pour les personnes atteintes de déficiences sensorielles, l'étendue des autres prestations ainsi que le calendrier d'application de ces mesures sont fixés dans un accord conclu entre la SSR et les associations de handicapés concernées. Le 4 septembre 2017, la SSR a conclu un tel accord avec les associations de handicapés. L'al. 4 régit le cas où cet accord devrait être résilié prématurément ou ne pas être renouvelé.

La modification est approuvée par la majorité des participants (cantons AG, GL, GR, NE, NW, OW, SZ, TG, TI, VD, VS et ZH ; ARBUS, Union Suisse des Paysans, Centre Patronal, Union suisse des arts et métiers, ASA, TravailSuisse, Union des villes suisses; partis PDC, PBD, Parti vert/libéral, PS et UDC). Les Verts, l'Union syndicale suisse, le SSM et syndicom sont également favorables à une expansion progressive, mais ils exigent que toutes les contributions soient sous-titrées dans toutes les régions linguistiques; par conséquent, l'objectif ne devrait pas être de 75%, mais de 100%.

SONOS exige plus de 75% et insiste sur la mise en œuvre de l'accord du 4 septembre 2017, selon lequel la proportion d'émissions sous-titrées doit être portée à 80% d'ici 2022.

Aktion Medienfreiheit salue l'augmentation de la proportion d'émissions sous-titrées dans le programme rédactionnel de la SSR, mais déplore le fait que cette révision cherche à ancrer subrepticement dans la loi les offres de la SSR disponibles uniquement sur l'internet. La concession actuelle ne fournit pas de base et ne contient pas de mandat pour des offres en ligne, auxquelles il convient donc de renoncer.

Le canton AR, la Fédération des Sourds et la SSR soulignent que l'accord de prestations du 4 septembre 2017 entre la SSR et les associations de handicapés va au-delà des exigences du projet de révision. Afin d'éviter tout malentendu pouvant découler de l'interaction entre l'ORTV et cet accord, la SSR et la Fédération des Sourds proposent certains changements.

La SSR demande de renoncer à la proportion de contenus en ligne à sous-titrer fixée à l'art. 7, al. 1, ORTV. Le volume de contenus audiovisuels publiés exclusivement sur le web peut varier considérablement d'une année à l'autre, ce qui rend difficile la planification des prestations de sous-titrage. Dans le cadre de l'accord de prestations, les associations et la SSR se sont donc mises d'accord sur un nombre maximal d'heures d'émission que la SSR doit sous-titrer chaque année. En outre, il a été convenu que la SSR et les associations redéfinissent conjointement la proportion de contenus en ligne à sous-titrer si le volume total des contenus publiés exclusivement en ligne change de manière significative. L'Union des villes suisses est également d'avis que, pour ces raisons, mieux vaut déterminer un nombre maximal d'heures plutôt qu'une proportion de temps.

La Fédération suisse des sourds demande que l'ORTV ne soit pas en-deçà de l'accord du 4 septembre 2017, et en particulier que l'art. 7, al. 1, soit modifié pour garantir aux personnes malentendantes un accès sans barrières à la gamme complète des prestations de la SSR par le biais de sous-titres, tant dans les programmes de télévision linéaires que dans les offres proposées en ligne exclusivement. Pour la Fédération suisse des sourds, les offres à sous-titrer de manière complète comprennent non seulement des contributions journalistiques, mais aussi explicitement de la publicité, des bandes-annonces et des contenus de tiers. L'obligation devrait également s'appliquer aux diffuseurs de télévision qui transmettent leurs programmes en collaboration avec la SSR. Une restriction telle que prévue dans le projet de révision est contraire à l'art. 9 de la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées (CDPH; RS 0.109) et à l'art. 8, al. 1 et 2, Cst. C'est pourquoi la Fédération suisse des sourds exige également qu'au moins 5% des premières diffusions soient proposées en langue des signes. Dans l'ensemble, elle estime que la mise en œuvre de toutes les mesures requises d'ici 2025 est réaliste et appropriée.

Le VSP demande que les contributions de tous les contenus définis dans la concession soient sous-titrées. Le canton ZG est d'avis qu'il ne faut pas se baser sur le moment de la diffusion des émissions pour déterminer quels programmes doivent être accompagnés d'une description audio, mais plutôt sur des critères liés au contenu: actualités nationales et régionales, autoproductions et séries à succès de la SRF, émissions à contenu social et économique, émissions culturelles et documentaires autoproduits, émissions spéciales pour les enfants et les jeunes en âge de scolarité ou pour les personnes plus âgées.

AZ Medien et le canton AG posent la question de savoir si, à l'art. 7, al. 1, ORTV, il s'agit réellement d'un tiers de l'ensemble du programme. Lors de l'élaboration de la disposition, il conviendra de préciser si les chaînes de télévision privées qui coopèrent avec la SSR doivent sous-titrer un tiers de leur

programme global ou si cette part se rapporte à autre chose. Cette exigence, qui engendrerait des coûts extrêmement élevés, ne se justifie pas de manière évidente pour les diffuseurs privés. Il faut renoncer à cette exigence vis-à-vis des diffuseurs privés.

Impressum prône également une plus grande intégration, mais renonce à donner un avis explicite «par manque de connaissances approfondies des besoins ».

2.2.2 Soldes des quotes-parts de la redevance: art. 40, al. 1 et 3, ORTV

Dès 2019, la SSR recevra une part fixe du produit total de la redevance de radio-télévision, tout comme les autres bénéficiaires. Jusqu'ici, elle obtenait le produit total, déduction faite de toutes les autres affectations énumérées à l'art. 68a LRTV. Si le produit final s'avère plus élevé que les besoins, il en résulte un solde dont il conviendra de tenir compte lors d'une prochaine fixation de la redevance. Aujourd'hui déjà, l'art. 40 ORTV prévoit que les soldes des quotes-parts de la redevance sont inscrits dans le bilan de la Confédération, et que le produit et l'utilisation (p. ex. le sous-titrage) sont publiés. Le projet prévoit d'adapter l'art. 40 de manière à ce que le solde de compensation soit soumis aux mêmes dispositions.

Les cantons AG, AI et TI approuvent la modification. Les Verts sont en principe également d'accord, mais ils estiment que les réserves devraient rester possibles pour des investissements plus importants. Il n'est pas judicieux de changer constamment le niveau de la redevance; une fiabilité liée à la stratégie et une sécurité de planification sont plus importantes que des ajustements à court terme.

BNJ, RRR et le canton JU rejettent les modifications. Les soldes ne devraient pas figurer dans le bilan de la Confédération car la redevance est réservée à la radiodiffusion et ne peut être utilisée pour d'autres activités de la Confédération.

Le VSP et le canton SH proposent que les revenus non utilisés soient affectés à des projets ciblés et au soutien des diffuseurs concessionnaires concernés. Le canton TI est d'avis que les médias pourraient bénéficier des excédents à des fins de formation et de perfectionnement.

L'Union syndicale suisse et Syndicom proposent qu'un soutien par la redevance radio/TV soit apporté au Conseil de la presse, qui est un organe important pour la garantie de la qualité du service public dans les médias. La convergence des médias exige un contrôle de la qualité qui ne soit plus différencié selon le type de diffusion; le Conseil de la presse devrait donc être rebaptisé Conseil des médias.

2.2.3 Soutien à l'Agence télégraphique suisse: art. 44a, ORTV

L'Agence télégraphique suisse (ats) joue un rôle important dans la qualité journalistique des diffuseurs locaux et régionaux de radio et de télévision, vu que ceux-ci assurent une grande partie de leur couverture médiatique en recourant aux prestations de l'ats. Elle envisage aussi d'intégrer des productions vidéo dans son service de base. Afin de lui permettre d'assurer l'étendue et le contenu de ces prestations, le projet mis en consultation prévoit que puisse lui être alloué un montant annuel prélevé sur le produit de la redevance de radio-télévision. Ce soutien doit être lié à la conclusion d'un accord de prestations qui mette l'accent sur les besoins locaux et régionaux.

Le soutien à l'ats a déclenché de nombreuses réactions critiques, même s'il a par ailleurs été salué par une majorité pour des raisons politiques et de politique des médias.

En outre, la pétition pour une ats trilingue, indépendante et à but non lucratif, signée par 5962 personnes, a été déposée.

La majorité des cantons (AG, AI, BE, BL, BS, FR, FR, GL, GR, JU, NE, NW, OW, OW, SH, SO, TI, UR, VD, VS, ZG et ZH), la CGSO, AZ Medien, ARBUS, le PBD, la COFEM, l'Union Suisse des Paysans, le Centre Patronal, les Verts, Imprint, Médias Suisses, la SSR, le SSM, l'ASA, l'Union des villes suisses, syndicom et Travail Suisse sont d'accord avec le soutien. RRR, BNJ et le canton AR sont d'avis que la proposition va dans la bonne direction.

Certains estiment qu'un débat préalable approfondi est nécessaire (COFEM, canton SG, PDC FRC).

Aktion Medienfreiheit, la COMCO, la FER, l'Union suisse des arts et métiers, l'Union syndicale suisse, SuisseDigital, upc, l'UDC et les cantons GE et SZ se sont explicitement opposés au soutien à l'ats. ARBUS, la FRC et VSM sont également plutôt sceptiques.

La majorité des partis sont eux aussi sceptiques: «Dans des circonstances normales», le PS approuverait le soutien, mais compte tenu de l'évolution actuelle, un subventionnement indirect des grands éditeurs doit être exclu. Mieux vaudrait un soutien à court terme par le biais de la loi sur les langues. Dans le cadre de l'élaboration de la nouvelle loi sur les médias, il faudrait ensuite créer les bases juridiques qui permettent de financer l'ats à long terme. Selon le PDC et le PRD, avant de discuter d'un éventuel soutien, il convient tout d'abord de clarifier la situation juridique de l'ats. L'UDC rejette totalement le soutien à l'ats; elle craint une «agence de presse d'Etat». Le Parti vert/libéral est d'accord avec le soutien financier proposé, pour autant qu'il s'agisse d'une solution d'urgence et transitoire. La question du soutien financier à l'ats doit être discutée dans le cadre du concept global de la loi sur les médias électroniques. Le PBD et les Verts approuvent l'idée d'un accord de prestations avec l'ats.

Aktion Medienfreiheit rejette totalement le soutien, estimant qu'il est fondamentalement erroné de lier une organisation privée à des sources de financement déterminées par la loi. L'ats perdrait son indépendance vis-à-vis du monde politique, ce qui n'irait pas dans le sens de la diversité et de la liberté du paysage suisse des médias.

Un autre argument avancé est que l'ats offre principalement ses services à la presse écrite et qu'un soutien à cette agence équivaudrait donc à une aide indirecte ou directe à la presse (Union suisse des arts et métiers, canton TG, Aktion Medienfreiheit, FER), pour laquelle il n'existe pas de base juridique. VSM et AZ Medien doutent également de l'existence d'une base juridique suffisante: l'art. 68a, al. 1, let. b, LRTV donne uniquement au Conseil fédéral le droit de déterminer le montant de la redevance sur la base des critères qui ont une influence sur ce montant; il ne permet pas d'octroyer un soutien financier à des tiers.

La fusion prévue de l'ats et de Keystone soulève de sérieuses inquiétudes: les contributions de soutien pourraient être détournées de leur destination et versées à des actionnaires, voire partir à l'étranger (COFEM, FER, Union syndicale suisse, Verts, cantons AR, GE et SZ). Par ailleurs, à l'ats, les importantes mesures de restructuration et les suppressions d'emplois doivent être suspendues jusqu'à ce que toutes les options futures aient été évaluées et qu'un mandat de prestations ait été octroyé (Verts, canton BS). Selon ARBUS, syndicom et le PS, une stratégie doit être adoptée pour au moins maintenir la portée et la qualité actuelles des services de l'ats

Les attentes suivantes ont été formulées concernant le mandat de prestations:

Les moyens d'encouragement doivent être utilisés pour des services journalistiques en Suisse, en privilégiant les besoins locaux et régionaux (ARBUS, syndicom, Union des villes suisses; cantons AG, NW, OW, TI, UR et VD; BNJ, PS). Une grande importance doit être accordée aux informations locales (canton VS) et les prestations à fournir en français et en italien doivent être définies (ARBUS). Impresum exige que les conditions soient remplies pour garantir que l'argent public est aussi utilisé exclusivement dans l'intérêt public.

Syndicom et l'Union syndicale veulent que la subvention soit utilisée pour maintenir et développer les services existants. En revanche, BNJ, RRR et le canton JU estiment qu'il n'y a aucune nécessité d'étendre les activités de l'ats, mais qu'il faut améliorer les services existants. Le canton SH souhaite que la subvention soit utilisée principalement pour la mise à disposition de textes et non d'images animées.

Les conditions de travail doivent être réglées dans une convention collective de travail avec les associations de la branche (syndicom). Le financement de l'ats ne peut pas provenir de la quote-part allouée aux diffuseurs locaux et régionaux, mais des parts de la SSR (BNJ, RRR, cantons JU et SH; VSP).

Un tel accord de prestations doit faire l'objet d'un appel d'offres et il faut expliquer dans quelle mesure le nouveau mandat de prestations va au-delà des accords existants (COFEM).

Annexe: Liste des participants

Kantone / Cantons / Cantoni

| | |
|------------|--|
| AG | Aargau / Argovie / Argovia |
| AI | Appenzell Innerrhoden / Appenzell Rh.-Int. / Appenzello Interno |
| AR | Appenzell Ausserrhoden / Appenzell Rh.-Ext. / Appenzello Esterno |
| BE | Bern / Berne / Berna |
| BL | Basel-Landschaft / Bâle-Campagne / Basilea-Campagna |
| BS | Basel-Stadt / Bâle-Ville / Basilea-Città |
| FR | Freiburg / Fribourg / Friburgo |
| GE | Genf / Genève / Ginevra |
| GL | Glarus / Glaris / Glarona |
| GR | Graubünden / Grisons / Grigioni |
| JU | Jura / Giura |
| LU | Luzern / Lucerne / Lucerna |
| NE | Neuenburg / Neuchâtel |
| NW | Nidwalden / Nidwald / Nidvaldo |
| OW | Obwalden / Obwald / Obvaldo |
| SG | St. Gallen / Saint-Gall / San Gallo |
| SH | Schaffhausen / Schaffhouse / Sciaffusa |
| SO | Solothurn / Soleure / Soletta |
| TG | Thurgau / Thurgovie / Turgovia |
| TI | Tessin / Ticino |
| UR | Uri |
| VD | Waadt / Vaud |
| VS | Wallis / Valais / Vallese |
| ZG | Zug / Zoug / Zugo |
| ZH | Zürich / Zurich / Zurigo |
| WRK / CGSO | Westschweizer Regierungskonferenz / Conférence des Gouvernements de Suisse occidentale |

In der Bundesversammlung vertretene politische Parteien / Partis politiques représentés à l'Assemblée fédérale / Partiti rappresentati nell'Assemblea federale

| | |
|--------------------|------------------------------|
| PBD | Parti bourgeois-démocratique |
| PDC | Parti démocrate-chrétien |
| PLR | PLR. Les Libéraux-Radicaux |
| Parti vert'libéral | Parti vert'libéral |

| | |
|-------|------------------------------|
| Verts | Les Verts suisses |
| PS | Parti socialiste suisse |
| UDC | Union Démocratique du Centre |

Gesamtschweizerischer Dachverband der Gemeinden, Städte und Berggebiete / Associations faitières des communes, des villes et des régions de montagne qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dei Comuni delle città e delle regioni di montagna

| |
|--|
| Groupement suisse pour les régions de montagne |
| Schweizerischer Städteverband / Union des villes suisses / Unione delle città svizzere |

Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft / Associations faitières de l'économie qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dell'economia

| | |
|-----------------|--|
| CP | Centre Patronal |
| FER | Fédération des entreprises romandes |
| sbv / usp / usc | Schweizer Bauernverband / Union Suisse des Paysans / Unione Svizzera dei Contadini |
| Union patronale | Schweizerischer Arbeitgeberverband / Union patronale suisse / Unione svizzera degli imprenditori |
| SGB/USS | Schweizerischer Gewerkschaftsbund / Union syndicale suisse / Unione sindacale svizzera |
| sgv usam | Schweizerischer Gewerbeverband / Union suisse des arts et métiers / Union suisse des arts et métiers / Unione svizzera delle arti e mestieri |
| Travail.Suisse | |

Medien, Medienschaffende, Medienkonsumenten / Médias, professionnels des médias, consommateurs de médias / Media, esperti dei media, consumatori del mercato dei media

| | |
|-----------------------|--|
| Aktion Medienfreiheit | |
| ARBUS Schweiz | Vereinigung für kritische Mediennutzung |
| AZ Medien | AZ Medien AG |
| BNJ | BNJ FM SA (RJB, RTN, RFJ) |
| impresum | Die Schweizer Journalist ^{innen} / Les journalistes suisses / I giornalisti svizzeri |
| IGEM | Interessengemeinschaft elektronische Medien |
| Médias Suisses | Association des médias privés romands |
| RRR | Radios régionales romandes |
| SRG SSR | Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft / Société suisse de radio-diffusion et télévision / Società svizzera di radiotelevisione |

| | |
|------------|--|
| SSM | Schweizer Syndikat Medienschaffender / Syndicat suisse des mass media / Sindacato svizzero dei mass media |
| syndicom | Gewerkschaft Medien und Kommunikation / Syndicat des médias et de la communication / sindacato dei media e della comunicazione |
| Telebasel | |
| Telesuisse | Verband der Schweizer Regionalfernsehen / Association des télévisions régionales suisses / Associazione delle televisioni regionali svizzere |
| VSM | Verband Schweizer Medien / Médias suisses / Stampa svizzera |
| VSP | Association suisse des radios privées |

Werbewirtschaft / Branche publicitaire / Industria pubblicitaria

| | |
|-----------------------|--|
| asw | Allianz Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen |
| Goldbach | Goldbach Group AG |
| Kommunikation Schweiz | Organisation faîtière de la communication commerciale |
| SWA/ASA | Schweizer Werbe-Auftraggeberverband / Association Suisse des Annonceurs / Utenti Svizzeri Pubblicità |

Telekommunikation / Télécommunications / Telecomunicazioni

| | |
|---------------|--|
| asut | Schweizerischer Verband der Telekommunikation / Association Suisse des Télécommunications / Swiss Telecommunications Association |
| SuisseDigital | Verband für Kommunikationsnetze / Association des réseaux de communication |
| Swisscom | Swisscom SA |
| UPC | upc Schweiz GmbH |

Gehörlosen- und Hörbehindertenverbände / Associations de sourds et de malentendants / Associazioni delle persone audiolese e non udenti

| | |
|---------|---------------------------------------|
| SGB/FSS | Fédération suisse des sourds |
| SONOS | Schweizerischer Hörbehindertenverband |

Konsumentenorganisationen / Associations de consommateurs / Organizzazioni dei consumatori

| | |
|-----|--------------------------------------|
| FRC | Fédération romande des consommateurs |
| SKS | Stiftung für Konsumentenschutz |

Weitere Teilnehmer / Autres participants / Altri partecipanti

| | |
|----------|---|
| COFEM | Commission fédérale des médias |
| Pétition | Marco Fähndrich et 5962 signataires d'une pétition pour une ats trilingue, indépendante et à but non lucratif |
| COMCO | Commission de la concurrence |