



**UNION ROMANDE
DE RADIOS REGIONALES**

Révision partielle de l'ordonnance sur la radio et la télévision : position de la RRR

ORTV du 9 mars 2007	Modifications qui devraient entrer en vigueur au 1^{er} avril 2010	Position RRR
<p>Art. 6 Obligation de promouvoir les films suisses (art. 7, al. 2, LRTV)</p> <p>1 L'obligation de promouvoir des films suisses et des films coproduits par la Suisse et l'étranger s'applique à tous les diffuseurs de télévision nationaux ou régionaux linguistiques dont les programmes suisses ou les programmes-cadres étrangers proposent des longs métrages, des documentaires ou des films d'animation.</p> <p>2 Les diffuseurs visés à l'al. 1 rendent compte dans leur rapport annuel des prestations fournies pour encourager le cinéma. L'office décide, d'entente avec l'Office fédéral de la culture, du montant d'une éventuelle taxe visant à promouvoir le cinéma. L'ensemble des dépenses consenties durant l'exercice pour l'achat, la production ou la coproduction de longs métrages, de documentaires ou de films d'animation suisses sont déduites.</p> <p>3 L'affectation de la taxe visant à promouvoir le cinéma relève de l'art. 15, al. 2 et 3, de la loi fédérale du 14 décembre 2001 sur le cinéma².</p>	<p>Art. 6, al. 1</p> <p>1 L'obligation de promouvoir des films suisses et des films coproduits par la Suisse et l'étranger s'applique à tous les diffuseurs de télévision nationaux ou régionaux-linguistiques lorsque:</p> <p>a des longs métrages, des documentaires ou des films d'animation sont proposés dans leurs programmes suisses ou leurs programmes-cadres étrangers;</p> <p>b. leurs charges d'exploitation s'élèvent à plus de 200 000 francs par année.</p>	<p>Art. concernant essentiellement les télévisions.</p>
<p>Art. 8 Adaptation des émissions pour les malentendants et les malvoyants chez les autres diffuseurs de télévision (art. 7, al. 3, LRTV)</p> <p>Les diffuseurs de programmes de télévision nationaux ou régionaux-linguistiques qui ne diffusent pas leur programme en collaboration avec la SSR doivent proposer aux malentendants ou aux malvoyants au moins une fois par semaine, aux heures de grande audience, une émission adaptée à leurs besoins.</p>	<p>Art. 8, al. 2</p> <p>2 L'OFCOM exempte les diffuseurs de l'obligation d'adapter les émissions pour les malentendants et les malvoyants si leurs charges d'exploitation n'atteignent pas 200 000 francs, si leur programme ne se prête pas à l'adaptation pour les malentendants et les malvoyants ou s'il s'agit d'un programme dont la transmission est peu récente.</p>	<p>Art. concernant essentiellement les télévisions</p>
<p>Art. 12 Identification de la publicité (art. 9 LRTV)</p> <p>1 La publicité doit être séparée de la partie rédactionnelle du programme par un signal acoustique ou optique particulier. Dans le domaine de la télévision, il convient d'utiliser le terme «publicité».</p> <p>2 Les émissions publicitaires télévisées qui constituent une unité et durent plus de 60 secondes doivent être désignées en permanence et de manière clairement</p>	<p>Art. 12, al. 1 et 2</p> <p>1 A la télévision, le signal n'est pas obligatoire pour les spots publicitaires d'une durée de 10 secondes au maximum diffusés isolément selon l'art. 18, al. 1, s'ils sont désignés en permanence et de manière clairement identifiable au moyen du terme «publicité».</p> <p>2 Les émissions publicitaires télévisées qui constituent une unité et durent plus de 60 secondes doivent être désignées en permanence et de manière clairement identifiable par le terme "publicité".</p>	<p>Art. concernant essentiellement les télévisions</p>

<p>identifiable comme étant de la publicité. 3 Les émissions publicitaires radiophoniques qui constituent une unité et ne sont pas clairement identifiables comme telles ne doivent pas durer plus de 60 secondes. 4 Dans les zones de desserte comprenant moins de 150 000 habitants âgés de quinze ans et plus, les diffuseurs locaux et régionaux de programmes radiophoniques peuvent diffuser des publicités en faisant appel à des collaborateurs travaillant dans le domaine du programme si ceux-ci ne présentent pas d'émissions d'information ou de magazines traitant de l'actualité politique. Il en va de même pour les diffuseurs de télévision locaux ou régionaux dont la zone de desserte comprend moins de 250 000 habitants âgés de quinze ans et plus.</p>		
<p>Art. 18 Insertion de publicité (art. 11, al. 1, LRTV) 1 La publicité peut interrompre des émissions, aux conditions suivantes: a. les longs métrages de cinéma et les films conçus pour la télévision, à l'exclusion des séries, des feuilletons, des émissions de divertissement et des documentaires, peuvent être interrompus une fois par de la publicité si la durée programmée de l'émission est supérieure à 45 minutes; une interruption supplémentaire est autorisée si l'émission dure 90 minutes, une autre si elle dure 110 minutes puis une autre encore par tranche de 45 minutes; b. les émissions d'information, les magazines d'actualité politique, les documentaires et les émissions religieuses peuvent être interrompus une fois par de la publicité si la durée programmée de l'émission est supérieure à 30 minutes; une interruption supplémentaire est autorisée si l'émission dure 50 minutes, une autre si elle dure 70 minutes puis une autre encore par tranche de 20 minutes; c. les autres émissions ne peuvent être interrompues qu'à des intervalles de 20 minutes au moins. 2 Lors de la transmission de manifestations comprenant des interruptions, la publicité peut être diffusée pendant celles-ci, en plus de l'insertion prévue à l'al. 1. 3 Dans les émissions composées de parties autonomes, l'insertion de publicité selon l'al. 1 n'est autorisée qu'entre ces parties autonomes. 4 La transmission de services religieux ne doit pas être interrompue par de la publicité. 5 Les diffuseurs de programmes de radio non concessionnaires et les diffuseurs de programmes de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger ne sont soumis à aucune restriction en matière d'insertion de publicité, à l'exception des al. 1, let. b, et 4.</p>	<p>Art. 18 Insertion de publicité (art. 11, al. 1 et 13, al. 2, LRTV) 1 Les spots publicitaires peuvent être diffusés isolément lors de la transmission d'événements sportifs. Dans le reste du programme, la publicité isolée n'est admise qu'à titre exceptionnel. 2 Par tranche programmée de 30 minutes au moins, la publicité peut interrompre les émissions suivantes: a. les longs métrages de cinéma; b. les films conçus pour la télévision, sous réserve des séries, des feuilletons et des documentaires; c. les émissions d'information et les magazines d'actualité politique. 3 Les émissions destinées aux enfants et les transmissions de services religieux ne doivent pas être interrompues par de la publicité. 4 Aucune restriction ne s'applique aux autres émissions, notamment les séries, les feuilletons et les documentaires. 5 Lors de la transmission de manifestations comprenant des interruptions, la publicité peut être diffusée pendant celles-ci, en plus de l'insertion prévue à l'al. 2. 6 Dans les émissions composées de parties autonomes, l'insertion de publicité n'est autorisée qu'entre ces parties autonomes. 7 Les diffuseurs de programmes de radio non concessionnaires et les diffuseurs de programmes de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger ne sont soumis à aucune restriction en matière d'insertion de publicité, à l'exception de l'al. 3.</p>	<p>La RRR accepte les modifications proposées pour l'Art.18 et en particulier celles de l'al.4</p> <p>Attention la définition d'émission y compris pour la radio ne correspond pas à celle des diffuseurs dans la pratique. Ce point doit être absolument abordé dans le cadre de la séance « sponsoring et parrainage » du 6 novembre 2009.</p>
<p>Art. 19 Durée de la publicité (art. 11, al. 2, LRTV) 1 Le temps consacré à la publicité sans formes publicitaires de longue durée (spots publicitaires) ne doit pas dépasser 15 % du temps d'émission quotidien et douze minutes par heure d'horloge. 2 Le temps consacré aux spots</p>	<p>Art. 19 Durée de la publicité (art. 11, al. 2, LRTV) 1 Les spots publicitaires ne doivent pas dépasser 15% du temps d'émission quotidien et douze minutes par heure d'horloge. 2 Les diffuseurs de programmes de radio non concessionnaires et les diffuseurs de programmes de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger ne sont soumis à aucune</p>	<p>La RRR ne constate pas de modification essentielle qui prêterait les radios privées.</p>

<p>publicitaires et aux formes publicitaires de longue durée ne doit, au total, pas dépasser 20 % du temps d'émission quotidien. Les émissions de vente ne sont pas prises en compte ici.</p> <p>3 Les émissions de vente ne doivent pas excéder trois heures de diffusion quotidienne. Huit émissions de vente au maximum sont autorisées par jour.</p> <p>4 Dans les programmes de vente, la durée d'autres formes de publicité que les offres de vente ne doit pas dépasser 15 % du temps d'émission quotidien.</p> <p>5 Les diffuseurs de programmes de radio non concessionnaires et les diffuseurs de programmes de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger ne sont soumis à aucune restriction quant à la durée de la publicité.</p>	<p>restriction quant à la durée de la publicité.</p>	
<p>Art. 20 Mention du parrain (art. 12, al. 2 et 3, ainsi qu'art. 13, al. 4, LRTV)</p> <p>1 Chaque mention du parrain doit établir un rapport explicite entre celui-ci et l'émission.</p> <p>2 La mention du parrain ne doit contenir que des éléments servant à son identification. En particulier, elle ne doit comprendre aucune référence à caractère publicitaire.</p> <p>3 Pendant la diffusion d'une émission télévisée, il est possible de rappeler les rapports de parrainage de manière brève (incrustation). Une incrustation par parrain est autorisée en l'espace de dix minutes. Les incrustations sont interdites dans les émissions pour enfants.</p>	<p>Art. 20, al. 2</p> <p>2 La mention du parrain ne doit contenir que des éléments servant à son identification. Elle ne doit pas inciter directement à la conclusion d'actes juridiques concernant des biens ou des services, en particulier en faisant la promotion de ces biens ou services.</p>	<p>De façon générale, la RRR salue les modifications proposées par l'OFCOM.</p> <p>Toutefois, la RRR demande à pouvoir se prononcer définitivement pour le 15 novembre 2009.</p>
<p>Art. 21 Placement de produits (art. 9, al. 1, 12, al. 3, et 13, al. 4, LRTV)</p> <p>1 Les biens et les services mis à disposition par un parrain peuvent être intégrés dans l'émission (placement de produits). Le placement de produits est considéré comme du parrainage. Il ne doit entraîner aucun effet publicitaire pour le parrain ou pour des tiers.</p> <p>2 Les émissions avec placement de produits doivent être signalées comme telles au début de l'émission. La mention du parrain doit en particulier indiquer les produits que le parrain met à disposition.</p> <p>3 Le placement de produits est interdit dans les émissions pour enfants.</p>	<p>Art. 21, al. 2 et 3</p> <p>2 Les placements de produits doivent être clairement signalés au début et à la fin de l'émission qui en contient, ainsi qu'après chaque interruption publicitaire.</p> <p>3 Les placements de produits sont interdits dans les émissions destinées aux enfants, les documentaires et les émissions religieuses, à l'exception de biens ou de services de valeur négligeable fournis au titre d'aides matérielles à la production ou de prix et pour autant que ceux-ci soient mis à disposition sans rémunération supplémentaire.</p>	<p>Art. concernant essentiellement les télévisions</p>
<p>Art. 22 Restrictions supplémentaires en matière de publicité et de parrainage pour les programmes de la SSR (art. 14, al. 1 et 3, LRTV)</p> <p>1 Les émissions visées à l'art. 18, al. 1, diffusées dans le cadre des programmes télévisés de la SSR peuvent être interrompues une fois par de la publicité lorsqu'elles durent plus de 90 minutes.</p> <p>2 Dans les programmes télévisés de la SSR:</p> <p>a. le temps consacré aux spots publicitaires et aux formes publicitaires de longue durée ne doit, au total, pas dépasser 8 % du temps d'émission quotidien;</p> <p>b. entre 18h et 23h, le temps consacré aux spots publicitaires et aux formes publicitaires de longue durée ne doit, au total, pas excéder douze minutes par heure d'horloge;</p> <p>c. pendant le reste de la journée, le temps consacré aux spots publicitaires ne doit pas excéder douze minutes par heure d'horloge.</p> <p>3 La publicité sur écran partagé et la</p>	<p>Art. 22 al. 1, 1bis et 2, let. a (Variante 1)</p> <p>1 Dans les programmes télévisés de la SSR, les émissions suivantes peuvent être interrompues par de la publicité:</p> <p>a. les émissions d'information ainsi que les magazines d'actualité politique: une fois par tranche programmée de 90 minutes au moins;</p> <p>b. les autres émissions: une fois par tranche programmée de 45 minutes au moins.</p> <p>1bis Les émissions destinées aux enfants et les transmissions de services religieux ne doivent pas être interrompues par de la publicité.</p> <p>2 Dans les programmes télévisés de la SSR:</p> <p>a. les spots publicitaires et les formes publicitaires de longue durée ne doivent pas dépasser en tout 15 % du temps d'émission quotidien;</p> <p>Art. 22 al. 1, 1bis et 2, let. a (Variante 2)</p> <p>1 Dans les programmes télévisés de la SSR, les émissions suivantes peuvent être interrompues par de la publicité:</p> <p>a. les émissions d'information ainsi que les magazines d'actualité politique: une fois par tranche programmée de 90 minutes au moins;</p> <p>b. les autres émissions: entre 20h et 23h, une fois</p>	<p>Les diffuseurs privés ne peuvent pas, de par leur structure de programme, être aussi attractifs que le service public, par conséquent l'intérêt pour eux est négligeable et favorise la SSR.</p>

<p>publicité virtuelle sont interdites, excepté durant la transmission de manifestations sportives.</p> <p>4 La diffusion d'émissions de vente est interdite.</p> <p>5 La SSR peut diffuser de l'autopromotion dans ses programmes de radio, pour autant que celle-ci serve principalement à fidéliser le public.</p> <p>6 Les références à des manifestations pour lesquelles la SSR a conclu un partenariat peuvent être diffusées en tant qu'autopromotion dans la mesure où elles servent principalement à fidéliser le public et que le partenariat n'a pas été conclu aux fins de financer le programme. Il y a partenariat lorsque, sur la base d'une collaboration instaurée entre le diffuseur et l'organisateur d'un événement public, le diffuseur s'engage à signaler l'événement dans son programme et qu'il bénéficie en contrepartie de facilités sur place et d'autres prestations apparentées.</p>	<p>par chaque tranche programmée de 90 minutes au moins, et le reste de la journée, une fois par tranche programmée de 30 minutes au moins.</p> <p>1bis Les émissions destinées aux enfants et les transmissions de services religieux ne doivent pas être interrompues par de la publicité.</p> <p>2 Dans les programmes télévisés de la SSR:</p> <p>a. les spots publicitaires et les formes publicitaires de longue durée ne doivent pas dépasser en tout 15 % du temps d'émission quotidien.</p>	
<p>Art. 23 Publicité et parrainage dans les autres services journalistiques de la SSR (art. 14, al. 3, LRTV)</p> <p>Dans les autres services journalistiques qui, hormis les programmes de radio et de télévision, sont nécessaires à l'exécution du mandat et sont financés par la redevance de réception (art. 25, al. 3, let. b, LRTV), la publicité et le parrainage sont interdits, excepté dans les cas suivants:</p> <p>a. les émissions parrainées qui ont été diffusées dans le programme et qui sont disponibles sur demande doivent être offertes avec la mention du parrain;</p> <p>b. les émissions contenant de la publicité sur écran partagé ou de la publicité virtuelle diffusées dans le programme et qui sont disponibles sur demande peuvent être offertes en l'état;</p> <p>c. la publicité et le parrainage sont admis dans le service de télétexte; sont applicables par analogie les dispositions sur la publicité et le parrainage de la LRTV et de la présente ordonnance valables pour les programmes de la SSR; les détails sont réglés dans la concession;</p> <p>d. la concession peut prévoir d'autres exceptions pour les offres issues d'une collaboration avec des organismes tiers sans but lucratif, ainsi qu'en matière d'autopromotion.</p>	<p>Art. 23, Phrase introductive et let. d</p> <p>Dans les autres services journalistiques qui, hormis les programmes de radio et de télévision, sont nécessaires à l'exécution du mandat et sont financés par la redevance de réception (art. 25, al. 3, let. b, LRTV), la publicité et le parrainage sont interdits. Les exceptions suivantes s'appliquent:</p> <p>d. la concession peut prévoir d'autres exceptions pour les offres en lien avec le sport ou le divertissement, les offres issues d'une collaboration avec des organismes tiers sans but lucratif, ainsi qu'en matière d'autopromotion.</p>	<p>C'est une libéralisation raisonnable qui ne doit toutefois pas porter préjudice aux acteurs privés suisses</p>
<p>Art. 37 Diffusion en dehors de la zone de desserte (art. 38, al. 5, LRTV)</p> <p>Les programmes de radio diffusés par voie hertzienne terrestre par des diffuseurs au bénéfice d'une concession donnant droit à une quote-part de la redevance peuvent également être diffusés sur des lignes en dehors de leur zone de desserte.</p>	<p>Art. 37</p> <p>Les programmes de radio diffusés par voie hertzienne terrestre par des diffuseurs au bénéfice d'une concession donnant droit à une quote-part de la redevance peuvent également être diffusés sur des lignes et par satellite en dehors de leur zone de desserte.</p>	<p>La RRR insiste sur le fait que toutes les radios privées possédant une concession doivent pouvoir profiter du développement technologique.</p> <p>Le fait d'autoriser également la réception par satellite est une amélioration. Il faut par contre ajouter « peuvent également être diffusés sur des lignes et par satellite de même que via toutes les autres technologies broadcast digitales telles que la HD Radio, le DAB et DAB+, DVB-H, DVB-T etc en dehors de leur zone de desserte »</p>
<p>Art. 39 Fixation de la quote-part de la redevance (art. 40 LRTV)</p>	<p>Art. 39, al. 1</p> <p>1 La quote-part annuelle de la redevance d'un</p>	<p>La RRR préfère la formulation</p>

<p>1 La quote-part annuelle de la redevance d'un diffuseur s'éleve au maximum à 50 % des coûts d'exploitation du diffuseur en question. Elle peut atteindre jusqu'à 70 % pour les diffuseurs de programmes de télévision qui, dans leur zone de desserte, doivent faire face à des charges d'exploitation particulièrement élevées pour remplir le mandat de prestations. Le montant maximal de la quote-part pouvant être attribué au diffuseur est fixé dans la concession.</p> <p>2 En règle générale, le département examine la quote-part de la redevance des diffuseurs après cinq ans et la redéfinit le cas échéant.</p>	<p>diffuseur s'éleve au maximum à 50% des coûts d'exploitation du diffuseur en question. Elle peut atteindre jusqu'à 70% pour les diffuseurs de programmes de télévision qui, dans leur zone de desserte, doivent faire face à des charges d'exploitation particulièrement élevées pour remplir le mandat de prestations ainsi que pour les diffuseurs de programmes de radio complémentaires sans but lucratif. Le montant maximal de la quote-part pouvant être attribué au diffuseur est fixé dans la concession.</p>	<p>actuelle de l'ORTV mais une minorité souhaite la nouvelle proposition de l'OFCOM.</p>
<p>Art. 44 Concessions de courte durée (art. 45, al. 2, LRTV)</p> <p>1 L'office peut octroyer des concessions de courte durée pour la diffusion de programmes de radio locaux ou régionaux transmis sur ondes ultracourtes (OUC). Un programme peut être diffusé pendant 30 jours au maximum, sur une période de 60 jours au maximum.</p> <p>2 Les concessions de courte durée sont en général octroyées sur demande.</p> <p>3 Une concession de courte durée peut notamment être octroyée pour suivre un événement majeur qui se déroule dans la zone de desserte, soutenir des activités d'enseignement et de formation ou rendre compte d'activités réalisées avec des jeunes.</p>	<p>Art. 44 Concessions pour les programmes de courte durée (art. 45, al. 2, LRTV)</p> <p>1 L'OFCOM peut octroyer des concessions de courte durée pour la diffusion de programmes locaux ou régionaux transmis par voie hertzienne terrestre. Un programme peut être diffusé pendant 30 jours au maximum, sur une période de 60 jours au maximum.</p> <p>2 Ces concessions sont en général octroyées sans mise au concours, sur demande.</p> <p>3 Quiconque diffuse un programme selon l'al. 1 ne peut en transmettre un autre de ce type durant la même année civile.</p> <p>4 Ces concessions peuvent notamment être octroyées pour suivre un événement majeur qui se déroule dans la zone de desserte, soutenir des activités d'enseignement et de formation ou rendre compte d'activités réalisées avec des jeunes</p>	<p>La RRR s'est toujours opposée aux concessions de courte durée ; de plus, elle exige que les concessions de courtes durées soient octroyées avec parcimonie à l'échelle locale; les conditions d'attribution doivent être les mêmes pour tous, les dispositions légales doivent être respectées y compris la publicité. Les annonces radars doivent également être interdites.</p> <p>Par ailleurs, les diffuseurs radio de la zone de concession concernée doivent impérativement être consultés au préalable. Proposition de texte « ... pour la diffusion de programmes locaux (= supprimer « et régionaux ») transmis... »</p>
<p>Art. 49 (art. 57 LRTV)</p> <p>1 Les diffuseurs de programmes de radio ayant droit à une quote-part de la redevance reçoivent une contribution selon l'art. 57, al. 1, LRTV, lorsque leurs coûts d'exploitation annuels pour la diffusion du programme et le transport du signal vers l'émetteur, calculés au prorata des personnes desservies, sont particulièrement élevés.</p> <p>2 Le département détermine la dépense minimale par personne desservie donnant droit à une contribution ainsi que les prestations imputables en tant que coûts.</p> <p>3 Le crédit disponible est réparti entre les diffuseurs ayant droit à une contribution selon l'al. 1 proportionnellement aux dépenses consenties par personne desservie. Le calcul se base sur les coûts d'exploitation liés à la diffusion et au transport du signal pour l'année précédente. Une contribution ne doit toutefois pas excéder un quart des coûts d'exploitation.</p> <p>4 Si une contribution est attribuée à un diffuseur, l'office fixe annuellement dans une décision le montant de la contribution à laquelle le diffuseur en question a droit. Si le diffuseur ne fournit pas dans le cadre de son rapport annuel les indications nécessaires en temps voulu (art. 27, al. 7) ou s'il les fournit de manière incomplète de sorte qu'elles ne peuvent pas être prises en compte pour le calcul des contributions au sens de l'al. 3, il perd tout droit à une contribution pour l'année concernée.</p> <p>5 Au cours des deux premières années</p>	<p>Art. 49, al. 3 et 3bis</p> <p>3 Le crédit disponible est réparti entre les diffuseurs ayant droit à une contribution proportionnellement aux dépenses consenties par personne desservie. Le calcul se base sur les coûts d'exploitation liés à la diffusion et au transport du signal pour l'année précédente.</p> <p>3bis Une contribution ne doit toutefois pas excéder un quart des coûts d'exploitation. Si, en raison de cette restriction, le crédit n'est pas distribué dans son intégralité, la somme restante est répartie selon le principe de l'al. 3 entre les ayants droit dont le quart des coûts d'exploitation n'est pas encore couvert par la contribution allouée.</p>	<p>La RRR est favorable aux modifications apportées par l'OFCOM.</p>

<p>d'exploitation, les coûts d'exploitation supportés par le diffuseur pour l'année en cours sont calculés sur la base des coûts annuels estimés, inscrits au budget. Si, après examen des coûts d'exploitation effectifs, la contribution versée se révèle trop élevée ou trop basse, il est procédé au remboursement de la somme due ou à son recouvrement dans le cadre des crédits disponibles.</p>		
<p>Art. 50 Conditions requises (art. 58 LRTV) 1 Des contributions aux investissements dans les nouvelles technologies au sens de l'art. 58 LRTV peuvent être versées aux diffuseurs qui, aux termes des art. 38, 43 ou 107 LRTV, diffusent ou font diffuser dans le cadre de leur concession un programme de radio ou de télévision par un nouveau mode de transmission hertzienne terrestre très important pour la diffusion future de programmes. 2 Le département désigne les modes de transmission dignes d'être encouragés selon l'al. 1 et fixe la période durant laquelle un soutien est accordé. 3 Le département détermine au préalable à partir de quand une nouvelle technologie de diffusion dans une certaine zone de desserte devient rentable et supprime le droit de recevoir une contribution pour le diffuseur concerné. Pour la fixation des valeurs limites, le département tient compte en particulier de l'existence d'appareils de réception dans la zone de desserte, de l'étendue de ladite zone ainsi que des coûts d'investissement dans la nouvelle technologie et du mode de financement du programme. 4 Les contributions aux investissements consentis pour un nouveau mode de transmission peuvent être versées à un diffuseur pendant dix ans au maximum.</p>	<p>Art. 50 <i>Titre médian</i> Technologies de transmission à soutenir</p>	<p>---</p>
<p>Art. 51 Procédure (art. 58 LRTV) 1 Sur demande du diffuseur, une contribution est versée pour l'amortissement des investissements consentis dans un réseau d'émetteurs. 2 Une contribution couvre la moitié des coûts d'amortissement supportés par le diffuseur pour les investissements imputables pertinents. Lorsque le crédit disponible de l'office ne suffit pas pour satisfaire aux demandes de tous les diffuseurs ayant droit à un soutien, les contributions allouées sont toutes réduites de manière linéaire l'année concernée. 3 Une décision d'allocation de contributions est valable cinq ans. Les contributions sont versées par tranches annuelles, conformément aux taux d'amortissement reconnus dans la décision, pour autant que les conditions de l'art. 50, al. 2 à 4, de la présente ordonnance, soient remplies et que les installations émettrices soient exploitées par le diffuseur conformément à l'objectif visé. 4 Une fois écoulée la période d'encouragement au sens de l'al. 3, le soutien octroyé à un réseau d'émetteurs peut être prolongé sur la demande du diffuseur.</p>	<p>Art. 51 Conditions requises et calcul des contributions 1 Sur demande du titulaire d'une concession, une contribution est versée pour: a. les investissements ou les amortissements des investissements consentis dans un réseau d'émetteurs que le diffuseur construit lui-même; b. les investissements consentis dans un réseau d'émetteurs construit par un tiers et aux coûts duquel le diffuseur participe; c. les coûts qui incombent au diffuseur pour l'amortissement du réseau d'émetteurs construit par un tiers. 2 La part imputable de ces charges correspond au débit de données moyen utilisé par le diffuseur pour la transmission des programmes selon les termes de sa concession. 3 Une contribution couvre 75 pour-cent des charges imputables. Lorsque le crédit mis à disposition par l'OFCOM ne suffit pas pour satisfaire aux demandes de tous les diffuseurs ayant droit à un soutien, les contributions allouées sont toutes réduites de manière proportionnelle l'année concernée. 4 Une décision d'allocation de contributions aux amortissements est valable cinq ans. Les contributions sont versées par tranches annuelles, conformément aux taux d'amortissement reconnus dans la décision, pour autant que les conditions de l'art. 50, al. 2 à 4, de la présente ordonnance soient remplies et que les installations émettrices soient exploitées par le diffuseur conformément à l'objectif visé. 5 Les décisions d'allocation de contributions à des investissements tiennent compte de l'agenda et de l'évolution de la construction du réseau d'émetteurs.</p>	<p>La RRR salue la proposition de modification mais considère que le terme d'investissement devrait être élargi à la transmission des signaux digitaux du studio à l'émetteur, ou à l'investissement dans des infrastructures pour le « watermarking » ou l'encodage de programmes.</p> <p>Par ailleurs, compte tenu des difficultés d'installer les nouvelles technologies (DAB+ en particulier) et sachant que c'est davantage la production de programmes que la technologie qui coûte cher, la RRR propose une subvention des amortissements à 100% pendant les 2 premières années, puis une subvention à 75% des amortissements les 5 années suivantes.</p>

	6 La loi du 5 octobre 1990 sur les subventions ² s'applique.	
<p>Art. 54 Fournisseurs de services de télécommunication astreints à la diffusion (art. 59, al. 4, LRTV)</p> <p>1 Sont astreints à la diffusion tous les fournisseurs de services de télécommunication qui diffusent des programmes dans 100 ménages au moins.</p> <p>2 Sur demande, l'office peut dispenser en partie un fournisseur de services de télécommunication de l'obligation de transmettre gratuitement les programmes dans une zone donnée, lorsque la diffusion de tous les programmes ne peut lui être demandée pour des raisons de capacités.</p>	<p>Art. 54, al. 2 et 3</p> <p>2 Sur demande, l'OFCOM peut dispenser en partie un fournisseur de services de télécommunication de l'obligation de transmettre lorsque:</p> <p>a. pour des raisons de capacités, la diffusion de tous les programmes ne peut être exigée; ou que</p> <p>b. pour des raisons techniques, il n'est pas possible de limiter à la zone de desserte la diffusion d'un programme télévisé régional chargé d'un mandat de prestations donnant droit à la quote-part au sens de l'art. 38, al. 1, let. a, LRTV.</p> <p>3 Les fournisseurs de services de télécommunication dispensés de l'obligation de transmettre en vertu de l'al. 2, let. b, informent annuellement l'OFCOM de l'état de la technique.</p>	<p>La RRR insiste afin que la « Must Carry Rule » ne soit encore davantage affaiblie, il faut donc supprimer la point 54 a ou garder l'actuelle formulation.</p>
<p>Art. 69 Accès direct à l'événement public (art. 72, al. 3, let. a, LRTV)</p> <p>1 Si des diffuseurs tiers souhaitent un accès direct de l'événement public en vue de sa couverture, ils doivent s'annoncer au plus tard 48 heures avant le début de l'événement. L'organisateur de l'événement public et le diffuseur titulaire de droits de diffusion primaire ou de droits d'exclusivité décident au plus tard 24 heures avant le début de l'événement si les possibilités techniques et l'espace disponible permettent un accès direct. Si un accord contractuel n'a pas déjà été conclu, ils donnent la priorité aux diffuseurs en mesure de garantir la desserte la plus large possible en Suisse.</p> <p>2 L'accès direct de diffuseurs tiers ne doit pas porter préjudice à la réalisation de l'événement, ni à l'exercice des droits de diffusion primaires et des droits exclusifs.</p>	<p>Art. 69 Accès direct aux événements publics (art. 72, al. 3, let. a, LRTV)</p> <p>1 Les diffuseurs tiers faisant valoir un droit à l'accès direct à un événement public doivent s'annoncer en temps voulu:</p> <p>a. pour un événement planifié: au plus tard 10 jours avant le début de l'événement;</p> <p>b. pour un événement à court terme: dans les plus brefs délais.</p> <p>2 L'organisateur de l'événement public et le diffuseur titulaire de droits de diffusion primaire ou de droits d'exclusivité décident de l'accès au plus tôt et, pour les événements selon l'al. 1, let. a, au plus tard 5 jours avant le début de l'événement.</p> <p>3 Si un accord contractuel n'a pas déjà été conclu, la priorité est accordée aux diffuseurs en mesure de garantir la desserte la plus large possible en Suisse ou à ceux qui, en raison de leur mandat de prestations, ont un intérêt particulier à couvrir l'événement.</p> <p>4 En cas de refus, le diffuseur tiers peut demander à l'OFCOM de prendre des mesures selon l'art. 72, al. 4, LRTV. Cette requête doit être déposée immédiatement après le refus de l'accès.</p> <p>5 L'accès direct de diffuseurs tiers doit s'effectuer de manière à ne pas nuire au bon déroulement de l'événement ni à l'exercice des droits d'exclusivité et des droits de diffusion primaire.</p>	<p>Art. concernant essentiellement les télévisions</p>