



**PRESSE SUISSE**

SCHWEIZER PRESSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

OFCOM  
Case postale  
2501 Bienne

Lausanne, le 8 juin 2007  
AH/jf

## **Nouvelle concession SRG SSR – idée suisse / Votre projet du 9 mai 2007**

Mesdames, Messieurs,

Nous vous remercions de nous avoir consultés en date du 9 mai sur le projet de nouvelle concession pour la SRG SSR idée suisse.

### **Appréciation générale**

Globalement, le texte en question répond aux contours dessinés par les nouvelles LRTV et ORTV. Par rapport à nos diverses positions précédentes, nous défendons l'idée d'une SSR forte, et par là une SSR qui dispose des moyens d'assurer sa place comme opérateur de service public national, respectivement par région linguistique globale (voir notre remarque ad Art. 4 ci-dessous).

Dans l'élaboration d'un similaire à celui de cette concession, il est certes difficile de satisfaire tous les intérêts contradictoires. Cependant, passablement de notions imprécises ou floues (cf. ci-dessous) figurent dans l'objet mis en consultation ; tôt ou tard, elles feront l'objet de contestations ou de litiges.

Enfin, nous ne pensons pas qu'il nous incombe de nous prononcer sur les questions de contrôle de qualité des programmes radio ou TV, ni sur son organisation ou sa surveillance.

Notre position concernant des points particuliers.

### **Art. 2 Mandat en matière de programmes**

Si le premier alinéa ne pose aucun problème, nous en voyons un dans le second. Il s'agit d'une sorte de « fourre-tout ». A force d'y multiplier les mandats, on en vient à se contredire.

Tel est le cas de la notion antinomique « particularités du pays » et « besoins des cantons », puisque nous savons que la somme des cantons et demi-cantons n'égalent pas « le pays », à savoir la Confédération.



Si nous ne contestons par le premier élément « pays », il ne saurait être question pour SRG de veiller aux « besoins des cantons ». Cette disposition – nouvellement introduite – ne répond à aucun besoin. Tout au plus ne fera-t-elle qu'ajouter une nouvelle disposition imprécise. Car, que faut-il comprendre par « besoins des cantons ? » Ceux du gouvernement cantonal ? De la population ? Des téléspectateurs ? Des communes d'un canton ? Le rapport explicatif du 9 mai 2007 ne contient malheureusement aucune précision à cet égard.

Nous rappelons les problèmes soulevés lors de l'octroi d'une seule concession TV pour le canton du Valais qui démontrent que la notion « cantonale » ne recouvre pas une entité homogène et monolithique.

Sur le plan audio-visuel, satisfaire aux besoins des cantons incombe en premier lieu aux radios et TV locales voire régionales, ainsi qu'à la presse, c'est-à-dire aux médias locaux ou/et cantonaux.

Du reste, sans cette disposition dans l'actuelle concession SRG SSR, celle dernière a parfaitement satisfait à ses mandats.

Nous demandons la suppression pure et simple de l'adjonction « de veiller aux besoins des cantons ».

#### **Art. 4 al. 2 Programmes régionaux**

L'art. 4 du P-Concession SRG-SSR donne compétence au Département d'autoriser la radio à diffuser des journaux régionaux en Suisse romande.

Même si cette possibilité est accordée par la LRTV (art. 26 al. 2), nous y sommes très, très réticents. Au Département de se montrer réservé dans l'octroi de ces éventuelles autorisations. En effet, l'étroitesse du marché romand impose que le Département tienne compte du principe général de l'Art. 93 al. 4 Cst - Radio et télévision.

Cette disposition impose à l'autorité concédante de tenir compte de « la situation et le rôle des autres médias, en particulier de la presse ». En termes clairs : cela signifie que lorsqu'un marché régional de l'information est étroit, le Département doit purement et simplement s'abstenir d'accorder toute autorisation.

Notre proposition : ajouter « en veillant à la situation et au rôle des autres médias, en particulier de la presse » ou autre référence analogue à la disposition de l'Art. 93 al. 4 Cst.

#### **Art. 10 Autres services journalistiques / Principes**

La définition et le contenu des « autres services journalistiques » qui comprennent les offres en ligne, le télétexte, l'offre destinée à l'étranger, les informations liées aux programmes et le matériel d'accompagnement nous paraissent globalement fondés.

Notre seule interrogation concerne cependant l'offre destinée à l'étranger, financée en partie par une autre source que la redevance : ses coûts doivent pouvoir être clairement identifiés.



## **Art. 11 Offres en ligne pour la SSR**

### Alinéa 1

Ce premier alinéa fixe l'objectif des offres en ligne : un complément et un approfondissement de l'information. Cette notion de « complément » vaut également pour les journaux : elle leur permet de décliner leur « marque » sur leurs sites internet respectifs, compléter ou réactualiser l'information parue dans le titre.

Les éditeurs de Suisse romande n'ont pas contesté l'autopromotion des chaînes de la SSR. Nous pouvons donc nous rallier au texte du rapport explicatif qui, en application du principe « dual », précise opportunément que pour éviter « un certain risque de distorsion de la concurrence, l'offre Internet ne doit pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour soutenir la SSR dans l'exécution de son mandat ».

La précision concernant le « lien temporel et thématique direct avec les émissions » et l'exclusion de toute possibilité de « délocalisation » sur le web des prestations en matière de programmes sont à nos yeux parfaitement justifiées et nous y souscrivons.

Il est également précisé que le droit est reconnu à la SSR de traiter sur Internet les thèmes « ayant fait l'objet d'une émission, en ce sens qu'elle peut mettre en ligne des informations de fond, des informations contextuelles, des documents d'archives ou des interviews se rapportant au thème de l'émission, pour autant qu'ils aient servi de base à celle-ci ». Sur son site en ligne, la SSR devra s'en tenir aux seuls éléments présentés lors de l'émission, à l'exclusion de tous éléments qui iraient au delà et qui n'auraient pas été diffusés préalablement.

En outre, nous nous rallions à votre formulation pour autant que celle-ci écarte toute reprise d'émission avec les pages de publicité la précédant ou la suivant, voire l'interrompant durant la projection.

Cet élément doit être mentionné sans équivoque afin d'éviter toute ambiguïté ultérieure, et cela avec la même clarté que la question des mises à jour d'études comparatives, etc. dans le rapport explicatif.

### Alinéa 2

L'*al. 2* tient compte de l'interdiction de la publicité et du parrainage sur Internet ancrée dans l'ORTV. Il prohibe en outre d'établir des liens vers d'autres sites web contre rémunération ou vers la fourniture de services ayant une valeur pécuniaire. Les liens doivent servir à des fins exclusivement journalistiques et non à des fins commerciales.

Cela signifie que l'établissement d'un partenariat presse avec une chaîne TV SSR devrait se limiter au seul service journalistique.

Mais qu'en est-il lorsqu'un éditeur, non soumis à la LRTV/ORTV, exploite un site Internet informatif et commercial ? Pourra-t-il établir un tel partenariat avec une chaîne de TV de la SSR et, par exemple, offrir de faire figurer le sigle de cette dernière sur son site ?



**PRESSE SUISSE**

SCHWEIZER PRESSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

L'al. 3 repose sur l'art. 23, let. d, ORTV. La concession peut prévoir d'autres exceptions en matière de publicité et de parrainage pour les offres issues d'une collaboration avec des organismes tiers sans but lucratif, ainsi qu'en matière d'autopromotion.

A notre avis, ces exceptions à l'interdiction de la publicité et du parrainage ouvriront pour la SSR la possibilité de proposer de la publicité et des parrainages lors d'émissions d'autopromotion. Il s'agit d'une porte ouverte à la multiplication des émissions d'autopromotion de la SSR, avec parrainage et publicité. Nous ne pouvons que nous y opposer.

Il en va de même avec la « plateforme éducative » en cours de planification. La notion plateforme éducative n'est pas définie dans la concession. De quelle éducation ? La sentimentale ? La sexuelle ? De l'éducation au rôle de parents / consommateur ? De comportement entre citoyens ? A défaut être définie clairement limité à la pédagogie scolaire, elle n'est pas acceptable.

Notre proposition concernant l'art. 11:

Nous demandons à l'Ofcom de préciser les points ci-dessus. Une des voies serait l'établissement de Directives en matière de parrainage, comme celles publiées par votre Office en 1999/avril 2007.

\* \* \*

En vous remerciant de prendre en considération nos observations, nous vous prions, de recevoir, Mesdames, Messieurs, nos salutations les meilleures.

PRESSE SUISSE  
Association de la presse suisse romande  
Le secrétaire général

Alfred Haas