



30 octobre 2017 (consultation)

Révision partielle de l'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV)

Rapport explicatif

1 Introduction

La présente révision partielle de l'ORTV pose le cadre juridique et les règles de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques pour la SSR et les diffuseurs privés titulaires d'une concession. D'après les bases légales en vigueur, la SSR et ces diffuseurs n'ont pas le droit de diffuser de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans leurs programmes au bénéfice d'une concession. Les programmes de la SSR sont définis en détail dans la concession, et la possibilité de les remanier avec de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques y sera aussi réglementée à l'avenir (une consultation sera menée ultérieurement à ce sujet). Pour les diffuseurs locaux et régionaux titulaires d'une concession, l'introduction de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans les programmes au bénéfice d'une concession est ancrée de façon générale et abstraite dans l'ORTV (art. 35a). En outre, les dispositions sur la publicité applicables à la SSR sont adaptées: par égard pour les autres entreprises de médias, des restrictions spécifiques sont prévues (art. 22). Tous les diffuseurs sont tenus de veiller à la protection des mineurs (art. 18). Pour des raisons de transparence et d'ordre prudentiel, une obligation d'annoncer et de rendre rapport est introduite, pour autant que des programmes contenant de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques soient diffusés (art. 2, al. 1, let. a, art. 27, al. 2, let. f).

Les prestations de la SSR en faveur des personnes atteintes de déficiences sensorielles sont renforcées (art. 7). Enfin, l'art. 44a crée les bases légales permettant de soutenir financièrement l'Agence télégraphique suisse (ats).

2 Les différentes dispositions

2.1 Publicité destinée à des groupes cibles spécifiques

Art. 2, al. 1, let. a: 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. Il convient d'indiquer également 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), 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.

Art. 18, al. 3^{bis}: Les émissions destinées aux mineurs ne doivent contenir aucune publicité destinée à des groupes cibles spécifiques. Les blocs publicitaires originels peuvent s'adresser au groupe cible

des mineurs. Une plus grande fragmentation du jeune public n'est toutefois pas souhaitable. La protection des mineurs contre la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques est valable pour tous les diffuseurs (al. 7).

Art. 22, al. 1^{er}: 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.

Art. 22, al. 2, let. b et c: 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. 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. Elle a donc la possibilité d'utiliser ce nouvel outil promotionnel, mais de manière modérée.

Variante

Au lieu de limiter la durée de publicité destinée à des groupes cibles spécifiques à 4 minutes par heure, il serait envisageable d'introduire un plafonnement des recettes 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 systématique, une disposition correspondante serait ancrée dans la concession SSR.

Le public sera informé en détail à ce sujet lors de la consultation sur la nouvelle concession SSR.

Art. 27, al. 2, let. f: Dans leur rapport annuel, les diffuseurs de programmes au bénéfice d'une concession sont tenus de donner également des indications sur la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques (nombre de groupes cibles, canaux de diffusion).

Art. 35a: Les diffuseurs privés avec une concession peuvent diffuser de la publicité destinée à des groupes cibles spécifiques dans leur programme au bénéfice d'une concession. 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).

Art. 51a: La publicité destinée à des groupes cibles spécifiques n'est soumise à aucune obligation en ce qui concerne la diffusion. Les diffuseurs doivent s'entendre par contrat avec les fournisseurs de services de télécommunication.

2.2 Améliorations pour les personnes atteintes de déficiences sensorielles

Art. 7, al. 1, 3 et 4: 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. Selon l'accord conclu le 4 septembre 2017 entre la SSR et les associations de défense des personnes atteintes de déficiences sensorielles, cette condition doit être remplie d'ici 2021-2022 au plus tard. La prescription légale pour les contenus en langage des signes demeure inchangée pour le moment. Les autres contenus devant être transmis dans le langage des signes ont été fixés dans le cadre de l'accord. En tout, conformément à ce dernier, le nombre d'heures d'émission en langage des signes va plus que doubler d'ici 2022. 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'accord estime que le nombre d'heures doublera d'ici 2022. L'accord actuel, qui régleme les différentes prestations de la SSR et la collaboration avec les associations, expire fin 2022. L'al. 4 régit le cas où l'accord devait être résilié de manière anticipée ou ne plus être renouvelé début 2023.

2.3 Excédents de la redevance

Art. 40, al. 1 et 3: 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. L'art. 40 est adapté de manière à ce que le solde de compensation soit soumis aux mêmes dispositions.

2.4 Soutien à l'ats

Art. 44a: 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 à l'avenir d'intégrer des productions vidéo dans son service de base. L'ats contribue à garantir la qualité des programmes diffusés à l'échelon local et régional. Afin qu'elle puisse assurer l'étendue et le contenu de ces prestations, il convient de lui allouer un montant annuel, prélevé sur le produit de la redevance de radio-télévision. Ce soutien est lié à la conclusion d'un accord de prestations qui met l'accent sur les besoins locaux et régionaux (art. 68a, al. 1, let. b).