



Feuille d'information 3 concernant la loi sur les médias électroniques (projet mis en consultation)

Aide directe et indirecte aux médias

Informations générales en bref

- La nouvelle loi prévoit des mesures d'aide directe et indirecte aux médias électroniques. L'**aide directe** se traduit par un financement de prestations journalistiques concrètes, définies dans des accords ou dans des concessions. Les **mesures indirectes** ne visent pas des prestations journalistiques spécifiques, mais créent de bonnes conditions pour que des prestations journalistiques de haute qualité puissent être fournies (par exemple, formation et formation continue ou agences de presse).
- Avec la nouvelle loi, l'aide aux médias sera davantage orientée vers l'innovation, sans intervention accrue au niveau de la concurrence. Au contraire, la réglementation est limitée au minimum. Les offres de médias innovantes visant les nouveaux modes d'utilisation peuvent bénéficier d'une aide directe; s'agissant de l'aide indirecte aux médias, des approches innovantes sont également requises. Cette démarche vise dès lors à dynamiser le marché et à contribuer à de nouvelles idées de coopération, ce qui devrait profiter à l'ensemble de la branche des médias.
- Comme la loi sur la radio et la télévision (LRTV), la loi fédérale sur les médias électroniques prévoit l'octroi de mandats de prestations à des fournisseurs de médias.
- Avec leurs prestations journalistiques, ces fournisseurs de médias doivent contribuer au développement démocratique, social et culturel de la Suisse. Leur offre doit être de haute qualité journalistique.
- Ces prestations sont financées par la redevance sur les médias électroniques payée par les ménages et les entreprises assujetties à la TVA.
- Ces prestations de service public financées par la redevance doivent être fournies essentiellement sous forme audio et vidéo. Elles peuvent être diffusées ou proposées à la radio et à la télévision (horaire fixe) ainsi qu'en ligne (sur demande).
- La SSR doit apporter une contribution essentielle au service public dans les médias en Suisse. Elle reçoit la majeure partie de la redevance, le montant étant fixé par le Conseil fédéral. Celui-ci peut prévoir que la SSR consacre une part minimale de la redevance à ses offres d'information.
- Les autres fournisseurs de médias reçoivent au total un maximum de 6% de la redevance.
- Un maximum de 2% de la redevance est disponible pour l'aide indirecte aux médias. Ces moyens concernent des organisations telles que le Conseil de la presse ou les agences de presse. Ils doivent bénéficier à l'ensemble des médias électroniques et renforcer la qualité du journalisme suisse.
- Les mandats de prestations seront désormais octroyés et leur respect surveillé par une autorité de régulation indépendante (Commission sur les médias électroniques COMME).

Aide directe aux médias

- L'aide directe aux médias finance des prestations journalistiques.
- La plupart des ressources financières vont à la SSR, qui a le mandat journalistique le plus complet.
- L'aide directe aux médias concerne les offres destinées à un large public ainsi que les offres qui, avec leur contenu spécifique, s'adressent à certains groupes sociaux et culturels, par exemple à des groupes de population d'une certaine région linguistique ou ayant des intérêts communs (p. ex. la musique).

SSR

Le mandat de la SSR est décrit dans une concession.

Mandat de prestations

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Offres destinées à l'ensemble de la population	Offres complètes et équivalentes pour les trois langues officielles et offres appropriées pour la partie romanche de la Suisse.	
Mandat d'intégration sociale	Promotion de la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes régions du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux; prise en compte des particularités du pays et des besoins des cantons	
Mandat journalistique	<ul style="list-style-type: none"> • Offres complètes dans les domaines de l'information, de la formation, de la culture et du divertissement 	<ul style="list-style-type: none"> • Offres complètes dans les domaines de l'information, de la formation et de la culture • Offres dans les domaines du divertissement et du sport avec une différence identifiable par rapport aux offres commerciales
Exigences concernant la qualité	<ul style="list-style-type: none"> • Exigences en matière de qualité réglées non pas dans la LRTV, mais dans la concession SSR 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigences élevées en matière de qualité et d'éthique de l'offre journalistique: pertinence, professionnalisme, indépendance, diversité et accessibilité
Orientation vers les régions linguistiques et échange entre les régions linguistiques	<ul style="list-style-type: none"> • Offres destinées aux régions linguistiques respectives • Limitation de l'offre régionale • Echange culturel entre les régions linguistiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Offres destinées aux régions linguistiques respectives • Limitation de l'offre régionale • Echange culturel entre les régions linguistiques • Obligation d'informer régulièrement, dans le cadre des offres d'information, sur les événements dans les autres régions linguistiques

Contenus destinés à certains groupes de population	<ul style="list-style-type: none"> • Handicapés sensoriels • Suisses de l'étranger¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Handicapés sensoriels • Suisses de l'étranger • Enfants, adolescents et jeunes adultes • Personnes issues de la migration
Services journalistiques destinés à l'étranger	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à disposition de services journalistiques destinés à l'étranger 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à disposition de services journalistiques destinés à l'étranger² • Possibilité nouvelle pour la Confédération d'octroyer un mandat correspondant. Financement comme aujourd'hui par le biais de fonds fédéraux.
Forme et diffusion de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> • Contributions audio et vidéo • Dans les programmes radio et TV, autorisées de manière restreinte en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Essentiellement sous forme de contributions audio et vidéo • Equivalence entre radio, télévision et en ligne

¹ Les prestations correspondantes sont actuellement financées pour moitié par la redevance des médias et pour moitié par la Confédération.

² Financement par les fonds fédéraux, contrairement à l'offre destinée aux Suisses de l'étranger

Collaboration

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Collaboration dans le domaine de la culture	<ul style="list-style-type: none"> L'obligation de collaborer dans le domaine de la culture est réglée dans la concession SSR. 	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration entre la SSR et les milieux suisses du cinéma et de la musique, et prise en considération de la littérature suisse Collaboration entre la SSR et l'industrie audiovisuelle suisse indépendante pour la production de contenus audiovisuels
Collaboration avec d'autres entreprises de médias	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration avec d'autres diffuseurs, dans des contrats approuvés par le DETEC (p. ex. presse TV) Participation de la SSR dans d'autres diffuseurs, avec l'approbation du DETEC 	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration, en particulier création d'offres journalistiques avec d'autres entreprises de médias (coproductions). Coopérations à long terme avec l'autorisation de la COMME Participations dans d'autres entreprises et création de sociétés propres avec l'autorisation de la COMME
Mise à disposition de contenus (<i>shared content</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Aucune³ 	<ul style="list-style-type: none"> Mise à disposition sous certaines conditions des contributions d'information produites par la SSR pour une reprise intégrale par des entreprises de médias suisses
Archivage de contenus	<ul style="list-style-type: none"> Garantie de la conservation durable des contributions de médias Archives mises à disposition du public, à certaines conditions 	

³ Réglementation prévue dans la concession transitoire de la SSR (en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2019)

Financement et utilisation des moyens financiers

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Financement mixte	Financement essentiellement par la redevance. D'autres sources de financement sont possibles pour la SSR.	
Interdictions de la publicité	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de la publicité à la radio • Interdiction de la publicité en ligne (dans l'ordonnance) 	<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction de la publicité à la radio • Interdiction de la publicité en ligne (dans la loi)
Définition de montants maximaux	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Conseil fédéral peut déterminer un montant maximal pour la SSR. • Le Conseil fédéral peut déterminer un montant maximum concernant les recettes publicitaires de la SSR.
Définition d'une part de la redevance à allouer aux prestations journalistiques dans le domaine de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Conseil fédéral peut fixer une part (p. ex. 50%)
Définition d'une part de la redevance pour des coproductions avec d'autres entreprises de médias suisses	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Le Conseil fédéral peut fixer une part pour les coproductions (SSR/autres entreprises suisses) dans les domaines du divertissement et du sport.

Rapports à l'intention du public et des autorités

- La SSR doit désormais entretenir un dialogue régulier avec le public concernant l'évolution de son offre et de l'entreprise.
- La SSR doit désormais faire examiner la réalisation de ses objectifs par des experts externes et publier les résultats.

Autres fournisseurs d'offres de médias électroniques

- La nouvelle loi sur les médias électroniques prévoit la conclusion d'accords de prestations avec les fournisseurs de médias, qui sont tous cofinancés par une part de la redevance.
- Des accords de prestations sont conclus pour la radio, la télévision ou les offres en ligne (linéaires/à la demande).
- Un total maximum de 6% de la redevance est disponible.

Orientation géographique du mandat de prestations

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Définition du nombre et de l'étendue des zones de desserte dans les zones locales-régionales	<ul style="list-style-type: none"> • Zones de desserte définies par le Conseil fédéral 	<ul style="list-style-type: none"> • Les zones de desserte ne sont plus fixées. • Le Conseil fédéral prévoit des zones de communication. La COMME peut définir des priorités régionales; elle veille à une prise en compte adéquate des régions linguistiques ou des régions. • Les fournisseurs de médias définissent la zone géographique.

Mandat de prestations

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Mandat journalistique	<p>Radios locales commerciales et télévisions régionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Information complète, locale ou régionale sur les réalités politiques, économiques et sociales • Contribution à la vie culturelle dans la zone de desserte <p>Radios complémentaires sans but lucratif:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribution à l'exécution du mandat de prestations dans les agglomérations 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribution particulière à la formation démocratique de l'opinion et de la volonté, à la participation culturelle et à l'intégration sociale • Prestations liées à une zone locale, régionale ou régionale-linguistique

<p>Mandat journalistique: variantes pour la fourniture des prestations</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Voir ci-dessus 	<ul style="list-style-type: none"> • Offres généralistes pour un large public. Informations pertinentes sur la politique, l'économie, la culture, la société et le sport • Offres répondant aux intérêts spécifiques de groupes sociaux ou culturels. Contenu: information, culture, formation et sport • Offres de médias participatives pour des groupes sociaux ou culturels. Implication du public dans la production du contenu: information, culture, formation et sport. De plus: accent mis sur le plurilinguisme ou la formation
<p>Cercles des destinataires pour la conclusion d'accords de prestations (cofinancement par la redevance)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Radios commerciales et télévisions régionales dans des régions sans possibilités de financement suffisantes • Programmes de radio complémentaires sans but lucratif dans les agglomérations 	<ul style="list-style-type: none"> • Fournisseurs de médias commerciaux ou complémentaires sans buts lucratifs • Diffusion des offres de médias en premier lieu sous forme audio ou vidéo • Radio, télévision et domaine en ligne équivalents
<p>Conditions générales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur les fournisseurs suisses de médias • Informations sur la capacité de financement de l'offre • Informations sur le respect des conditions de travail 	<ul style="list-style-type: none"> • Système de garantie de la qualité rédactionnelle • L'offre de médias doit être majoritairement produite en Suisse. • Les fournisseurs de médias doivent être indépendants des communautés religieuses et des organisations politiques.
<p>Obligations imposées aux fournisseurs de médias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Conseil fédéral peut imposer d'autres obligations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les conditions générales relatives à la conclusion d'un accord de prestations inscrites dans la loi. (voir ci-dessous)

Octroi de l'accord de prestations	<ul style="list-style-type: none"> • Appel d'offres public pour des concessions assorties d'un mandat de prestations et d'une quote-part définie de la redevance • Adjudication selon certains critères • En cas d'offres équivalentes, l'enrichissement de la diversité de l'offre et des opinions est déterminant 	<ul style="list-style-type: none"> • Les fournisseurs de médias déposent des demandes. • Critères d'évaluation: contenu, étendue et qualité des services journalistiques, groupe de population visé, mode de diffusion, coûts, valeur ajoutée journalistique dans la région • Prise en compte adéquate des régions linguistiques • En cas d'offres équivalentes, l'enrichissement de la diversité de l'offre et des opinions est déterminant. • La COMME choisit et mène des négociations.
-----------------------------------	--	---

Financement

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Part de la redevance	<ul style="list-style-type: none"> • 4 à 6% du produit total de la redevance 	<ul style="list-style-type: none"> • Maximum 6% du produit total de la redevance
Définition du montant de la quote-part de la redevance allouée à chaque fournisseur de médias	<ul style="list-style-type: none"> • Montant fixé préalablement 	<ul style="list-style-type: none"> • Quote-part dépendante des dépenses consacrées à la prestation journalistique • Besoins justifiés dans la demande

Rapport à l'intention du public et des autorités

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Dialogue avec le public	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Comptes rendus sur les contributions pour la démocratie et la société
Rapports à l'intention des autorités	<ul style="list-style-type: none"> • Obligation complète de rendre rapports 	<ul style="list-style-type: none"> • Obligation complète de rendre rapports

Aide indirecte aux médias

- La nouvelle loi prévoit des mesures d'aide indirecte pour renforcer la qualité des médias électroniques en Suisse.
- Ces mesures sont financées par la redevance.
- Pour l'aide indirecte aux médias, la loi prévoit 2% du produit total de la redevance.

	Réglementation actuelle	Réglementation future
Formation et perfectionnement	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien à la formation et à la formation continue des professionnels du programme: contributions de la Confédération à des institutions de formation et de formation continue • Financement par des fonds fédéraux 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien à la formation et à la formation continue des professionnels du programme: contributions de la COMME à des institutions de formation et de formation continue
Organismes d'autorégulation des médias électroniques	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien aux organismes d'autorégulation sans but lucratif par la COMME
Agences de presse	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien aux agences de presse sans but lucratif par la COMME au travers d'un mandat de prestations
Solutions informatiques novatrices	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien au développement ou à l'exploitation d'infrastructures numériques novatrices par la COMME.