



10 décembre 2009

Audition relative à la modification de l'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV)

Résumé des résultats

1 Introduction

En application de l'art. 10 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 consulté les milieux concernés à propos des projets de modification de l'ordonnance du 9 mars 2007 sur la radio et la télévision, de son annexe 3 et de la concession SSR du 28 novembre 2007. Ouverte le 24 août 2009, la consultation s'est terminée le 23 octobre 2009.

L'Office fédéral de la communication (OFCOM) a reçu 164 avis (voir annexe). Certains émanaient de personnes ou de groupements n'ayant pas été invités officiellement à s'exprimer, par exemple deux partis politiques (UDC et les Libéraux-Radicaux) et de nombreux citoyens (105).

L'OFCOM a publié les avis – à l'exception de ceux des citoyens – dans leur intégralité sur son site internet (www.ofcom.admin.ch -> Documentation -> Législation -> Consultations).

Sunrise Communications AG, SEC Suisse et l'asut n'avaient pas de remarque à faire. ProCinema et suissimage ont renoncé à fournir un avis propre et ont renvoyé à celui de Cinésuisse; l'Union Patronale Suisse a fait de même et s'est rallié à l'avis d'economiesuisse. Le Centre Patronal juge le projet bon dans son entier et n'émet aucune remarque.

La plupart des avis ne contiennent que des remarques sur un seul sujet. Les modifications des dispositions sur la publicité et le parrainage (notamment les assouplissements prévus pour la SSR) ont clairement suscité la plupart des commentaires.

Les 105 citoyens qui se sont exprimés s'opposent unanimement à une libéralisation du domaine de la publicité au bénéfice de la SSR.

Hormis les opinions qu'ils ont émises sur les projets, les participants à la consultation ont mentionné d'autres aspects à prendre en compte lors de la révision:

- Les organisations de protection des consommateurs demandent une interdiction de la publicité pour les aliments à haute teneur en sucre, en graisse ou en sel, entre 6h et 21h (FRC, Stiftung für Konsumentenschutz, ACSI).
- RadiolIndustrie suggère la création d'une Région Zug pour la diffusion d'une radio à long terme pour les jeunes.
- Swissfilm Association propose d'augmenter à plus de 50% la proportion d'œuvres suisses ou européennes que les chaînes titulaires d'une concession sont tenues de diffuser.
- Les associations de prévention des dépendances demande une meilleure prise en compte de la protection de la santé et des jeunes dans la diffusion de publicité pour de l'alcool (Fachverband Sucht/Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies ispa/GREA).
- La SSR propose que la chaîne swissinfo ne soit pas soumise à l'interdiction de publicité et de parrainage, et que l'art. 14 de la concession SSR soit modifié en conséquence.
- La SSR et publisuisse réclament une adaptation de l'art. 11 ORTV concernant les références au programme.
- Schweizer Presse, Telesuisse et 3 Plus souhaitent que dans la liste des programmes étrangers devant être diffusés, ORF 1 soit remplacé par ORF 2.
- Telesuisse demande la suppression de l'art. 41, al. 3, ORTV, en vertu duquel le département peut interdire certains types d'émission dans la concession.
- 3 Plus souhaite voir réduite l'ampleur du rapport annuel que les diffuseurs sans concession sont tenus de soumettre (art. 27 ORTV); en particulier, l'indication des revenus totaux de la publicité et du parrainage ne devrait plus être obligatoire.

2 Ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV)

Art. 6, al. 1 (Obligation de promouvoir les films suisses)

Le projet prévoit que les diffuseurs régionaux-linguistiques ou nationaux soient dispensés de l'obligation de promouvoir les films suisses si leurs charges d'exploitation annuelles sont inférieures à 200 000 francs.

Cette dispense est acceptée par tous ceux qui se sont exprimés à ce sujet (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, Cinésuisse, SFP, Alphavision, ARBUS, VSP, suissimage, Telesuisse, 3 Plus, FER).

D'autres modifications ont été proposées: Il devrait être énoncé clairement que les lettres a et b doivent être remplies toutes les deux (Tamedia). De manière analogue au projet de l'art. 8, al. 2, ORTV, les diffuseurs de programmes de télévision dont le nombre d'émissions est peu élevé devraient également être dispensés (Alphavision), les petits diffuseurs qui poursuivent un but lucratif payer une redevance forfaitaire (ARBUS), les dépenses consenties pour des films ou des séries TV suisses être déductibles (ce qui impliquerait une modification de l'al. 2, 3 Plus) et la limite pour une dispense être augmentée à 500 000 francs de charges d'exploitation (FER).

Art. 8, al. 2 (Adaptation des émissions pour les malentendants et les malvoyants chez les autres diffuseurs de télévision)

Le projet prévoit que les diffuseurs régionaux-linguistiques ou nationaux soient dispensés de l'obligation d'adapter des émissions pour les malentendants et les malvoyants si leurs charges annuelles d'exploitation sont inférieures à 200 000 francs, si celles-ci ne se prêtent pas à l'adaptation requise ou s'il s'agit d'un programme comptant peu d'émission.

Tous les participants qui ont donné leur avis sur ce sujet approuvent cette dispense (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, FSS, Tamedia, sonos, ARBUS, VSP, SSR, Telesuisse, FER). ARBUS plaide en faveur d'une compensation sous forme d'une redevance forfaitaire pour les diffuseurs qui poursuivent un but lucratif. La SSR estime que l'adaptation des émissions pour les malentendants et les malvoyants devrait être financée par les œuvres sociales et non par la redevance de réception. Tout comme pour l'art. 6. al. 2, du projet, la FER demande une élévation de la limite pour une dispense à 500 000 francs de charges d'exploitation.

Art. 12, al. 1^{bis} et 2 (Identification de la publicité)

L'al. 1^{bis} prévoit que pour la diffusion d'un spot isolé n'excédant pas 10 secondes l'affichage de la mention "publicité" pendant toute la durée du spot puisse remplacer la séparation de la publicité. A l'al. 2, la formulation "identifiable comme étant de la publicité" est remplacée par "au moyen du terme «publicité»".

Ces modifications ont été largement applaudies, ou pour tout le moins acceptées (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, ASA, ASW, Schweizer Presse, Publicité Romande, VSP, Swissfilm Association, Presse Suisse, SSR, bsw, Telesuisse, economiesuisse, Publicité suisse, USP, Union Patronale Suisse, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, IGEM, impressum Les journalistes suisses).

ARBUS s'est expressément opposé à la suppression du signal optique.

Certains participants proposent d'augmenter la durée maximum des spots diffusés hors bloc de 10 à 20, voire 30 secondes (ASA, ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen, SSR, bsw, publisuisse, IGEM).

Le Conseil suisse de la presse et impressum Les journalistes suisses s'opposent à la suppression de l'actuel alinéa 1. Toutefois, cette suppression n'était pas prévue: il s'agit d'une erreur dans le projet soumis à consultation. L'al. 1 indiqué est en réalité l'al. 1^{bis}.

Art. 18 (Insertion de publicité)

Concernant les interruptions publicitaires, le projet s'apparente à la réglementation européenne. D'une part, la diffusion de spots isolés – une dérogation au principe de diffusion par blocs – est déclarée admissible lors de transmissions d'événements sportifs et exceptionnellement dans le reste du programme (al. 1). Le projet prévoit une interruption par tranche programmée de 30 minutes pour les films, les émissions d'information et les magazines d'actualité politique (al. 2). Les autres émissions peuvent être interrompues sans restrictions (al. 4). Exception: comme c'est déjà le cas aujourd'hui, les transmissions de services religieux et les émissions pour enfants ne doivent pas être interrompues par de la publicité (al. 3). S'agissant des programmes de radio non concessionnés et des programmes de télévision non concessionnés qui ne peuvent pas être captés à l'étranger, seule s'applique encore la restriction figurant à l'al. 3.

La majorité des participants se sont réjouis de ces modifications ou les ont acceptées (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, ASA, ASW, Publicité Romande, RRR, Swissfilm Association, SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, economiesuisse, Publicité suisse, USP, Union Patronale Suisse, 3

Plus, kf, Aktion Medienfreiheit, IGEM, impressum Les journalistes suisses). D'autres en sont satisfaits, mais doutent de leur effet sur les diffuseurs privés et proposent une ouverture plus large concernant les films, les émissions d'information et les magazines d'actualité politique, à savoir une autorisation d'interruption publicitaire toutes les 20 minutes, et non toutes les 30 minutes (Schweizer Presse, VSP, Presse Suisse, Telesuisse, economiesuisse, Union Patronale Suisse).

La Stiftung für Konsumentenschutz, l'ACSI, ARBUS et la FER sont opposées à une libéralisation, cette dernière toutefois moins fermement que les autres.

Certains participants dans l'ensemble favorables à cette nouvelle disposition proposent que certaines émissions ne puissent pas être interrompues par de la publicité, notamment celles explicitement produites à des fins d'enseignement (CDIP) ainsi que les films de fiction et les documentaires (Ciné suisse, SFP, suissimage).

La RRR estime que la notion d'émission devrait être différenciée pour la radio.

Le Conseil suisse de la presse est opposé à de nouvelles exceptions au principe de diffusion par blocs, qui devraient être explicitement mentionnées.

Par contre Swissfilm Association, la SSR, Publicitas Cinecom, 3 Plus et publisuisse voient d'un bon œil l'introduction des spots isolés, mais regrettent que seules les transmissions d'événements sportifs soient concernées. L'IGEM estime qu'il faudrait clarifier quelles sont les exceptions.

Publicitas Cinecom et 3 Plus estiment que l'exemption prévue à l'al. 7 devrait s'appliquer à tous les diffuseurs privés dont les programmes ne peuvent pas être captés à l'étranger, ou au moins à ceux qui ne bénéficient pas d'un accès garanti ni d'une quote-part de la redevance, donc également les diffuseurs titulaires d'une concession octroyée sous l'ancien régime.

Art. 19 (Durée de la publicité)

Le projet simplifie la réglementation sur la durée de la publicité et constitue – dans la mesure où cela est possible sans modifier la loi – une adaptation aux normes européennes.

Cette modification a été accueillie favorablement par la majorité, ou pour le moins acceptée (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, ASA, ASW, Schweizer Presse, Publicité Romande, VSP, Swissfilm Association, Presse Suisse, SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Publicité suisse, USP, Union Patronale Suisse, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, Aktion Medienfreiheit, IGEM).

Plusieurs participants espèrent qu'à la prochaine occasion, la limite du temps consacré à la publicité (15%) soit supprimée (ASW, USAM, SSR, bsw, Tele Südostschweiz, publisuisse, IGEM).

Goldbach Media Gruppe et Publicitas Cinecom proposent que la limite des 12 minutes s'applique à une notion d'heure flexible et non pas à une heure d'horloge.

Publicitas Cinecom et 3 Plus souhaitent que la dispense prévue à l'al. 2 s'applique à tous les diffuseurs privés dont les programmes ne peuvent pas être captés à l'étranger, ou au moins à ceux qui ne bénéficient pas d'un accès garanti ni d'une quote-part de la redevance.

Art. 20, al. 2 (Mention du parrain)

La disposition sur la mention du parrain s'aligne sur la réglementation européenne: la mention ne doit désormais pas contenir de références promotionnelles à des biens ou des services.

La modification est majoritairement bien reçue (ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Tamedia, ASA, ASW, ASROC, Schweizer Presse, Publicité Romande, majorité VSP, RRR, USAM, Swissfilm Association, Presse Suisse, SSR, bsw, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, UNIKOM, Tele Südostschweiz, Publicité suisse, USP, 3 Plus, publisuisse, kf, FER, Aktion Medienfreiheit, IGEM).

Certains participants souhaitent que toute la disposition soit amenée au niveau européen, par exemple en supprimant la première phrase "La mention du parrain ne doit contenir que des éléments servant à son identification" (Tamedia, Schweizer Presse, minorité VSP, USAM, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, Tele Südostschweiz, Aktion Medienfreiheit, IGEM). La SSR et publisuisse ont une demande similaire, selon laquelle les éléments d'identification définis à l'art. 3f, let. c, de la directive SMA, devraient être repris. L'ASW et la bsw signalent une éventuelle contradiction ou certaines imprécisions dans la réglementation.

Publisuisse estime que la disposition selon laquelle la mention du parrain pourrait être diffusée avant, pendant et après l'émission devrait être reprise de la directive SMA.

ARBUS rejette la proposition et le Conseil suisse de la presse avertit que le principe de la séparation de la publicité serait menacé.

Swissfilm Association plaide en faveur d'une suppression de la règle sur les incrustations à l'al. 3.

Art. 21, al. 2 et 3 (Placement de produits)

Dans ce domaine aussi, le projet se rapproche de la réglementation européenne. Il s'agit d'un durcissement par rapport à la réglementation actuelle pour ce qui est du signalement du placement de produits (au début, à la fin et après toute interruption publicitaire), mais d'un assouplissement en ce qui concerne le contenu de la déclaration. Afin de correspondre au mieux à la réglementation européenne, les termes "aides matérielles à la production" et "prix" ont été introduits.

Dans l'ensemble, ces nouveautés sont acceptées (ProSieben Schweiz, CDIP, Tamedia, Schweizer Presse, Publicité Romande, Presse Suisse, Telesuisse, kf, FER, impressum Les journalistes suisses).

La déclaration simplifiée a été particulièrement applaudie (ASW, Swissfilm Association, SSR, bsw, publisuisse), de même que l'introduction des aides matérielles à la production (SSR).

Par contre, le signalement répété est refusé (Swissfilm Association, SSR, Publicitas Cinecom, 3 Plus, publisuisse) ou considéré comme inapplicable (ASA, ASW, bsw, Allianz Schweizer Werbeagenturen, IGEM).

Plusieurs propositions ont été faites: Le terme "valeur négligeable" / "untergeordneter Wert" (Publicité Romande) ou la différenciation entre le placement de produits et les "aides matérielles à la production de valeur négligeable" (Alphavision) devraient être précisés. La SSR et publisuisse proposent que des chiffres soient indiqués. Les prix à gagner lors de concours ne devraient être considérés comme du placement de produits que si leur valeur est élevée et qu'ils sont donc soumis aux dispositions strictes concernant la déclaration (SSR, publisuisse).

Quant à savoir à quels films doit s'appliquer l'obligation de déclarer, plusieurs propositions ont été formulées. L'interdiction du placement de produits dans des films documentaires ne devrait pas conduire à une inégalité de traitement entre les films produits à l'extérieur et les coproductions réalisées dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel (Cinésuisse, SFP, SSR, swissimage). Pour garantir une limitation aux autoproductions propres et aux productions de commande, il faudrait reprendre l'art. 3g, let. d, de la directive SMA (SSR, 3 Plus). Seules devraient être concernées les coproductions dans lesquelles la participation atteint au moins 50% (SSR).

La CDIP estime que le placement de produits est à interdire dans les émissions explicitement conçues à des fins d'enseignement.

Le besoin de protection des enfants dans les émissions qui les concernent est remis en question en raison de la forte confrontation qu'ils connaissent par le biais des jeux sur l'ordinateur (kf). Cependant, il n'est pas souhaitable de s'écarter des mesures actuelles de protection des enfants (ARBUS).

3 Plus verrait d'un bon œil que les diffuseurs de programmes ne pouvant pas être captés à l'étranger, sans concession, sans quote-part de la redevance et non soumis à l'obligation de diffuser soient exemptés de l'obligation renforcée de déclarer.

Art. 22, al. 1, 1^{bis} et 2, let. a (Restrictions supplémentaires en matière de publicité et de parrainage pour les programmes de la SSR)

Le projet fait passer de 8% à 15% le maximum du temps d'émission quotidien consacré à la publicité pour la SSR. La réglementation en matière d'interruption est assouplie.

Plusieurs participants refusent ces propositions (Tamedia, FRC, Stiftung für Konsumentenschutz, UDC, ARBUS, Schweizer Presse, ACSI, VSP, RRR, certaines associations de l'USAM, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Union Patronale Suisse, 3 Plus, Aktion Medienfreiheit, PLR Les Libéraux-Radicaux).

ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Publicité Romande, Swissfilm Association, Publicité suisse, l'USP, la FER, Cinésuisse, la SFP et suissimage se réjouissent de ces assouplissements. L'ASA, l'ASW, la SSR, la bsw et publisuisse sont d'avis qu'ils devraient même aller plus loin. Sat.1 Schweiz estime que la libéralisation doit être menée avec mesure.

La CDIP accepte dans l'ensemble l'assouplissement de la réglementation en matière d'interruption publicitaire, mais propose de ne pas autoriser les interruptions dans des émissions explicitement conçues à des fins d'enseignement dans les écoles et effectivement diffusées dans ce but. Cinésuisse, la SFP et suissimage font la même proposition pour les films de fiction et les films documentaires.

Publisuisse estime que l'interdiction d'interrompre les émissions pour enfants avec de la publicité devrait être supprimée.

Plusieurs participants estiment que la question d'un éventuel assouplissement doit être liée à celle des redevances (FRC, Stiftung für Konsumentenschutz).

La CDIP est plutôt opposée à une augmentation du temps quotidien autorisé pour la publicité. Le Conseil suisse de la presse et le SSM remettent en question l'adhésion à une libéralisation de la publicité pour la SSR.

Art. 23, let. d (Publicité et parrainage dans les autres services journalistiques de la SSR)

Le projet prévoit d'assouplir l'interdiction de la publicité et du parrainage dans d'autres offres journalistiques de la SSR dans le domaine du sport et du divertissement. La concession SSR serait modifiée en conséquence.

Tamedia, UDC, Schweizer Presse, VSP, quelques associations professionnelles de l'USAM, Presse Suisse, Goldbach Media Gruppe, Telesuisse, economiesuisse, Publicitas Cinecom, Tele Südostschweiz, l'Union Patronale Suisse, 3 Plus, Aktion Medienfreiheit et le PLR Les Libéraux-Radicaux s'opposent à cette proposition.

ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, Publicité Romande, Swissfilm Association et l'USP sont favorables à la libéralisation; l'ASA, l'ASW, la SSR, la bsw et publisuisse estiment même qu'elle devrait être autorisée de manière générale dans l'offre en ligne de la SSR.

L'USAM n'y est pas absolument opposée, mais propose comme solution de remplacement l'interdiction des fenêtres publicitaires suisses.

La CRR et la RRR trouvent la libéralisation judicieuse. Elle ne doit toutefois pas se faire au détriment des privés. ARBUS estime que la libéralisation est envisageable, mais elle doit s'accompagner de mesures (p. ex. limitation de l'ampleur, pas d'introductions publicitaires, pas d'empiètement sur les informations, etc.)

Le SSM, Publicité suisse et la FER sont sceptiques concernant l'assouplissement de la réglementation.

Art. 37 (Diffusion en dehors de la zone de desserte)

Le projet prévoit que les programmes de radio diffusés par voie hertzienne terrestre et bénéficiant d'une quote-part de la redevance puissent être diffusés en-dehors de leur zone de desserte non seulement via des lignes, mais aussi par satellite.

Tamedia et Unikom acceptent sans réserve.

Pour l'ASROC, la diffusion non cryptée par satellite doit pouvoir se faire. Plusieurs participants souhaitent que cette possibilité soit également offerte aux diffuseurs de programmes radio concessionnaires sans quote-part (Schweizer Presse, RRR, Presse Suisse, Telesuisse). En outre, la diffusion en-dehors de la zone de desserte devrait reposer sur d'autres technologies, notamment les technologies numériques (Schweizer Presse, VSP, RRR, Presse Suisse, Telesuisse, diffuseurs de programmes de radio bénéficiant d'une quote-part).

Art. 39, al. 1 (Fixation de la quote-part de la redevance)

Pour les programmes de radio complémentaires, le plafond de la quote-part annuelle passerait de 50% à 70% des coûts d'exploitation.

Cette modification est largement acceptée, voire applaudie (Tamedia, ARBUS, Publicité Romande, Vorstand VSP, UNIKOM, FER, Minderheit RRR). ARBUS estime toutefois que les dispositions sur l'établissement des comptes devraient être modifiées.

La RRR préfère majoritairement la disposition actuelle.

Les membres de la VSP bénéficiant d'une quote-part et les diffuseurs de programmes de radio bénéficiant d'une quote-part préfèrent la disposition actuelle (majorité), pour autant que le plafond maximal de 70% s'applique à tous les diffuseurs ayant droit à une quote-part (minorité).

Art. 44 (Concessions pour les programmes de courte durée)

Le projet prévoit que la possibilité de diffuser des programmes limités dans le temps et dans l'espace, qui ne concerne actuellement que les radios OUC, soit étendue à d'autres technologies de diffusion par voie hertzienne terrestre ainsi qu'à la télévision. En outre, les diffuseurs ne devraient pouvoir obtenir par année qu'une seule concession pour une diffusion de courte durée.

Dans l'ensemble, ces dispositions ne sont pas fondamentalement rejetées, mais elles font l'objet de nombreuses propositions de modification:

Est notamment demandée la consultation préalable des diffuseurs concernés dans chaque zone de desserte (Tamedia, CRR, Schweizer Presse, VSP, RRR, Presse Suisse, Telesuisse). Certains participants ne sont pas favorables à l'octroi de concessions pour une diffusion de courte durée à des programmes régionaux et souhaitent que ce type de concessions soit réservé aux programmes locaux (CRR, VSP, RRR). En outre, ces diffuseurs devraient être soumis aux mêmes conditions que les diffuseurs concessionnaires, par exemple concernant la publicité et l'interdiction des annonces de radars (CRR, RRR).

Certains participants estiment que la réglementation est trop restrictive, notamment la limitation d'une concession par année (Goldbach Media Gruppe, FER). Les concessions pour des diffusions de courte durée devraient être limitées à 60 jours, et non à 30 jours. La condition d'un événement se déroulant dans la zone de desserte est jugée trop limitative (ASROC).

Goldbach Media Gruppe propose que la norme ne s'applique qu'aux programmes de radio étant donné que depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle LRTV les programmes de télévision ne sont plus soumis qu'à l'obligation d'annoncer.

Art. 49, al. 3 et 3^{bis} (Soutien à la diffusion de programmes de radio)

Cette modification doit permettre de mieux soutenir la diffusion de programmes radiophoniques.

Personne ne l'a contestée; elle a même été applaudie par certains (Tamedia, VSP, RRR, Telesuisse, les diffuseurs de programmes de radio bénéficiant d'une quote-part, FER).

ARBUS souhaiterait voir mentionné explicitement à l'al. 1 que les radios complémentaires ont droit à un soutien.

Les diffuseurs de programmes de radio bénéficiant d'une quote-part proposent de compléter l'al. 3^{bis} pour préciser comment le solde d'argent doit être versé, si le montant a déjà été fixé dans une décision.

Art. 51 (Contributions aux investissements dans les nouvelles technologies: conditions requises et calcul des contributions)

Le projet prévoit de renforcer le soutien à l'aménagement d'infrastructures pour les nouvelles technologies. A l'avenir, les sommes pourraient aussi être versées directement pour les investissements et non plus seulement sur les amortissements.

De manière générale, cette modification a reçu un accueil favorable (Tamedia, CRR, VSP, RRR, Cablecom, SSR, FER, Telesuisse, PLR Les Libéraux-Radicaux, UNIKOM). Il est demandé que les investissements puissent porter sur des objets aussi variés que possibles, p. ex. la location des supports ou le transport de signaux numériques du studio à l'émetteur (Tamedia, VSP, RRR, Telesuisse).

Plusieurs réserves ont également été émises. Tamedia estime qu'il est important d'introduire une règle sur la transparence pour que l'OFCOM publie les subventions promises; ARBUS se demande si cette forme de subventions est praticable; Cablecom souhaite qu'il soit interdit au titulaire d'une concession de service universel de recevoir des contributions aux investissements pour un réseau d'émetteurs conçu par lui; l'UNIKOM souhaite que les diffuseurs détiennent des participations dans l'entreprise chargée de la construction du réseau d'émetteurs.

La CRR, la RRR et le PLR Les Libéraux-Radicaux appellent de leurs vœux un soutien encore plus marqué aux technologies (100 % pendant 2 ans, ensuite 75 %).

Art. 54, al. 2 et 3 (Fournisseurs de services de télécommunication astreints à la diffusion)

Le projet prévoit de dispenser de l'obligation de diffuser les fournisseurs de services de télécommunication qui, pour des raisons techniques, ne peuvent pas assurer la diffusion dans la zone de desserte définie dans la concession.

Cette modification est refusée pour plusieurs raisons, notamment la crainte d'un relâchement de l'obligation de diffuser ou encore l'inégalité de traitement des fournisseurs de services de télécommunication (Tamedia, Schweizer Presse, VSP, RRR, Cablecom, Presse Suisse, Telesuisse).

Swisscable est d'accord avec la modification, mais propose que soit pris en compte le problème des dessertes insuffisantes ou excessives. Il suggère que les fournisseurs de services de télécommunication puissent diffuser une chaîne de télévision régionale concessionnaire dans l'ensemble de leur zone de desserte lorsqu'une grande partie de cette dernière correspond à la zone couverte par la concession et que pour des raisons techniques, une limitation à la zone de concession n'est pas possible. L'OFCOM devrait pouvoir dispenser un fournisseur de services de télécommunication de l'obligation de diffuser si seule une petite partie de sa zone de desserte correspond à la zone de concession du diffuseur TV régional titulaire d'une concession et que, pour des raisons technique, une limitation à la zone de desserte n'est pas possible.

La FER et la SSR sont d'accord avec la modification pour autant que la nouvelle réglementation n'ait pas pour conséquence que les fournisseurs IPTV soient dispensés de l'obligation de diffuser simultanément les services associés, l'USP pour autant que les dispenses soient accordées avec une certaine retenue dans la pratique et Orange, pour autant que la dispense soit accordée pour des raisons non seulement techniques, mais aussi économiques.

Orange est d'avis que l'obligation d'informer ne devrait pas aller si loin pour les fournisseurs de services de télécommunication dispensés de l'obligation de diffuser (au lieu de "informer annuellement l'OFCOM de l'état technique", il suffirait d'écrire "L'OFCOM peut demander ... de fournir les justifications nécessaires").

Art. 69, al. 1 et 1^{bis} (Accès direct à l'événement public)

Pour les rendre compatibles avec la pratique, le projet adapte les délais liés à l'accès direct aux événements publics.

Cette modification est refusée parce qu'elle complique l'accès et qu'elle occasionne des charges pour les diffuseurs (Tamedia, Swissfilm Association), parce que la version actuelle limite déjà fortement le droit à l'extrait (ARBUS, UNIKOM) ou parce que les délais actuels ont fait leurs preuves (Schweizer Presse, Presse Suisse, Telesuisse).

Par contre, la FER et la SSR y sont favorables. La SSR propose de remplacer "jours" par "jours ouvrables" et, pour les événements à court terme, d'exiger l'annonce non pas "dans les plus brefs délais", mais "au plus tard dans les 12 heures suivant la communication de l'événement à court terme".

Tamedia trouve trop absolu le critère du mandat de prestation déterminant la suite de droit à l'accès ("par exemple"), contrairement à la SSR, qui y est favorable.

La SSR souhaite l'inscription à l'art. 68 d'une limitation du droit à l'extrait à 90 secondes et un alignement des délais inscrits à l'art. 70 sur ceux prévus à l'art. 69.

Art. 80a (Dispositions finales: exécution)

Hormis Tamedia, qui se déclare d'accord avec cette proposition, personne ne s'exprime sur cet article.

3 Annexe 3 (Liste des programmes étrangers devant être diffusés sur des lignes)

D'après la liste des programmes étrangers devant être diffusés sur des lignes, le projet prévoit que la chaîne ARTE ne soit plus diffusée qu'à partir de 19 heures.

Cette modification n'est pas controversée. Tamedia et Swisscable l'approuvent. ARBUS souligne que la règle qui va au détriment d'ARTE doit être modifiée si les circonstances changent.

Concernant l'annexe 3, plusieurs participants demandent qu'ORF 1 soit remplacée par ORF 2 (Schweizer Presse, Telesuisse, 3 Plus).

4 Concession SSR, art. 13, al. 3

Sur la base de la modification de l'art. 23, let. d, de l'ORTV, la concession SSR devrait autoriser la publicité et le parrainage dans les autres services journalistiques concernant exclusivement le sport ou le divertissement.

Il convient de se référer aux avis rendus sur l'art. 23, let. d.

Selon Presse TV, cette disposition devrait figurer dans l'ordonnance.

La SSR souhaite que l'art.14 de sa concession soit également revu: le programme de swissinfo ne devrait pas non plus être soumis à l'interdiction de la publicité et du parrainage.

Annexe: Liste des participants

3 Plus

ACSI Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

Aktion Medienfreiheit

Alphavision

ARBUS

ASA Association Suisse des Annonceurs

asut Association Suisse des Télécommunications

ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen

bsw Association des agences de publicité et de communication leaders en Suisse

Cablecom GmbH

CDIP Conférence suisse des directeurs cantonaux de l'instruction publique

Centre Patronal

Ciné suisse (Association faîtière Suisse de Liaison du Cinéma et de l'Audiovisuel)

Conseil suisse de la presse

CRR Communauté radiophonique romande

Diffuseurs avec une quote-part de la redevance

economiesuisse

Fachverband Sucht / Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomantes / GREA

FER Fédération des Entreprises Romandes

FRC Fédération romande des consommateurs

FSS Fédération Suisse des Sourds

Goldbach Media Group

IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien

impressum Les journalistes suisses

Konsumentenforum (kf)

Orange Communications SA

PLR Les Libéraux-Radicaux

Presse Suisse

Presse TV

ProCinema (Association Suisse des exploitants et distributeurs de films)

ProSieben (Schweiz) AG

Publicitas Cinecom

Publicité Romande

Publicité Suisse PS

Publisuisse SA

RadiolIndustrie

RRR Union romande de radios régionales

Sat.1 (Schweiz) AG
Schweizer Presse
SEC Suisse
Sonos Association Suisse pour organisations de sourds et malentendants
SRG SSR idée suisse
SSM Schweizer Syndikat Medienschaffender
Stiftung für Konsumentenschutz
Suissimage (Coopérative suisse pour les droits d'auteurs d'oeuvres audiovisuelles)
Sunrise Communications AG
SVOKR Schweizerische Vereinigung für Online und Kabel Radios
Swisscable
Swissfilm Association
Swiss Film Producers' Association (SFP)
Tamedia
Tele Südostschweiz
Telesuisse
UDC
UNIKOM Union nicht-kommerzorientierter Lokalradios
Union Patronale Suisse
USAM Union Suisse des arts et métiers
USP Union Suisse des Paysans
VSP Verband Schweizer Privatradios