



Communauté Télévisuelle Romande

## ORTV Prise de position de la CTvR

### RESUME

La Communauté Télévisuelle Romande prend acte avec satisfaction du projet d'ordonnance sur la radio et la télévision qui concrétise le statut particulier de l'audiovisuel suisse dont les acteurs sont confrontés à une concurrence inégalée en Europe et aux changements rapides posés par les nouvelles technologies.

Elle salue globalement l'ordonnance et plaide, dans l'esprit des nouvelles dispositions européennes, pour que le projet du Conseil fédéral soit moins restrictif pour les acteurs suisses (radios, télévisions régionales et SRG SSR idée suisse). Les règles publicitaires pour l'activité antenne radio et télévisuelle et les activités en ligne doivent également être assouplies et inspirées de la réglementation européenne. Enfin, la CTvR demande une mise en vigueur rapide de l'accès à la quote-part de la redevance et du soutien aux nouvelles technologies et souhaite une meilleure coordination de la formation professionnelle et des études universitaires consacrées aux médias.

La CTvR se réjouit de l'ouverture légale relative à la situation particulière de la Suisse, dont le pays est subdivisé en 4 régions linguistiques, toutes arrosées de programmes des pays voisins, phénomène encore renforcé par le câblage très important des foyers suisses. Avec l'adoption de la nouvelle LRTV le 24 mars 2006, le législateur a tenu compte des particularités de l'audiovisuel avec le mandat de prestation reconnu aux diffuseurs régionaux et de la faculté du financement mixte.

Le marché suisse est soumis à une concurrence qui va se développer d'une part avec les nouvelles technologies d'autre part avec les nouveaux acteurs concessionnés ou non. Il est essentiel pour ces développements que les diffuseurs suisses actuels puissent rivaliser avec des conditions égales face aux acteurs nouveaux et externes.

En outre, les télévisions régionales romandes insistent sur la nécessité de mettre en œuvre de manière rapide et coordonnée la LRTV et son ordonnance d'application dès avril 2007. Elles prient les autorités de tout mettre en œuvre pour que les étapes permettant l'attribution des nouvelles concessions soient le plus courtes possibles. Elles demandent que les régions dans lesquelles il ne se manifeste pas d'opposition puissent être attribuées sans attendre que l'ensemble des éventuels recours concernant d'autres régions soient réglés. Pour faire suite à la Conférence d'attribution des fréquences du mois de juin à Genève, elles demandent qu'un plan de mise en œuvre des nouvelles technologies assorti d'un calendrier soit publié très rapidement de manière à ce que les acteurs intéressés puissent se préparer ; ce plan devrait être assorti du type de technologies soutenues et de toute remarque utile telle que prévision au niveau des délais.

Enfin, la CTvR demande le renforcement des subventions à la formation professionnelle (CRFJ et MAZ).

## REMARQUES DE LA CTvR SUR LES DISPOSITIONS CONCERNEES DE L'ORTV

### 2.1 PUBLICITE ET PARRAINAGE

Ce chapitre important (art. 10-21 ORTV) rassemble les dispositions qui doivent permettre aux acteurs suisses de se confronter à la concurrence avec des armes égales.

Il est à noter qu'en télévision les fenêtres publicitaires se sont fortement développées ces dernières années : RTL en 1993, Sat1 en 1997, Pro7 en 1997, RTL2 en 1997, Kabel 1 en 1999, MTV en 2000, Vox en 2002, M6 en 2002, Super RTL en 2004. Sur la seule Suisse alémanique, les fenêtres publicitaires représentent 44 % du marché publicitaire (!) à CHF 272 millions contre 48 % pour SF DRS à CHF 296 millions et 9 % pour les TV privées suisses à CHF 56 millions (y inclus Viva).

#### **Publicité – Principes généraux (art. 10,1)**

Les diverses interdictions générales sont : tabac (art. 10,1a), boissons alcoolisées (art. 10,1b), médicaments (art. 10,2a), publicité clandestine (art. 10,3), publicité subliminale (art. 10,3).

Ces interdictions reprennent l'ordonnance actuelle. Pour l'interdiction de la publicité clandestine, il faudrait préférer la formulation actuelle de l'ORTV (10,2).

#### **Fidélisation du public (art. 10,2)**

La faculté de fidéliser le public par des références aux programmes, émissions et matériels d'accompagnement est à saluer. Ces références figurent à titre d'exception à la publicité à l'art. 10,2. Elles reprennent les règles européennes, à la suite de la modification de l'ORTV actuelle (11 bis) en 2001.

La pratique relative à ces notions référentielles (programme, émission, matériel d'accompagnement) a fait l'objet d'une pratique vérifiée par l'OFCOM depuis 2001. La CTvR part du principe que la nouvelle ordonnance consacre cette pratique et n'y apporte aucune restriction. La pratique actuelle de l'OFCOM qui englobe le cross media doit aussi être maintenue.

A propos des nouvelles formes de publicité (écran partagé art. 12; interactive art. 13; virtuelle art. 14), la CTvR ne comprend pas la restriction au seul moyen optique qui figure à l'art. 12,8 b et c. Pour la publicité virtuelle (art. 14,2 a), la CTvR s'étonne que l'ordonnance mentionne spécifiquement les manifestations sportives au lieu de généraliser cette possibilité de publicité à d'autres manifestations, qu'elles soient culturelles, sportives, ou autres.

#### **Insertion de la publicité (art. 17)**

L'art. 17,2 atteste de la faiblesse de certains concepts d'émissions (art. 2b LRTV). Si l'émission forme un tout, comment peut-elle avoir des parties autonomes (17,2 ORTV) ?

#### **Parrainage (art. 19 et 20)**

Les articles 19 et 20 concernent la mention et la présence du parrain. Ils doivent être mieux coordonnés et mieux formulés. Pour l'art. 19, la mention du parrain est possible, d'ailleurs selon la pratique actuelle. La 2<sup>ème</sup> phrase est totalement imprécise et doit être adaptée à l'allemand en remplaçant "aucune référence promotionnelle" par "aucune référence publicitaire".

L'art. 20 précise, toujours selon la pratique actuelle, que les biens (à traduire par "produits") ou services du parrain peuvent être intégrés dans l'émission. Il faut donc adapter la 2<sup>ème</sup> phrase du 1<sup>er</sup> alinéa, car le principe consacré est la faculté d'intégrer les services ou les produits – et c'est l'accompagnement qui ne doit pas avoir d'effet publicitaire. Le produit et/ou le service peut être mentionné, donc l'intégration n'a pas en elle-même d'effet publicitaire.

### **Restrictions supplémentaires en matière de publicité et de parrainage pour SRG SSR (art. 21)**

L'ORTV règle l'application de la loi par des dispositions qui valent pour tous les acteurs/diffuseurs en matière de publicité et de parrainage. On peut s'interroger à ce sujet sur l'art. 21 qui vise uniquement la SRG SSR et qui relève donc plus de sa concession que de l'ordonnance.

La base légale de l'article 14,3 LRTV donne la faculté au Conseil fédéral d'intervenir. La CTvR veut attirer l'attention à la fois des autorités et des milieux consultés sur la nécessité d'assouplir les règles de l'ordonnance et de reprendre les normes européennes en les appliquant à tous les acteurs suisses – radios et TV régionales et SRG SSR – pour leur permettre d'affronter la concurrence.

S'il peut s'avérer judicieux, au niveau de la concession SSR, d'adopter des règles différenciées entre la SRG SSR et les diffuseurs suisses, il serait en revanche inconséquent de pénaliser la SSR par rapport aux diffuseurs étrangers qui arrosent le marché suisse avec une part de marché de près de 2/3 des téléspectateurs. C'est en ce sens que la CTvR demande la modification de certains alinéas de l'art. 21.

#### **Art. 21, al. 1**

La suppression de la coupure publicitaire, autorisée jusqu'alors pour les fictions de cinéma ou de télévision de plus de 90', est trop radicale (car elle ne fait aucune distinction entre les oeuvres de cinéma et celles de télévision, d'une part, et entre le cinéma européen et le cinéma américain, d'autre part). Cette restriction est infondée dans le système concurrentiel qui s'applique à l'ensemble du paysage télévisuel et qui doit donc valoir aussi bien pour les diffuseurs étrangers que suisses.

#### **Art. 21,8**

Cet alinéa est problématique car il n'applique pas le cadre légal de la LRTV qui a admis la publicité pour les TV SRG SSR, l'a interdite pour les radios SRG SSR et a autorisé le parrainage pour les deux médias.

La CTvR estime que la règle générale asymétrique de la LRTV (publicité en TV et pas en radio; parrainage dans les deux médias SRG SSR) doit s'appliquer à l'ensemble de l'activité SSR, aussi bien pour les programmes radio et TV que les services on-line, qui pourront se développer considérablement à l'avenir.

Le couplage publicité et parrainage est déjà pratiqué sur les fenêtres publicitaires – et même parfois le couplage entre la publicité sur la TV et la radio (IP Média), ce qui montre à quel point cette réglementation introduit une distorsion injustifiée qui ne profite qu'au marché extérieur.

#### **Art. 31 – Redevance (régale) de concession**

Ne pas intégrer dans la taxation le montant des apports de la quote-part – ce qui reviendrait à taxer la contribution des quotes-parts de la redevance. De plus, la CTvR demande que les assiettes de calcul des sociétés de gestion (SUISA par ex.) ne prennent pas en compte la quote-part attribuée.

## **2.2 FINANCEMENT MIXTE**

### **Quote-part de la redevance (art. 36)**

Parallélisme radio-TV à obtenir dans l'esprit de la loi. Le législateur a longuement débattu de la question de l'accès à la quote-part et a opté finalement pour une attribution à 4 % pour les TV sur la redevance TV et à 4 % pour les radios sur la redevance radio. Cette approche du législateur introduit un financement mixte différencié. Cette base légale doit être respectée et il n'est pas possible de créer un plafond différencié entre l'éventuelle attribution pour les TV (50 %) et celle pour les radios (30 %). Il faut donc introduire aussi pour la radio le fait de pouvoir soutenir jusqu'à 50 % du coût d'exploitation.

Cet article doit être appliqué dès l'entrée en vigueur de la loi et il faut prévoir que les montants actuellement accordés aux radios et TV régionales devront être adaptés au nouveau principe des 4 % dans un délai rapide, avec garantie pour les diffuseurs de toucher cette quote-part.

### **Art. 40 - Concession de courte durée**

Cet article selon la loi (45 LRTV) vise les concessions de courte durée sans précision. La CTvR comprend cette disposition de l'ordonnance comme ne visant que les essais radio (selon les termes de l'art. 40 ,1)et ne souhaite pas que cette disposition soit étendue à la télévision.

## 2.3 **NOUVELLES TECHNOLOGIES**

### **Soutien technologique (art. 46)**

Cette disposition nouvelle de la loi (art. 58 LRTV) et de l'ordonnance doit pouvoir préparer les changements technologiques liés au numérique. Il s'agit de développer avec l'OFCOM (rôle de coordination) une approche concertée entre les acteurs (radios-TV régionales et SRG SSR) pour favoriser des solutions économiques (mâts, émetteurs, etc.). On peut, dans ce contexte, se référer au cadre de l'OFCOM et même aller vers un centre de compétence qui doit pouvoir faire des essais et des tests. Il faut donc que l'OFCOM prenne l'initiative de solliciter la branche radiophonique et télévisuelle pour une application de cette disposition qui profite à tous les acteurs. Il est de plus essentiel d'encourager le démarrage qui va coûter cher et que ce fonds peut alimenter.

## 2.4 **ACCES AUX EVENEMENTS ET EXTRAITS (art. 64 – 67)**

Ces dispositions servent la protection de la diversité et la promotion de la qualité des programmes. Elles reprennent les règles européennes avec notamment le principe ancré dans la LRTV du droit à l'extrait (art. 72 LRTV) des événements d'importance majeure (art. 73 LRTV), selon liste établie par les Etats membres de la CETT (art. 73,3 LRTV).

La CTvR demande que le principe du droit à l'extrait porte sur les 3 minutes tel qu'il est prévu selon le régime actuel de l'ORTV de 1997 (art. 20,2). Le commentaire du rapport explicatif au sujet de la réduction à 90 secondes (p. 30) n'est pas convaincant car l'accès à un extrait doit rester un extrait (il est clair que la couverture d'un 100 mètres ne peut donner droit à un extrait de 3 minutes !).

### **Art. 71 – Emoluments / Principe**

Le tarif horaire pour les émoluments est désormais fixé dans l'ordonnance (CHF 260.-/heure) et relève du new public management. Une telle norme (art. 71,2) ne devrait pas figurer dans l'ORTV mais dans une directive de l'OFCOM se fondant sur l'art. 71,1.

Les conséquences d'une telle disposition avec le montant tarifaire prévu peuvent avoir des effets financiers importants et rendre inopérant tout dialogue avec l'autorité, ce qui serait regrettable.

Pour la CTvR (le comité exécutif) :

Jean-Pierre Pastori

Pierre-André Léchot

Pierre-François Chatton

Michel Chevrolet