



24.08.2009

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

Rapport explicatif

1 Introduction

L'ordonnance du 9 mars 2007 sur la radio et la télévision est entrée en vigueur le 1^{er} avril 2007, parallèlement à la loi totalement révisée sur la radio et la télévision. Les premières expériences réalisées avec ce nouvel instrument législatif sont globalement positives. Toutefois, quelques points doivent déjà être revus, pour diverses raisons.

Prévisible en 2007, l'adaptation de certaines dispositions de l'ORTV est devenue aujourd'hui nécessaire. Les règles internationales dans le domaine de la télévision ont été modifiées ou vont l'être sous peu. En décembre 2007, la Communauté européenne a révisé plusieurs points essentiels de la directive "Télévision sans frontières". Par ailleurs, les Etats membres de l'UE ont jusqu'au 19 décembre 2009 pour transposer dans leur droit national la directive 2007/65/EG du Parlement européen et du Conseil relative aux services de médias audiovisuels (directive SMA). Pareille obligation signifie entre autres que les chaînes allemandes, françaises et italiennes que l'on reçoit en Suisse disposent de possibilités plus étendues en matière de publicité et de parrainage.

Pour la Suisse, la modification du cadre juridique international a une incidence en fait, mais aussi en droit. Dans le cadre de l'accord de participation au programme MEDIA de l'UE pour les années 2007 à 2013, il a été convenu que les fenêtres publicitaires étrangères diffusées en Suisse étaient soumises au droit de l'Etat d'émission (voir à ce propos le message du Conseil fédéral du 21.09.07 [FF 2007 6313], le message additionnel du 26.11.08 [FF 2008 8165] ainsi que le vote final des Chambres fédérales le 12.06.09). En conséquence, la Suisse ne peut pas empêcher les médias étrangers en concurrence directe avec les diffuseurs suisses de tirer profit de la directive européenne assouplie et d'étendre leur marge de manœuvre en matière de publicité. En outre, la convention du Conseil de l'Europe en vigueur pour la Suisse (CETT) a été adaptée et harmonisée avec la directive de l'UE. Le texte pour la convention du Conseil de l'Europe relative aux services de médias audiovisuels sans frontières (Convention) a été adopté par le Comité permanent en juin 2009 et doit être soumis à la ratification du Conseil des ministres du Conseil de l'Europe cette année encore. Les changements prévus permettent d'adapter le droit suisse.

La présente proposition d'assouplir, dans l'ORTV, les règles imposées aux diffuseurs suisses vise ainsi à remédier le plus rapidement possible au handicap (supplémentaire) de ces derniers face à leurs concurrents étrangers. L'adaptation peut se faire rapidement. En effet, le législateur a délégué la réglementation sur l'insertion et la durée de la publicité au Conseil fédéral, lequel doit tenir compte en

particulier de l'évolution des réglementations internationales en matière de publicité (art. 11, al. 3, let. d, LRTV). De plus, une adaptation du droit suisse s'impose dans les quelques domaines où la nouvelle législation européenne prévoit des exigences plus strictes (notamment en ce qui concerne le placement de produits).

Les modifications des conditions générales internationales ne sont pas l'unique motif de la présente révision partielle. Lors de l'exécution de la loi et de l'ordonnance, certaines dispositions se sont avérées difficiles à mettre en pratique ou ne produisaient pas, pour diverses raisons, l'effet souhaité par le législateur. Dès lors, il était impératif de corriger le tir et de procéder aux adaptations nécessaires.

2 Dispositions particulières

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

En vertu de l'art. 7, al. 2, LRTV, les diffuseurs de programmes nationaux ou régionaux-linguistiques qui diffusent des films et n'affectent pas 4% au moins de leurs recettes brutes à la promotion du cinéma suisse doivent s'acquitter d'une taxe compensatoire. Pour les petits diffuseurs, déterminer les investissements dans la promotion du cinéma et calculer l'éventuelle taxe compensatoire sont des tâches disproportionnées par rapport aux montants encaissés. Pour cette raison, ils sont dispensés de toute contribution en faveur de la promotion du cinéma. La limitation des charges d'exploitation à 200 000 francs correspond au montant inscrit à l'art. 27 ORTV dispensant de l'obligation de présenter un rapport annuel; elle permet d'établir si un diffuseur est soumis ou non à l'obligation de promouvoir le cinéma.

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

Conformément à l'art. 7, al. 3, LRTV, les diffuseurs proposant des programmes nationaux ou régionaux-linguistiques doivent rendre accessible aux malentendants et aux malvoyants une proportion appropriée de leurs émissions, soit, selon l'art. 8 ORTV, au moins une émission par semaine aux heures de grande audience. Pour les petits diffuseurs, une telle obligation nécessite des moyens disproportionnés en regard des charges d'exploitation. La même règle que pour l'obligation de promouvoir le cinéma s'applique ici: les diffuseurs dont les charges d'exploitation sont inférieures à 200 000 francs ne sont pas tenus d'adapter des émissions pour les malentendants et les malvoyants. Cette limitation correspond au montant inscrit à l'art. 27 ORTV dispensant de l'obligation de présenter un rapport annuel; elle permet d'établir si un diffuseur doit ou non rendre accessible un certain nombre d'émissions aux malentendants et aux malvoyants.

Le critère de la faible activité d'antenne permet de tenir également compte des particularités du programme, en plus des ressources du diffuseur. Adapter par exemple un programme de musique pour les malentendants et les malvoyants n'a aucun sens. De même, il serait excessif d'y contraindre un diffuseur qui ne produit qu'une émission par semaine et la diffuse en boucle.

Art. 12, al. 1 (Identification de la publicité)

Al. 1: Lors de la diffusion à la télévision d'un spot publicitaire de très courte durée, il n'est parfois pas possible d'insérer un signal optique au début et à la fin du spot. Dans ce cas de figure, un affichage bien visible de la mention "publicité" durant toute la diffusion du spot représente une alternative au signal optique. Un spot très court dure 10 secondes au maximum, ce qui est nettement en dessous de la durée moyenne d'un spot publicitaire.

Art. 18 (Insertion de publicité)

Al. 1: Le Conseil fédéral peut déroger au principe de la diffusion de publicité par blocs énoncé à l'art. 11 LRTV. Une telle exception a été introduite dans le nouvel alinéa 1 relatif aux spots diffusés en dehors d'un bloc (singlespots), d'après la nouvelle réglementation européenne (art. 10, al. 2, directive SMA). Comme dans le droit international, le principe de la diffusion par blocs n'a été que légèrement assoupli: la diffusion de spots en dehors d'un bloc est régulièrement autorisée lors de la transmission d'événements sportifs. Par contre, elle doit rester une exception dans le reste du programme.

Al. 2 à 4: La réglementation européenne supprime la règle des 20 minutes entre la diffusion de deux blocs publicitaires et assouplit les dispositions générales sur les interruptions publicitaires (art. 11, al. 2, directive SMA et art. 17 projet de la nouvelle convention). Etant donné que les nouvelles technologies permettent de plus en plus d'éviter l'insertion de publicité, une protection particulière des téléspectateurs n'est reconnue désormais que pour les films et les émissions d'information (une interruption par tranche programmée de 30 minutes au moins), pour les émissions destinées aux enfants (une interruption par tranche programmée de 30 minutes au moins, à condition que la durée du programme soit supérieure à 30 minutes) et pour la transmission de services religieux (interdiction).

Cette réglementation plus souple est reprise dans l'ORTV. Elle s'applique aux programmes assortis d'un mandat de prestations et aux programmes de télévision sans concession captés à l'étranger. Dorénavant, les films et les émissions d'information (y compris les magazines d'actualité politique) peuvent être interrompus par de la publicité une fois par tranche programmée de 30 minutes. En revanche, aucune publicité ne doit être diffusée durant la transmission de services religieux. En vertu de l'art. 13, al. 2, LRTV, l'interdiction s'étend également aux émissions destinées aux enfants, ce qui constitue une divergence par rapport aux règles européennes en la matière.

Les diffuseurs de programmes de radio ou de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger sont également tenus de respecter l'interdiction de procéder à des interruptions publicitaires dans les émissions destinées aux enfants et lors de la transmission de services religieux (*al. 7*).

Etant donné son financement asymétrique, la SSR demeure soumise à des règles plus strictes (art. 22 ORTV).

Art. 19 (Durée de la publicité)

Al. 1: Dans la mesure où les prescriptions légales le permettent, la durée de la publicité est adaptée à la réglementation européenne. Cette dernière a été simplifiée: elle prescrit uniquement que le temps de publicité ne doit pas excéder 12 minutes par heure.

La limitation du temps de publicité par heure est harmonisée avec la réglementation européenne. Par contre, l'alinéa préconisant que la publicité ne doit pas excéder 15% du temps d'émission quotidien demeure (art. 11, al. 2, LRTV). Dans l'ORTV, cette limitation ne concerne toutefois que les spots publicitaires.

La disposition concernant les formes de publicité de longue durée et les émissions de vente (maximum 3 heures ou 8 émissions de vente par jour) est supprimée. L'abandon de cette obligation n'entraîne toutefois pas de conséquences négatives, car le mandat de prestations des diffuseurs au bénéfice d'une concession ne leur permet de toute façon pas de diffuser sans restriction de la publicité aux heures de forte audience.

La disposition selon laquelle, dans les programmes de vente, la durée d'autres formes de publicité que les offres de vente ne doit pas dépasser 15% du temps d'émission quotidien s'est avérée sans fondement. Elle a été biffée dans la réglementation européenne; elle est également abrogée dans l'ORTV.

Comme auparavant, les diffuseurs de programmes de radio ou de télévision non concessionnaires qui ne peuvent pas être captés à l'étranger ne sont soumis à aucune restriction quant à la durée de la publicité (*al. 2*).

Etant donné son financement asymétrique, la SSR demeure soumise à des règles plus strictes (art. 22 ORTV).

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

Les dispositions concernant la mention du parrain ont été revues et harmonisées avec la réglementation européenne, afin d'éviter toute inégalité de traitement entre le parrainage dans les programmes étrangers destinés spécifiquement à un public suisse et le parrainage dans les programmes suisses. Actuellement, les dispositions sont plus strictes dans le droit suisse que dans les prescriptions minimales européennes. En matière de mention illicite du parrain, la directive et la convention mettent l'accent sur l'incitation à conclure des actes juridiques, tandis qu'en Suisse la législation tient compte de la notion de publicité.

La disposition de la directive SMA a été reprise dans ce domaine. Ainsi, la mention du parrain ne doit pas encourager directement la conclusion d'actes juridiques et ne doit contenir aucune indication incitant à l'achat de marchandises ou de services. L'adoption des nouvelles règles autorise certaines déclarations lors de la mention du parrain qui ne sont pas admises dans la loi actuelle. Elle aura également une répercussion dans les directives de l'OFCOM en matière de publicité et de parrainage.

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

Al. 2: L'ORTV prescrit actuellement que le placement de produits doit être signalé comme tel au début de l'émission. Pour la première fois, la réglementation européenne a réglé le placement de produits de manière détaillée. Comme elle est plus stricte au sujet de la déclaration, l'ORTV est adaptée dans ce sens. Ainsi, le placement de produits devra être signalé non seulement au début, mais aussi après chaque interruption publicitaire ainsi qu'à la fin de l'émission.

Il convient également d'adapter la loi dans le sens de la directive SMA et de la nouvelle convention européenne, moins sévères que la règle suisse actuellement en vigueur en ce qui concerne le contenu de la déclaration. Il suffit dorénavant de signaler clairement un placement de produit; il n'est plus nécessaire de mentionner qui a mis tel produit à disposition.

Al. 3: Dans la réglementation européenne, les aides matérielles à la production et les prix – termes recouvrant la fourniture gratuite de marchandises ou de services de valeur négligeable – sont considérés comme une sous-catégorie du placement de produits. Selon la directive SMA et la nouvelle convention européenne, le placement de produits n'est en principe autorisé que dans les longs métrage, les films, les séries, les émissions sportives et les émissions de divertissement (à l'exception des émissions destinées aux enfants). Par contre, les aides matérielles à la production et les prix sont admis dans tous les types d'émissions, soit également dans les émissions destinées aux enfants, les émissions d'information ou les émissions religieuses ainsi que dans les documentaires.

Le placement de produits dans les documentaires et les émissions religieuses est harmonisé avec la réglementation européenne. Dans ces émissions, seuls les aides matérielles à la production et les prix sont donc autorisés.

Le placement de produits n'est toujours pas autorisé dans les émissions destinées aux enfants. Par contre, les concours dotés de prix et les aides matérielles à la production y sont tolérés, en conformité avec la réglementation européenne.

En vertu de la LRTV, il est interdit de parrainer les émissions d'information et les magazines d'actualité politique ainsi que les émissions ou séries d'émissions consacrées à l'exercice des droits politiques. Etant donné qu'en Suisse le placement de produits est considéré comme une sous-catégorie du parrainage, aucune forme de placement de produits n'est admise dans ce type d'émissions, contrairement aux dispositions en vigueur dans la réglementation européenne.

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)

L'interruption de la publicité a été libéralisée dans le cadre de la révision totale de la LRTV et de l'ORTV de 2007. Etant donné le financement asymétrique de la SSR, les possibilités d'interruptions publicitaires dans les programmes ont été réglées à dessein de manière plus stricte. Les premières expériences montrent toutefois que cette réglementation asymétrique ne profite pas aux diffuseurs privés nationaux, mais aux fenêtres publicitaires étrangères. Pour pouvoir mieux se profiler face à ces fenêtres publicitaires, la réglementation propre à la SSR a été libéralisée, mais pas dans les mêmes proportions que pour les diffuseurs privés (voir art. 18 ORTV).

Deux variantes sont proposées. Toutes deux visent à assouplir la réglementation actuelle en autorisant une seule interruption lorsque l'émission dure plus de 90 minutes. Dans les programmes de la SSR, cette disposition limitative ne concerne toutefois que les émissions d'information et les magazines d'actualité politique; ce type d'émissions constitue en effet l'élément essentiel du mandat de service public. Pour ce qui est des autres catégories, plusieurs possibilités sont envisagées:

Variante n° 1

Al. 1 et 1^{bis}. Pour les autres catégories d'émissions, la SSR peut dorénavant diffuser des spots publicitaires une fois par tranche programmée de 45 minutes au moins lors de l'émission. La publicité demeure interdite lors de la transmission de services religieux et dans les émissions destinées aux enfants.

Le temps de publicité autorisé est augmenté à 15% du temps d'émission quotidien, contre 8% auparavant (*al. 2 let. a*).

Variante n° 2

Al. 1 et 1^{bis}. Entre 20 et 23 heures, la SSR peut diffuser des spots publicitaires une fois par tranche programmée de 90 minutes. Durant les autres plages horaires, à savoir entre 23 et 20 heures, les émissions peuvent être interrompues une fois par de la publicité par tranche programmée de 30 minutes. Cette variante interdit également la publicité lors de la transmission de services religieux et dans les émissions destinées aux enfants.

Le temps de publicité autorisé est augmenté à 15% du temps d'émission quotidien, contre 8% auparavant (*al. 2 let. a*).

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

En tant qu'autre service journalistique de la SSR, l'offre en ligne de la SSR ne contient ni publicité, ni parrainage. Les exceptions prévues dans la concession SSR sont désormais étendues aux offres en lien avec le sport et le divertissement (voir ci-dessous les explications relatives au nouvel art. 13, al. 3, concession SSR).

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

Les programmes de radio étant captés essentiellement par voie mobile (entre autres par OUC), leur utilisation sur des lignes (câble, internet) est de moindre importance, tant d'un point de vue quantitatif qu'économique. Par conséquent, la réception sur des lignes de programmes au bénéfice d'une concession en dehors de la zone de desserte a toujours été autorisée; les personnes qui se trouvent hors de la zone concernée peuvent ainsi écouter un programme de radio local ou régional même en réception fixe. La réception directe par satellite occupe une place encore moins importante. Pour que, dans le sens de la neutralité technologique, les consommateurs soient tous soumis aux mêmes conditions, il convient d'autoriser également la réception par satellite de programmes de radio soutenus par la redevance. En outre, cette libéralisation dispense les diffuseurs qui alimentent leurs emplacements d'émetteurs OUC avec des satellites de devoir crypter leurs programmes, une pratique jusqu'ici obligatoire et coûteuse.

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

A la différence des télévisions et des radios commerciales, qui bénéficient d'un soutien par la redevance beaucoup plus important depuis l'introduction de la nouvelle LRTV, les radios complémentaires sans but lucratif n'ont guère profité de la nouvelle loi, bien que la limite supérieure de la redevance qui leur est versée s'élève à 50% au maximum des coûts d'exploitation, comme sous le régime de la LRTV 1991. En réalité, les nouvelles règles sur la présentation des comptes et sur la comptabilité, entrées en vigueur avec la nouvelle LRTV, ont aggravé la situation de ces radios à tel point qu'elles ont des difficultés à contribuer au financement des coûts d'exploitation. En particulier, les charges hors programme (p. ex. pour des spectacles) auxquelles les diffuseurs sans publicité doivent souvent consentir pour assurer le financement de leurs émissions ne comptent plus comme coûts d'exploitation imputables. Les règles de comptabilité, qui visent en premier lieu les relations des diffuseurs commerciaux, ne subissent aucune modification, d'autant plus qu'elles encouragent la transparence. Pour éviter toutefois de mettre en péril l'existence des radios complémentaires sans but lucratif, il convient d'atténuer les effets secondaires indésirables des nouvelles règles sur la présentation des comptes, en fixant la quote-part maximale de la redevance allouée à cette catégorie de diffuseurs à 70% des coûts d'exploitation. Cette proportion correspond à la limite supérieure fixée pour les diffuseurs de programmes de télévision qui doivent faire face à des charges (techniques) particulièrement élevées pour remplir le mandat de prestations.

Ce relèvement, qui concerne neuf radios complémentaires, n'entraîne pour l'heure aucune hausse des quotes-parts garanties allouées. Celles-ci ont été fixées lors de l'octroi des concessions, pour cinq ans au moins. La présente mesure permet néanmoins aux radios complémentaires bénéficiant d'une concession de percevoir plus facilement l'intégralité des quotes-parts qui leur reviennent. Cette modification n'a aucune influence sur la situation des diffuseurs commerciaux ayant droit à une quote-part de la redevance; elle ne réduit pas leurs revenus.

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

Al. 1: Alors que la possibilité de diffuser des programmes limités dans le temps et dans l'espace ne concernait que les radios OUC, elle est dorénavant étendue à la télévision et à d'autres technologies de diffusion terrestre sans fil. Avec la présence toujours plus marquée de techniques numériques (p. ex. T-DAB, DVB-T et DVB-H), le besoin de transmettre des programmes radio de courte durée devrait se manifester également dans d'autres domaines que les OUC. Il s'agit de répondre à cette évolution, dans la mesure où les ressources en fréquences le permettent.

Pour éviter toute concurrence avec les diffuseurs de programmes titulaires d'une concession de longue durée, les conditions générales applicables jusqu'ici aux concessions pour la diffusion OUC de courte durée sont maintenues: existence d'une concession assortie d'un mandat de prestations, diffusion à l'échelle locale ou régionale, restriction temporelle à 30 jours d'émission au maximum sur une période de 60 jours, poursuite d'un objectif précis, comme par exemple la couverture d'un événement qui se déroule dans la zone de desserte, soutien à des activités de formation ou compte rendu d'activités réalisées avec des jeunes.

En ce qui concerne la diffusion numérique, il convient de souligner que les diffusions de courte durée sont déjà possibles aujourd'hui sans concession, sous forme de programmes soumis à l'obligation d'annoncer. Le diffuseur concerné a l'obligation de conclure un accord de droit privé avec un concessionnaire de radiocommunication sur l'utilisation partielle des capacités de transmission qui ne sont pas dévolues aux programmes faisant l'objet d'une concession (p. ex. par T-DAB en Suisse alémanique). Ces capacités restantes n'étant toutefois pas disponibles en tout temps et à des conditions avantageuses, la disposition proposée se justifie pleinement.

Al. 3: Pour empêcher qu'un diffuseur puisse émettre un programme de longue durée avec plusieurs concessions limitées à 30 jours d'émission, chaque diffuseur peut recevoir au maximum une concession de diffusion de courte durée par année. Une telle disposition figurait déjà dans les ORTV de 1992 et 1997 (art. 1, al. 3, et art. 4, al. 2), n'avait cependant pas été reprise dans l'ordonnance actuelle, par inadvertance.

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

Al. 3^{bis}: La disposition telle que formulée actuellement ne permettait pas d'épuiser le crédit disponible. En raison des termes "proportionnellement aux dépenses consenties par personne desservie", les diffuseurs dont les coûts sont élevés réservent une part du crédit à cet effet, mais ne l'épuisent pas car 25% des dépenses au maximum sont dédommagées. Il est dorénavant énoncé expressément que s'il reste du crédit après la répartition, cette somme doit être répartie entre les différents ayants droit à une contribution. De la sorte, tous les diffuseurs concernés verraient 25% de leurs dépenses couvertes.

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

Formulée de manière trop restreinte, la réglementation actuelle relative aux investissements ne permet pas de verser en temps voulu – comme l'avait souhaité le législateur – les montants alloués aux nouvelles technologies. Afin de satisfaire à l'objectif fixé dans la loi, c'est-à-dire soutenir l'aménagement d'infrastructures pour de nouvelles technologies, les sommes seront désormais aussi versées directement sous forme de contributions aux investissements.

Al. 1: Le diffuseur qui construit sa propre infrastructure peut bénéficier d'une contribution soit aux investissements, soit aux coûts d'amortissement. Un soutien peut être également accordé au diffuseur

qui transmet son programme sur l'infrastructure d'un tiers. Dans ce cas, le montant est lié aux coûts que le propriétaire de l'infrastructure facture au diffuseur, qu'il s'agisse des investissements ou des coûts d'amortissement (capitalisés).

Al. 2: La contribution est versée au diffuseur ayant droit à un soutien pour la partie d'infrastructure dont il a besoin pour diffuser son programme. Il en va de même lorsque le diffuseur aménage lui-même son réseau et n'en utilise qu'une partie pour transmettre son propre programme, ou lorsqu'un tiers a construit l'infrastructure et que le diffuseur la co-utilise.

Al. 3: La contribution versée couvre dorénavant 75% des amortissements ou des coûts, au lieu de 50%. Cette modalité ne signifie pas que le crédit disponible est augmenté, mais que les moyens à disposition sont mieux utilisés pour remplir l'objectif fixé par la loi. La réduction linéaire s'applique lorsque le crédit disponible, financé par le produit de la redevance de concession et la redevance de réception, ne suffit pas (art. 22, art. 58, al. 2 et 3, LRTV).

Al. 4: Si la contribution est liée aux amortissements (al. 1, let. a et c), la décision d'allocation de contributions établit que le paiement s'échelonne sur cinq ans.

Al. 5: Les contributions aux investissements peuvent être versées aussi pour certaines étapes de la construction d'un réseau d'émetteurs, à la condition toutefois que ces étapes soient clairement définies dans un calendrier au niveau technique, géographique et économique.

Al. 6: Le renvoi à la loi sur les subventions (LSu) met en évidence le fait qu'il s'agit d'une subvention et que les principes correspondants s'appliquent. La demande revêt une grande importance; elle doit être suffisamment motivée et contenir les informations requises. Les mêmes règles s'appliquent lorsque le requérant n'aménage pas lui-même l'infrastructure. Dans ce cas, il est tenu de faire en sorte que l'exploitant de réseau lui fournisse les renseignements dont l'office a besoin, qu'il autorise ce dernier à consulter les dossiers et lui donne accès aux lieux (voir art. 11, al. 2, LSu). La loi sur les subventions régit aussi les exigences minimales à inclure dans la décision d'allocation de contributions (p. ex. le terme du versement ou la durée d'affectation, art. 17 LSu), la date de versement la plus proche possible (art. 23 LSu), le contrôle de l'accomplissement de la tâche par l'autorité compétente (art. 25 LSu), les conditions à remplir pour la révocation de décisions d'allocation (art. 30 LSu) et le remboursement de subventions (art. 32 LSu).

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

Al. 2: A la différence des fournisseurs de services de télécommunication qui gèrent eux-mêmes leur réseau ("managed networks", p. ex. télévision câblée de Cablecom, BluewinTV de Swisscom), ceux qui ne gèrent pas eux-mêmes leur réseau ("non managed networks", InternetTV comme Zattoo, Wilmaa, Netstream, etc.) ne peuvent pas diffuser une offre de programme différente pour chaque région. Les techniques actuelles ne le leur permettent pas. Il en résulte, notamment avec la diffusion de programmes de télévision au bénéfice d'une concession avec mandat de prestations et quotes-parts de la redevance selon l'art. 38 LRTV, des dépassements de la zone de desserte. Dispenser partiellement un fournisseur de l'obligation de transmettre, pour des raisons techniques, tient compte du fait que les possibilités d'adressage sont limitées pour les fournisseurs qui diffusent sur l'internet sans gérer eux-mêmes les réseaux.

Al. 3: L'office se base sur les données transmises chaque année par les fournisseurs de services de télécommunication pour vérifier que l'exception se justifie encore.

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

Al. 1 et 2: Les délais courts imposés aux diffuseurs tiers pour s'annoncer ne se sont pas avérés concluants dans la pratique. Selon le droit actuel, il serait même possible de déposer la demande à l'autorité 24 heures – voire moins – avant le début de l'événement. Les nouveaux délais correspondent mieux à la réalité et sont plus faciles à respecter. D'ailleurs, la procédure ordinaire d'accréditation pour les médias prévoit aussi de longs délais.

Al. 3: En ce qui concerne l'ordre de priorité permettant de garantir l'accès direct à l'événement public ("physical access"), il convient de traiter sur un pied d'égalité les diffuseurs qui peuvent prouver une proximité particulière avec l'événement en raison de leur mandat régional de prestations et les diffuseurs en mesure de garantir la desserte la plus large possible en Suisse. Il peut s'agir par exemple d'un diffuseur régional de télévision au bénéfice d'un mandat de prestations, qui souhaite rendre compte des matchs de l'équipe de football de sa zone de desserte joués à domicile ou à l'extérieur.

Art. 80a (Dispositions finales: exécution)

Le Conseil fédéral n'a jusqu'ici pas fait usage de son pouvoir de délégation prévu à l'art. 104, al. 2 LRTV. La répartition des compétences proposée ici, qui permet au département de conclure des accords portant sur des questions administratives ou techniques, reprend la réglementation instituée sous l'ORTV 1997, qui est restée en vigueur jusqu'à l'entrée en force de la nouvelle LRTV 2006 et de l'ORTV 2007. En faisant usage du droit que lui confie l'art. 104, al. 2 LRTV, le Conseil fédéral autorise le département à représenter la Confédération dans des organismes internationaux, comme p.ex. dans la plateforme européenne des instances de régulation EPRA, ou à l'occasion des réunions ministérielles de TV5 ou lors des conférences des ministres du Conseil de l'Europe. La faculté accordée au département à l'art. 104, al. 2 LRTV de déléguer l'autorisation de représenter la Confédération à un autre organisme tel que l'OFCOM peut être exercée sans autre formalité – il n'est point besoin de signature d'un acte formel juridique dans chaque cas concret.

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

Arte est un des programmes étrangers qui doit impérativement être diffusé sur des lignes (programme must-carry). Selon une pratique largement établie depuis longtemps, un autre programme est diffusé pendant la journée sur le canal de Arte (p. ex. le programme pour enfants KiKa ou France 5). Vu que l'annexe 3 de l'ORTV 2007 doit représenter le statu quo et qu'aucune autre obligation n'est envisagée, cette pratique est dorénavant inscrite expressément et Arte soumis à l'obligation de diffusion à partir de 19 heures seulement.

Concession SSR, art. 13, al. 3 (Offres en ligne)

L'art. 23, let. d, ORTV crée les bases légales permettant de prévoir une exception à l'interdiction de publicité et de parrainage pour l'offre en ligne de la SSR dans les domaines du sport et du divertissement. La SSR peut dorénavant placer de la publicité ou autoriser le parrainage dans les offres en ligne concernant exclusivement le sport ou le divertissement. Les pages d'accueil www.sf.tv, www.tsr.ch et www.rsi.ch doivent rester exemptes de publicité et de parrainage.

Comme mentionné dans l'art. 13, al. 3, dernière phrase, les dispositions de la LRTV et de l'ORTV relatives à la publicité et au parrainage s'appliquent par analogie. Cela signifie en particulier que la séparation entre publicité et programme doit être respectée. En ce qui concerne le rapport entre les surfaces publicitaires et les contenus rédactionnels, l'offre en ligne de la SSR doit satisfaire aux dispositions sur l'écran partagé de l'art. 13 ORTV.

