



6 janvier 2025

Rapport de l'OFCOM

24.060 "200 francs, ça suffit! (initiative SSR)": Rapport sur les propositions 1 à 9 de la CTT-N du 14.10.2024

Table des matières

Introduction.....	3
1 Proposition 1: Obstacles à l'entrée de la radio et de la télévision privées sur le marché	4
1.1 Obstacles techniques et réglementaires	4
1.2 Obstacles structurels à l'entrée sur le marché	4
1.3 Obstacles à l'entrée sur le marché dus à l'activité de la SSR	5
1.4 Mesures déjà décidées par le Conseil fédéral	5
2 Proposition 2: Améliorer la coopération de la SSR en matière de droits sportifs	7
2.1 Art.10 de la concession SSR	7
2.2 Mise en œuvre de l'obligation	7
2.3 Commercialisation des droits sportifs et des tendances	9
2.4 Mesures prises par le Conseil fédéral	10
3 Proposition 3: Achat en commun des droits pour les films et les séries	11
3.1 Art. 9 de la concession SSR	11
3.2 Mise en œuvre de l'obligation	11
3.3 Mesures du Conseil fédéral et de la SSR	11
4 Proposition 4: Stratégie de la SSR en matière de médias sociaux	12
4.1 Remarque préalable	12
4.2 La concession n'exige de la SSR aucune stratégie en matière de médias sociaux	12
4.3 Stratégie d'offre de la SSR et présence de la SSR sur les médias sociaux	12
4.4 Frais de personnel et coûts	12
5 Proposition 5: règle 2+2	14
5.1 Art. 44, al. 3, LRTV - Conditions générales de la concession	14
5.2 Motion de la CTT-N du 13 février 2017 et train de mesures en faveur des médias	14
5.3 Conséquences de la suppression de la règle 2+2	14
5.4 Y a-t-il nécessité d'agir?	14
6 Proposition 6: Bases pour un éventuel contre-projet.....	15
6.1 Financement indépendant par une augmentation de la taxe sur la valeur ajoutée et alimentation du fonds	15
6.1.1 Cadre juridique	15
6.1.2 Principe de fonctionnement d'un fonds	16



6.2	Nouveau financement des médias de service public: estimation du besoin de l'augmentation nécessaire de la TVA.....	16
6.2.1	Remplacement de la redevance de radio-télévision par les recettes de la TVA (scénario a)	16
6.2.2	Remplacement de la redevance de radio-télévision par les recettes de la TVA, conformément à la décision du Conseil fédéral (scénario b)	17
6.3	Charge financière des ménages et des entreprises liées au financement du service public des médias par la TVA, en comparaison du système actuel	17
6.3.1	Conséquences financières différenciées selon le revenu du ménage.....	17
6.3.2	Conséquences financières pour les entreprises	17
6.4	De la redevance à la TVA: conséquences d'un changement de système.....	18
7	Proposition 7: Donner à la SSR un rôle plus important d'agence de presse	19
7.1	La concession oblige déjà la SSR à coopérer	19
7.2	Rapport de l'OFCOM sur le modèle basé sur les contenus libres	19
7.3	Loi fédérale sur les médias électroniques: la SSR comme agence de presse, modèle basé sur les contenus libres ou partagés.....	20
7.4	Soutien à l'agence de presse suisse Keystone-ATS	20
7.5	Y a-t-il nécessité d'agir?	20
8	Proposition 8: Scénarios en matière de redevance des entreprises et des ménages	21
8.1	Introduction.....	21
8.2	Scénarios en cas de suppression de la redevance des entreprises.....	22
8.3	Scénarios Redevance des entreprises à partir de 1 milliard de francs.....	22
9	Proposition 9: Participation de la SSR au login commun	23
9.1	Contexte: Login commun et login volontaire à la SSR.....	23
9.2	Base légale nécessaire	23
9.3	Y a-t-il nécessité d'agir?	24

Introduction

En vertu de l'art. 93, al. 2, de la Constitution fédérale (Cst.), la radio et la télévision doivent contribuer à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement. Pour la SSR, ce mandat est concrétisé dans la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV). La SSR se voit attribuer la majeure partie des moyens financiers provenant de la redevance de radio-télévision, car elle doit avoir une certaine taille pour que la Suisse dispose d'une offre audiovisuelle de renom, capable de rivaliser avec les offres étrangères.

Le service public dans le domaine des médias électroniques est une offre définie selon des critères politiques et vue comme un service à la société, accessible à toutes les catégories de la population et dans toutes les régions du pays selon les mêmes principes, en bonne qualité et à des prix abordables. La LRTV exige de la SSR une offre complète et diversifiée dans toutes les régions linguistiques. Pour sa part, la Constitution exige de la radio et de la télévision qu'elles tiennent compte de la situation et du rôle des autres médias, en particulier de la presse (art. 93, al. 4, Cst.).

Le Conseil fédéral a déjà fixé les grandes lignes de la nouvelle concession, le 7 septembre 2022. Il les a confirmées le 19 juin 2024 en adoptant le message sur l'initiative SSR et en prolongeant l'actuelle concession jusqu'à fin 2028. Dans la nouvelle concession, il entend préciser le mandat de prestations de la SSR: elle doit continuer à fournir des contenus de service public dans toutes les régions, dans toutes les langues nationales et pour tous les groupes d'âge, mais se concentrer davantage sur le service public au sens strict, c'est-à-dire sur les domaines journalistiques de l'information, de la formation et de la culture, et orienter son offre vers les nouvelles habitudes d'utilisation du public. Pour ce qui est de son offre en ligne, elle doit l'axer davantage sur les contenus audio et vidéo.

1 Proposition 1: Obstacles à l'entrée de la radio et de la télévision privées sur le marché

L'administration établit un rapport qui montre quels sont les obstacles à l'entrée de nouvelles offres de radio et de télévision privées, dans quelle mesure ils peuvent être supprimés, si certains découlent d'une activité de la SSR sur le marché, et si c'est le cas, dans quelle mesure la SSR devrait modifier son comportement pour réduire l'entrave ou pour favoriser l'entrée de nouvelles offres.

1.1 Obstacles techniques et réglementaires

Toutes les radios et télévisions non titulaires d'une concession capables d'atteindre plus de 1000 personnes simultanément sont soumises à l'obligation d'annoncer (art. 3, al. 1, let. a, LRTV). Depuis l'introduction de cette obligation en 2007, le nombre de programmes annoncés a fortement augmenté, notamment en raison de la numérisation des moyens de diffusion. En 2022, la Suisse comptait 235 radios et 188 télévisions annoncées. Une grande partie d'entre elles n'atteignent qu'une faible pénétration; certaines ne la font même pas mesurer.

Les radios et télévisions annoncées dont les charges d'exploitation dépassent le million de francs doivent remettre chaque année un bref rapport à l'OFCOM¹. Tout comme l'éventuel rapport annuel, l'annonce unique se fait en ligne, de manière standardisée et peu contraignante. Elle représente ainsi des obstacles techniques et réglementaires négligeables à l'entrée sur le marché.

1.2 Obstacles structurels à l'entrée sur le marché

Les barrières structurelles sont plus importantes. D'une part, le marché de la radio et de la télévision est fortement caractérisé par les économies d'échelle, à plus forte raison dans un petit pays comme la Suisse, où il est divisé en régions linguistiques. De plus, globalement, la pénétration des radios et télévisions linéaires ainsi que les recettes publicitaires tendent à diminuer. Dans ce contexte, la croissance ne peut se faire souvent qu'au détriment d'autres diffuseurs. L'influence des offres étrangères de même langue vient encore compliquer la situation, en particulier à la télévision. En comparaison des offres suisses, celles-ci tirent un plus grand profit des avantages liés à la taille car elles peuvent financer leurs productions grâce à un marché national nettement plus important. De plus, elles ne proposent qu'occasionnellement des contenus coûteux spécialement produits pour le public suisse. Par conséquent, il est difficile pour les diffuseurs suisses de s'établir économiquement, comme le montrent les chiffres suivants:

A la télévision, les offres étrangères atteignent le public le plus large (parts de marché en 2023: DE-CH: 59%; FR-CH: 67%; IT-CH: 66%) et réalisent en conséquence les recettes publicitaires les plus élevées, suivies par les offres de la SSR (DE-CH: 32%; FR-CH: 29%; IT-CH: 32%). En 2023, en Suisse alémanique, les télévisions soumises à l'obligation d'annoncer réalisent une part de marché cumulée de 8% (FR-CH: 2%; IT-CH: 2%) et donc des recettes publicitaires qui permettent certains investissements dans le programme et dans des productions propres². Au niveau national, 24 offres affichent un budget de plus d'un million de francs par an. Neuf d'entre elles appartiennent au groupe CH Media. Les autres sont des offres payantes, des fenêtres suisses de programmes étrangers, des fenêtres de programmes de la SSR ou sont financées par des groupements religieux et n'ont généralement pas une portée significative³. En Suisse alémanique, un seul diffuseur de télévision gratuite a pu

¹ Pour l'exercice 2023, au total 40 radios et télévisions annoncées ont dû le faire.

² Voir rapport sur la structure des médias 2023 de l'OFCOM, illustration 53: Parts de marché des groupes de chaînes en comparaison avec l'âge (2022), disponible sur www.ofcom.admin.ch > Médias électroniques > Etudes > Rapport structurel des médias.

³ Exemples: *Offre payante*: blue Sport, *fenêtres suisses de programmes étrangers*: ProSieben Schweiz, *fenêtres de programmes de la SSR*: Fenster zum Sonntag, *programmes financés par des groupements religieux*: K-TV - télévision catholique

s'établir économiquement avec plusieurs chaînes. En Suisse romande, les télévisions soumises à l'obligation d'annoncer n'atteignent qu'une très faible pénétration.

S'agissant de la radio, les offres suisses sont les plus écoutées, avec en tête la SSR (parts de marché 2023: DE-CH: 58%; FR-CH: 58%; IT-CH: 73%), suivie par les radios locales titulaires d'une concession et les programmes sans concession (parts de marché 2023: DE-CH: 38%; FR-CH: 33%; IT-CH: 22%). En chiffre réels, outre les radios locales commerciales financées par des redevances, 14 radios sans concession financées uniquement par des fonds commerciaux ont pu s'établir et disposent, selon leurs propres indications, d'un budget annuel d'au moins un million de francs.

Conjuguées à la baisse des recettes publicitaires, ces conditions difficiles pour la radio et la télévision profitent en premier lieu aux grandes plateformes étrangères de médias sociaux et, dans une moindre mesure, aux marchés des petites annonces en ligne des grands éditeurs suisses.

1.3 Obstacles à l'entrée sur le marché dus à l'activité de la SSR

Sur le marché suisse des médias⁴, l'activité de la SSR fausse la concurrence aussi bien au niveau du public que de la publicité⁵. Ces distorsions sont voulues politiquement, car dans une démocratie directe comme la Suisse, les habitants et l'économie dépendent du fait que la population soit bien informée. Dans ce contexte, des distorsions de concurrence sont acceptées, car les contenus d'information à la radio et à la télévision sont proposés en premier lieu par des diffuseurs financés par la redevance, comme la SSR. Dans les domaines de la culture et du divertissement également, de nombreuses productions suisses ne peuvent être réalisées que grâce à l'argent de la redevance⁶. En outre, la SSR est limitée par des dispositions légales qui lui interdisent la publicité en ligne et à la radio. Par contre, elle peut diffuser de la publicité à la télévision, mais à des conditions plus strictes que les diffuseurs privés.

Le Conseil fédéral gère l'offre de la SSR par le biais de la concession. En 2018, il a octroyé à la SSR une nouvelle concession valable à partir de 2019, dans laquelle il a renforcé les dispositions relatives au divertissement et au sport de manière à donner plus de place au secteur privé. La SSR les a mises en œuvre et a renoncé à certaines offres. En Suisse alémanique, dans le domaine du divertissement non fictionnel, certaines de ces offres ont été reprises par CH Media (p. ex. le format sous licence « Die grössten Schweizer Talente » ou la retransmission des « Swiss Music Awards »), mais il n'existe pas d'offres comparables en français et en italien sur des chaînes privées. Dans le domaine du sport, les offres premium tendent à migrer vers la télévision payante (p. ex. pour le championnat suisse de hockey sur glace). Celle-ci est souvent proposée par des entreprises du secteur des télécommunications, avec des modèles commerciaux correspondants⁷, preuve que les conditions structurelles (marchés restreints, multilinguisme, part importante d'offres étrangères et donc refinancement plus difficile) constituent les premières entraves à l'arrivée d'autres prestataires privés.

1.4 Mesures déjà décidées par le Conseil fédéral

Le Conseil fédéral a fixé en 2022 les paramètres de la nouvelle concession SSR, qui entrera probablement en vigueur en 2029, et les a confirmés en juin 2024 dans le contexte de sa décision sur l'initiative SSR. La SSR doit continuer à fournir des contenus de service public dans toutes les régions, dans

⁴ Dans le cas des médias financés par la publicité, on parle de "marchés bifaces": D'une part, les offres sont proposées au public, d'autre part, l'espace publicitaire ou l'attention du public est vendu à l'économie publicitaire.

⁵ Polynomics (2016). Disponible sur: www.ofcom.admin.ch > Médias électroniques > Etudes > Études diverses > Polynomics AG (2016): Analyse des distorsions de concurrence. Effets du financement du service public par la redevance sur la concurrence

⁶ Voir chapitre 6 Conclusion du rapport structurel sur les médias 2023 de l'OFCOM.

⁷ Voir rapport de l'OFCOM "Mesures possibles pour améliorer la condition des médias privés suisses", commandé par la CTT-N en octobre 2024.

toutes les langues nationales et pour tous les groupes d'âge, mais se concentrer sur le service public au sens strict, c'est-à-dire sur les domaines journalistiques de l'information, de la formation et de la culture. Dans les domaines du sport et du divertissement, elle doit se concentrer sur les offres que d'autres ne couvrent pas. Par ailleurs, la nouvelle concession doit poursuivre la transition vers des offres en ligne en tant que canal de diffusion important et les axer davantage sur les contenus audio et audiovisuels, le but étant que la SSR atteigne la population avec ses contenus audiovisuels de service public là où celle-ci utilise les médias.

L'OFCOM estime qu'il n'est pas nécessaire d'agir au niveau de la loi.

2 Proposition 2: Améliorer la coopération de la SSR en matière de droits sportifs

L'administration doit examiner et présenter dans un rapport à l'attention de la Commission comment l'art. 10, al. 3, de la concession est appliqué actuellement. Elle devra notamment montrer s'il y a lieu d'agir dans ce domaine.

2.1 Art.10 de la concession SSR

Depuis le 1^{er} janvier 2019, le nouvel art. 10 de la concession décrit le mandat de la SSR en matière de sport. Dans ce domaine, la SSR doit assurer une couverture diversifiée, qui englobe aussi bien les sports de masse que les disciplines moins répandues. La SSR doit rendre compte des événements sportifs auxquels participent des Suisses, des manifestations sportives internationales importantes organisées en Suisse ainsi que des événements sportifs importants selon l'annexe 2 de l'ordonnance du DETEC sur la radio et la télévision⁸.

L'art. 10, al. 3, de la concession contraint la SSR à coopérer avec d'autres diffuseurs suisses pour l'acquisition de droits. Cette obligation tient compte du fait qu'en raison des coûts élevés des droits de retransmission et de production, les reportages sportifs sont difficilement accessibles pour les autres diffuseurs suisses. Au vu de ses moyens financiers limités, la SSR doit donc rechercher davantage de coopérations avec d'autres diffuseurs afin de leur permettre d'accéder aux reportages sportifs et de promouvoir ainsi une couverture diversifiée du sport.

2.2 Mise en œuvre de l'obligation

A travers ses reportages sportifs, la SSR couvre plus de 100 disciplines. Ces dernières années, elle a dépensé en moyenne 40 millions de francs par an pour les droits correspondants, soit 3% de son budget. La publicité et le sponsoring ne couvrent généralement que 10 à 20% des coûts liés aux droits sportifs, à la production et à la diffusion, un niveau confirmé par les associations sportives dans le cadre de l'audition organisée par la CTT-N le 4 novembre 2024.

L'aperçu suivant montre, à titre d'exemple, les disciplines sportives pour lesquelles la SSR a acquis ou transmis des droits depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle disposition de la concession:

a) La **SSR** a acquis les **droits de retransmission en commun** avec un diffuseur privé suisse:

Exemple

Droits acquis, par discipline sportive	La SSR a acquis les droits auprès de
Football - Super League Saisons 2025/26-2029/30 en coopération avec blue (Swisscom): SSR: 1 match en direct par tour, actualités et temps forts de tous les matchs	Swiss Football League (SFL)

b) La **SSR** a acquis les **droits de retransmission** pour elle seule: Exemples

Droits acquis, par discipline sportive	La SSR a acquis les droits auprès de
Beachvolleyball Gstaad	CO Beachvolleyball Gstaad
Biathlon - Championnats du monde et coupe du monde	l'Union européenne de radio-télévision (UER)
Patinage artistique - Championnats du monde/Championnats d'Europe	l'agence de droits sportifs Infront
Athlétisme - Championnats du monde	l'UER

⁸ RS 784.401.11 Événements d'importance majeure pour la société. [RS 784.401.11 - Ordonnance du DETEC du 5 octobre 2006 sur les... | Fedlex](#)

c) La SSR a acquis les **droits de diffusion** pour elle **seule** et a **accordé des sous-licences à des privés**: Exemples

Droits acquis, par discipline sportive	La SSR a acquis les droits auprès de
Basketball - Championnat national Sous-licence au télédiffuseur régional La Télé pour certaines finales de play-off des saisons 2018/19 et 2020/21	Swiss Basketball
Hockey sur glace - Championnats du monde Sous-licence à Teleclub/blue (Swisscom) de 2018 à 2022 et à MySports (Sunrise) en 2023 pour la télévision payante	l'agence de droits sportifs Infront
Football - National Team Football (NTF) Offre à CH Media de sous-licence pour certains matches NTF des saisons 2024/25-2027/28; mais l' offre a été rejetée	l'UEFA ou de son organisme de commercialisation CAA Eleven
Football - Coupe Suisse Sous-licence à Proxifoot et Swiss World TV pour certains matches (y compris la production) de la saison 2023/24 Sous-licence à blue (Swisscom) pour les actualités et les temps forts (chaque saison)	Association suisse de football ASF
Football - Champions League / Europa League et Conference League Finale de la Champions League 2024/25-2026/27 Sous-licence à blue (Swisscom) pour une diffusion en direct ainsi que des temps forts	UEFA
Sports de neige - Ski alpin Sous-licence à ESH Médias pour les actualités et les temps forts de toutes les courses FIS en Suisse et en Autriche au cours des saisons 2023/24 et 2024/25.	Swiss-Ski (courses suisses) et l'UER (courses Oe)
Lutte - ESV-Events Sous-licence au diffuseur TV régional Tele 1 pour la Fête de lutte suisse centrale et les jeux alpestres (ISAF) ainsi que pour le Rigi-Schwinget des années 2019-2024 Sous-licence au diffuseur TV régional TeleBärn pour la Fête cantonale bernoise de lutte suisse (BKSF) et pour la Schwarzsee-Schwinget des années 2019-2024 Sous-licence à Swiss1 pour les diffusions différées de toutes les fêtes des sous-associations et des fêtes de montagne des années 2022-2024 Sous-licence à Blick TV pour les temps forts de l'année 2019	Association fédérale de lutte suisse (AFLS)
Divers contrats de licence sportive (y compris les Jeux olympiques, la Coupe du monde/le Championnat d'Europe de football, la Coupe du monde/les Championnats d'Europe d'athlétisme, les tournois du Grand Chelem de tennis, etc.) avec 16 diffuseurs TV régionaux pour les actualités/temps forts de presque toutes les manifestations dont la SSR possède les droits exclusifs. - Acquisition des droits de la SSR via divers partenaires contractuels.	

d) la **SSR** a acquis **des sous-licences**: Exemples

Droits acquis, par discipline sportive	La SSR a acquis les droits auprès de
Hockey sur glace - National League Actualités et temps forts des saisons 2022/23-2026/27	Sunrise
Football - Super League Saisons 2021/22-2024/25 (1 match en direct par tour, actualités et temps forts de tous les matches)	Swisscom (blue)
Football - Champions League / Europa League et Conference League Saisons 2024/25-2026/27 pour la diffusion en direct de 35 à 37 matches par saison, ainsi que les actualités et les temps forts de tous les matches	Swisscom (blue)
Jeux olympiques - 2018-2024	Warner Bros. Discovery/Eurosport

2.3 Commercialisation des droits sportifs et des tendances

Comme le montrent les tableaux, la commercialisation des droits sportifs est entre les mains des fédérations sportives, des ligues et des organisations. L'attribution des droits dépend du prix, de la couverture et de la qualité de la production qu'un diffuseur peut offrir. Les sociétés de commercialisation de droits sportifs déterminent également si un détenteur de droits de diffusion peut ou non accorder une sous-licence à des tiers. Pour les sports premium, les fédérations sportives suisses n'ont souvent aucune influence sur l'attribution, car les partenaires contractuels sont par exemple la FIFA, l'UEFA ou des ligues étrangères.

Depuis quelques années, les sports premium migrent de la télévision gratuite vers les offres payantes et les plateformes internationales, notamment, en Suisse, les offres payantes des entreprises de télécommunication Swisscom (blue Sport) et Sunrise UPC (MySports). Ces offres s'intéressent en premier lieu au football et au hockey sur glace, deux sports premium, commercialement attractifs. Selon des estimations, Sunrise UPC dépense 30 millions de francs par an pour les droits de hockey sur glace⁹, et blue TV un montant comparable pour les droits de football de l'UEFA¹⁰.

S'agissant des droits sportifs, les fournisseurs de télévision payante et les plateformes de streaming actifs au niveau international tels que Sky, DAZN, Apple, Amazon Prime ou YouTube constituent les principaux concurrents des fournisseurs de sport suisses, comme l'a également souligné un représentant du secteur dans le cadre de l'audition du 14 octobre 2024 organisée par la CTT-N. Par ailleurs, en exigeant toujours plus d'argent, les fédérations sportives pousseraient elles aussi les prix des droits sportifs à la hausse.

Dans le domaine du hockey sur glace, en Suisse, seul un fournisseur de télévision gratuite (CH-Media) a pu s'assurer des droits de retransmission pour des sports premium au cours des dernières années. En 2021, Sunrise UPC a obtenu tous les droits pour la retransmission en direct et les temps forts de la National League pour cinq saisons. Elle a également accordé la sous-licence pour la diffusion des matchs en clair en raison de sa participation à l'activité de TV nationale de CH-Media. Sunrise a également accordé des sous-licences aux télévisions régionales léman bleu, teleticino, La Télé et Tele-Bilingue. Les matchs ont donc aussi été diffusés en Suisse romande et en Suisse italienne, par des

⁹ "Tremblement de terre sur le marché suisse de la télévision", NZZ du 5.3.2022.

¹⁰ La SSR récupère les droits TV de la Champions League de football - un investissement qui va à l'encontre de la volonté du Conseil fédéral, NZZ du 9.2.2023.

diffuseurs régionaux de service public financés en grande partie par le produit de la redevance de radio-télévision (quote-part de la redevance dans le budget: environ 70%).

A l'audition organisée par la CTT-N le 4 novembre 2024, le secteur a dressé un bilan critique quant à l'attribution par la ligue des droits de hockey sur glace à CH-Media. En effet, cette dernière a atteint beaucoup moins de public en Suisse alémanique que la SRF au cours des saisons précédentes (baisse de plus de 60%).

Dans le domaine du football, l'UEFA avait également accordé les droits de retransmission de la Champions Ligue de 2021 à 2024 à CH-Media. Celle-ci a diffusé les matchs sur ses chaînes 3+ et TV24 ainsi que sur les chaînes de ses partenaires des autres régions linguistiques. A la SSR, les matchs sont diffusés dans les programmes des unités d'entreprise SRF (Suisse alémanique), RTS (Suisse romande) et RSI (Svizzera italiana). En outre, dans toutes les régions linguistiques, la SSR fournit des prestations journalistiques propres relatives aux matches¹¹.

2.4 Mesures prises par le Conseil fédéral

Dès 2022, le Conseil fédéral a fixé les paramètres de la nouvelle concession, qui entrera probablement en vigueur en 2029, et les a confirmés en juin 2024 dans le contexte de sa décision sur l'initiative SSR. La SSR devra se concentrer sur l'information, la culture et la formation, à savoir sur le service public au sens strict. En matière de divertissement et de sport, elle doit proposer en priorité ce que les privés ne couvrent pas.

Le Conseil fédéral concrétisera ce principe dans la nouvelle concession, par exemple en précisant l'obligation relative aux coopérations. Il examinera également la possibilité de plafonner le budget des droits sportifs de la SSR ou de réduire le nombre de programmes linéaires.

Dans l'intervalle, il appartient à la SSR et aux diffuseurs privés d'examiner eux-mêmes, dans le cadre de la concession en vigueur, si d'autres coopérations sont possibles.

L'OFCOM estime qu'il n'est pas nécessaire d'agir au niveau de la loi.

¹¹

"La SSR propose son bouquet dans toute la Suisse et dans toutes les régions linguistiques. Elle prépare les matches dans plusieurs langues, ce que les privés ne sont souvent pas en mesure de faire, de sorte qu'ils se contentent parfois de retransmettre un signal non commenté. Les spectateurs doivent donc regarder les matches sans classement et sans commentaire".

3 Proposition 3: Achat en commun des droits pour les films et les séries

L'administration doit examiner comment les médias privés pourraient tirer un meilleur profit, dans le domaine de la télévision gratuite, d'une coopération avec la SSR pour l'achat de droits de films et de séries.

3.1 Art. 9 de la concession SSR

L'art. 9 de la concession comprend les directives pour la SSR dans le domaine du divertissement et contient déjà une réglementation au sens de la proposition 3. Depuis le 1^{er} janvier 2019, l'al. 4 de cette disposition exige de la SSR qu'elle coopère avec des prestataires privés pour l'acquisition de contenus de fiction. Un achat commun doit permettre aux diffuseurs privés de télévision gratuite en Suisse d'accéder à une offre attrayante. En effet, les droits pour les contenus de fiction, c'est-à-dire les films et les séries, sont souvent liés à une certaine portée ou ne sont accordés qu'aux chaînes ou groupes de chaînes ayant une portée pertinente.

3.2 Mise en œuvre de l'obligation

En ce qui concerne l'achat de fiction, l'entreprise Telepool entretient depuis des années une coopération avec la SSR et CH-Media. En Suisse alémanique, CH-Media et SRF se partagent les licences des fictions achetées. En Suisse romande et italienne, en raison de l'exiguïté du territoire, il n'y a pas de diffuseur de télévision gratuite privé d'une importance comparable à celle de CH-Media en Suisse alémanique, raison pour laquelle la condition n'est applicable qu'en Suisse alémanique.

Depuis 2016, la SSR déplace son offre du divertissement vers la culture suisse. En conséquence, elle a nettement augmenté son engagement pour le cinéma suisse, passant de 27,5 à plus de 50 millions de francs. En matière de séries également, elle investit davantage dans les productions propres et les coproductions qui présentent un lien avec la Suisse. Elle a donc réduit le budget d'achat dans toutes les unités d'entreprise (SRF, RTS, RSI). A la SRF, par exemple, elle l'a réduit de moitié environ depuis 2016.

Les coûts d'une série produite en interne ou coproduite dépassent largement ceux d'une série achetée¹². Depuis 2020, la SSR tient compte de toutes les régions linguistiques en y diffusant les quelque 7 séries qu'elle vise à produire chaque année.

3.3 Mesures du Conseil fédéral et de la SSR

Dès 2022, le Conseil fédéral a fixé les paramètres de la nouvelle concession, qui entrera probablement en vigueur en 2029, et les a confirmés en juin 2024 dans le contexte de sa décision sur l'initiative SSR. La SSR devra se concentrer sur l'information, la culture et la formation, à savoir sur le service public au sens strict. En matière de divertissement et de sport, elle devra proposer en priorité ce que les privés ne couvrent pas. Le Conseil fédéral concrétisera ce principe dans la nouvelle concession.

S'agissant des séries et des films achetés, la marge de manœuvre des diffuseurs de télévision gratuite privés, à savoir CH Media, s'est élargie ces dernières années. La concession contient une disposition relative aux coopérations, selon laquelle il appartient à la branche elle-même d'examiner sa collaboration sur la base de la disposition existante et de l'adapter le cas échéant.

L'OFCOM estime qu'il n'est pas nécessaire d'agir au niveau de la loi.

¹² Exemple: Pour une série achetée d'une durée de 30 minutes, les frais de licence se situent entre 2'000 et 10'000 francs. Pour un film acheté, ils sont de l'ordre de 4'000 à 45'000 francs. Pour la série "Tschugger", produite par la SRF en collaboration avec Sky Switzerland, ils s'élèvent à 622'000 francs pour 30 minutes. - [Einführung - Programmprofile und Sendungskosten 2023 bei SRF - Unternehmen - SRF](#)

4 Proposition 4: Stratégie de la SSR en matière de médias sociaux

L'administration doit examiner la stratégie de la SSR en matière de médias sociaux et la présenter dans un rapport à l'attention de la Commission. Elle doit notamment montrer quel en est le rapport coûts/bénéfices et indiquer combien de pourcentages de postes sont nécessaires pour y parvenir.

4.1 Remarque préalable

L'OFCOM ne dispose que de peu d'informations sur cette proposition. Les chapitres suivants se fondent pour l'essentiel sur les renseignements fournis par la SSR.

4.2 La concession n'exige de la SSR aucune stratégie en matière de médias sociaux

En vertu de sa concession, la SSR doit informer le public au moins tous les quatre ans sur sa stratégie d'entreprise et d'offre (art. 5, al. 1). Elle n'a pas formulé de stratégie spécifique en matière de médias sociaux et n'est pas tenue de le faire.

L'art. 18 de la concession SSR ("autres services journalistiques") régit l'offre en ligne de la SSR (p. ex. limitation des contributions textuelles). La notion d'offre de médias sociaux n'est pas mentionnée dans la concession, mais elle figure implicitement à l'art. 13, al. 2. Selon cette disposition, la SSR doit proposer ses contenus là où son public utilise les médias, c'est-à-dire également en ligne et sur les médias sociaux.

Des études sur l'utilisation des médias à titre informatif montrent que, pour atteindre la population avec des contenus de service public, il est conseillé que la SSR soit présente sur tous les canaux de diffusion. Ces dernières années, l'importance des médias en ligne et sociaux pour la formation de l'opinion de l'ensemble de la population a augmenté. En 2019, elle s'élevait à 18% pour l'ensemble des médias en ligne et à 13% pour les médias sociaux. En 2023, ces pourcentages atteignaient respectivement 27% et 16%. A titre de comparaison, en 2023, le pouvoir de la presse écrite sur l'opinion représentait encore 15% (2019: 19%), la radio 18% (2019: 22%) et la télévision 25% (2019: 28%). Dans le groupe d'âge des 15-29 ans, les médias sociaux revêtent déjà la plus grande importance pour la formation de l'opinion (40%), suivis par les médias en ligne (25%), la radio (16%), la presse écrite (12%) et la télévision (8%)¹³.

4.3 Stratégie d'offre de la SSR et présence de la SSR sur les médias sociaux

En vertu de sa stratégie d'offre, la SSR se concentre principalement sur ses propres plateformes numériques (p. ex. play RTS, Play Suisse). Elle utilise les plateformes tierces, telles que les médias sociaux, uniquement de manière complémentaire et vise plutôt à attirer les utilisateurs sur ses propres plateformes (par le biais du marketing ou de liens). En outre, sur les médias sociaux, elle entend proposer aux groupes cibles qu'elle n'atteint pas par d'autres moyens des contenus préparés pour ce canal. En règle générale, elle ne crée pas d'offres spécifiquement pour les médias sociaux, mais y publie des formats qu'elle propose également sur ses propres plateformes.

Ces dernières années, notamment par égard pour les prestataires privés, les unités d'entreprise de la SSR (RTR, RSI, RTS, SRF) ont réduit le nombre de leurs canaux de médias sociaux et fermé divers comptes.

4.4 Frais de personnel et coûts

Suite à la numérisation, les médias électroniques produisent de plus en plus de contenus multimédias. Le mode de production a changé, empêchant ainsi de chiffrer les charges selon les différents canaux de diffusion (radio, télévision, en ligne). Par conséquent, la SSR ne peut pas fournir de données pré-

¹³ Publicom (2018-2023): Monitoring médias Suisse: Disponible sous: www.ofcom.admin.ch > Médias électroniques > Etudes > Monitoring médias Suisse

cises sur les charges liées aux médias sociaux. Elle estime toutefois que dans chaque unité d'entreprise (RTR, RSI, RTS, SRF), 7 à 9 postes à temps plein en moyenne sont consacrés au domaine des médias sociaux. L'OFCOM part du principe que les charges de personnel devraient être plus élevées.

5 Proposition 5: règle 2+2

L'administration doit examiner quelles seraient les conséquences d'une suppression de la règle 2+2 sur la diversité des médias. Elle doit montrer si et dans quelle mesure les diffuseurs privés en profiteraient.

5.1 Art. 44, al. 3, LRTV - Conditions générales de la concession

Pour l'octroi de concessions à des radios locales et des télévisions régionales, il faut tenir compte de l'art. 44, al. 3, LRTV, selon lequel une entreprise peut acquérir au maximum deux concessions de radio et deux concessions de télévision (règle 2+2).

5.2 Motion de la CTT-N du 13 février 2017 et train de mesures en faveur des médias

Le 13 février 2017, la CTT-N a demandé par voie de motion la suppression de la règle 2+2, invoquant la structure à petite échelle du marché des télévisions régionales en Suisse, les coûts élevés et la faible rentabilité des diffuseurs. Le Conseil fédéral a mis en œuvre la motion dans le cadre du train de mesures en faveur des médias (20.038). Le Conseil des Etats a classé la motion le 18 juin 2020 en se référant au train de mesures. Le Conseil national l'a imité le 2 mars 2020. Dans les débats parlementaires sur le train de mesures, la suppression de la règle 2+2 n'a pas été contestée, mais le peuple a rejeté le projet le 13 février 2022.

5.3 Conséquences de la suppression de la règle 2+2

En 2024, dans le cadre d'une adjudication selon certains critères, le DETEC a réattribué les concessions du service public régional, qui entrent en force en 2025 et sont valables jusqu'en 2034. Le droit en vigueur rendait obligatoire l'application de la règle 2+2, qui s'applique également au transfert des concessions. La suppression de cette règle pourrait renforcer encore davantage la concentration des médias et peut-être inciter certains concessionnaires à vendre leurs entreprises à des sociétés financièrement plus solides.

Du point de vue du contenu, la suppression de la règle 2+2 peut aussi bien contribuer à la diversité de l'offre (si des investissements sont consentis dans des titres d'une entreprise de médias qui se distinguent sur le plan éditorial) que la restreindre (si les offres éditoriales de l'entreprise de médias sont en grande partie identiques). Bien qu'on ignore quel scénario se produirait, il est probable que les grandes entreprises de médias profitent économiquement de la suppression.

5.4 Y a-t-il nécessité d'agir?

Bien que la suppression de l'art. 44, al. 3, LRTV n'était pas contestée dans le cadre du train de mesures en faveur des médias, l'octroi de nouvelles concessions devait se faire sous cette règle.

L'OFCOM estime qu'il n'y a pas de nécessité d'agir de toute urgence.

6 Proposition 6: Bases pour un éventuel contre-projet

D'ici à la séance de la CTT-N des 13 et 14 janvier 2025, l'administration est chargée de lui soumettre les bases d'un possible contre-projet à l'initiative populaire "200 francs, ça suffit!", qui permet un autre financement des médias de service public.

Le projet demandé a pour but d'expliquer comment pourrait se présenter un financement alternatif via une augmentation de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA). Les explications ci-dessous reposent essentiellement sur les données de l'administration fiscale et de l'administration des finances.

6.1 Financement indépendant par une augmentation de la taxe sur la valeur ajoutée et ali-mentation du fonds

6.1.1 Cadre juridique

Le financement des médias de service public doit respecter la liberté des médias garantie par la Constitution fédérale (art. 17 Cst.) et le principe d'indépendance vis-à-vis de l'Etat qui en découle (pour les médias électroniques, voir art. 93, al. 3, Cst.). L'interdiction de dominer provenant du principe d'indépendance vis-à-vis de l'Etat exige par conséquent que le budget des médias soit séparé du budget général de l'Etat. Le régime de financement actuel par la redevance de radio-télévision garantit cette séparation.

Si le modèle de financement actuel devait être remplacé par la création d'un fonds indépendant alimenté par la TVA (augmentée à cet effet), il faudrait dans ce cas aussi tenir compte de l'indépendance vis-à-vis de l'Etat. Les moyens alloués en fonction du fonds seraient qualifiés de fortement liés. Il convient d'éviter que le financement des médias de service public ne fasse l'objet du débat budgétaire annuel du Parlement, car il existe un risque d'influence politique. Sans sécurité de planification financière, la SSR et les autres médias soutenus par un financement étatique risquent de s'autocensurer, ce qui s'avérerait problématique en termes d'indépendance vis-à-vis de l'Etat.

Par conséquent, la répartition des ressources provenant du fonds devrait se faire selon les mêmes règles que celles prévues à l'art. 68a LRTV. Comme aujourd'hui, le Conseil fédéral ferait office d'autorité compétente, et prendrait sa décision en considérant les besoins déterminants des offres de médias ayant droit à une aide, selon une périodicité à déterminer. Comme jusqu'à présent, l'OFCOM assurerait la gestion du fonds et des moyens qui en proviennent. L'AFC serait également impliquée et devrait garantir le flux des moyens issus de la TVA vers le fonds.

Les bases constitutionnelles pourraient être formulées comme suit:

Art. 93 Radio et télévision

^{3bis} La radio et la télévision ainsi que les autres formes de diffusion de productions et d'informations ressortissant aux télécommunications publiques sont financées par un fonds indépendant du budget fédéral. Le produit du relèvement de la TVA prévu à l'art. 130, al. 3quinquies, est affecté à ce fonds.

Art 130 Taxe sur la valeur ajoutée

^{3quinquies} Le Conseil fédéral relève de 0,4 point de pourcentage le taux normal et de 0,2 point de pourcentage le taux réduit et le taux spécial pour les prestations du secteur de l'hébergement, afin de financer la radio et la télévision ainsi que les autres formes de diffusion de productions et d'informations ressortissant aux télécommunications publiques.

En outre, il conviendrait d'inclure une disposition transitoire fixant un délai pour la mise en œuvre légale de la nouvelle disposition constitutionnelle et la suppression de la redevance de radio-télévision qui en découle. Il faudrait aussi prendre en considération le fait que SERAFE AG vient de recevoir un nouveau mandat relatif à la perception de la redevance jusqu'en 2034 et qu'elle devrait être indemnisée si ce mandat était supprimé.

6.1.2 Principe de fonctionnement d'un fonds

La mise en œuvre de la présente proposition exigerait la création d'un fonds spécial au sens de l'art. 52 de la loi sur les finances. De tels fonds sont gérés selon une comptabilité propre en dehors des comptes de la Confédération et ne sont pas soumis à l'approbation des crédits par le Parlement. La totalité de la taxe sur la valeur ajoutée serait perçue par l'AFC et par l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF). La part affectée serait ensuite injectée dans le fonds par le biais d'un crédit budgétaire auprès de l'OFCOM. Une procédure similaire est pratiquée, par exemple, pour la part de la TVA revenant à l'AVS (voir crédit OFAS/A230.0104). Une augmentation du taux de la TVA et de son affectation nécessite une base constitutionnelle correspondant aux affectations actuelles de la TVA à l'AVS, au fonds d'infrastructure ferroviaire et à l'assurance-maladie (voir art. 130, al. 3 et 4, Cst.). L'utilisation des ressources peut ainsi être gérée en fonction des procédures et des compétences existantes. Les éventuels excédents restent dans le fonds et peuvent être utilisés les années suivantes, par exemple pour la compensation du renchérissement. Le fonds ne peut pas s'endetter.

6.2 Nouveau financement des médias de service public: estimation du besoin de l'augmentation nécessaire de la TVA

Différents scénarios estimant de combien le taux de la TVA devrait être relevé afin de financer les médias de service public sont présentés ci-dessous. Ils se basent sur une hausse proportionnelle des taux de la TVA, de sorte que les différents taux soient augmentés dans la même proportion. Des augmentations proportionnelles pèsent moins lourd sur les ménages à bas revenus que des augmentations linéaires, car ceux-ci dépensent une part de leurs revenus supérieure à la moyenne pour des produits soumis au taux réduit. Les taux de la TVA sont toujours arrondis à un chiffre après la virgule, raison pour laquelle les recettes supplémentaires générées par l'augmentation des taux peuvent être légèrement supérieures ou inférieures aux besoins à couvrir. En outre, les recettes supplémentaires résultant d'une augmentation du taux d'imposition ne se concrétisent **qu'à hauteur de 79% au cours de l'année d'introduction**, car les recettes de la TVA d'une année civile proviennent en grande partie des trois premiers trimestres de l'année concernée et du quatrième trimestre de l'année précédente.

6.2.1 Remplacement de la redevance de radio-télévision par les recettes de la TVA (scénario a)

Pour obtenir les quelque 1,5 milliard de francs¹⁴ nécessaires au financement des médias de service public, il faut prévoir une augmentation proportionnelle des taux de la TVA de 0,4 point de pourcentage (PP). Les trois taux légaux seraient alors relevés comme suit:

	Actuel	Augmentation de la TVA pour le financement du service public des médias
		+0,4 PP proportionnel
Taux normal	8,1%	8,5%
Taux réduit	2,6%	2,8%
Taux spécial pour les prestations du secteur de l'hébergement ¹⁵	3,8%	4,0%

¹⁴ Actuellement, la quote-part de redevance de la SSR est plafonnée. Ce calcul ignore si tel sera encore le cas en 2029.

¹⁵ Le taux spécial pour les prestations du secteur de l'hébergement est limité au 31.12.2027, conformément à l'art. 25, al. 4, de la loi sur la TVA (LTVA, RS 641.20).

Cette hausse des taux permettrait de générer, en 2029, des recettes estimées à 1,49 milliard de francs. Selon les estimations de l'AFC, comme les recettes de la TVA croissent parallèlement au développement économique, ce léger déficit se résorberait rapidement pour se transformer en un excédent de couverture croissant chaque année.

6.2.2 Remplacement de la redevance de radio-télévision par les recettes de la TVA, conformément à la décision du Conseil fédéral (scénario b)

Le 19 juin 2024, le Conseil fédéral a décidé d'abaisser la redevance des ménages, qui ne sera plus que de 300 francs dès 2029. Cette baisse entraîne une réduction de la quote-part de la SSR. De plus, des interventions parlementaires ont fait émerger des besoins supplémentaires. Dans ce contexte, en 2029, les besoins de financement des médias de service public atteindront 1,4 milliard de francs. Même si la décision du Conseil fédéral était mise en œuvre, une hausse proportionnelle des taux de la TVA de 0,4 point de pourcentage s'imposerait. Un certain excédent de couverture en résulterait dès le début et augmenterait par ailleurs légèrement année après année, car les recettes provenant de la TVA affichent une croissance plus rapide que le renchérissement.

Une augmentation de 0,3 point de pourcentage ne générerait toutefois que des recettes de 1,08 milliard de francs en 2029.

6.3 Charge financière des ménages et des entreprises liées au financement du service public des médias par la TVA, en comparaison du système actuel

6.3.1 Conséquences financières différenciées selon le revenu du ménage

L'AFC a estimé les conséquences financières pour les ménages privés s'agissant de la TVA dans les deux scénarios, sur la base des données de l'enquête sur le budget des ménages (EBM) 2018 à 2019 réalisée par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Elle part du principe que la TVA sera intégralement répercutée sur les consommateurs.

A la lecture de ces estimations, il faut veiller aux points suivants. L'enquête sur le budget des ménages ne comprend pas certaines données des ménages, telles que les dépenses liées à la construction, à l'achat et à la rénovation de maisons et d'appartements. Elle ne tient en outre pas compte des ménages à très hauts revenus. De plus, l'estimation de l'AFC omet les conséquences d'une augmentation de la TVA sur les loyers, car celles-ci ne surviennent que si le logement est rénové. **Comme on ne connaît la répartition que des deux tiers environ de la charge supplémentaire de la TVA sur les classes de revenus, il n'est pas possible de tirer des conclusions plus précises.**

D'une part, la modification proposée du mécanisme de financement allège la charge financière des ménages, car **la redevance disparaît totalement au profit du financement par la TVA** (scénario a: 335 francs; scénario b: 300 francs dès 2029). D'autre part, elle **augmente la charge des ménages liée à la TVA, car les taux de TVA sont relevés.**

Les estimations semblent indiquer que les ménages à bas revenus en profiteront le plus. En revanche, les ménages, qui perçoivent des prestations complémentaires et sont donc actuellement exemptés de redevance de radio-télévision, ainsi que les ménages avec des revenus supérieurs à la moyenne verraient leurs charges augmenter.

Il n'est pas possible de quantifier dans quelle mesure les conséquences du changement de régime pour les entreprises (voir ch. 6.3.2 ci-dessous) se répercuteront financièrement sur les ménages.

6.3.2 Conséquences financières pour les entreprises

En cas de changement de système, ce sont surtout les ménages qui financeraient le service public des médias. Une telle répercussion sur les consommateurs est en effet inhérente au système de la TVA. Les entreprises participeraient uniquement si elles ne peuvent pas répercuter entièrement la TVA.

L'amélioration de la situation des entreprises grâce au changement de système dépend de la manière dont les entreprises répercuteront les coûts de la redevance sur la clientèle (2023: 178 millions de francs au total) et si elles réduiront leurs prix en conséquence.

6.4 De la redevance à la TVA: conséquences d'un changement de système

La procédure d'encaissement de la redevance des ménages, qui coûte actuellement près de 22 millions de francs par année, est supprimée. L'ensemble du processus de poursuites, tel qu'il est effectué aujourd'hui par l'organe de perception ou l'office des poursuites (frais de poursuites), disparaît également. Cette disparition représente un allègement des fonds publics, qui ne peut toutefois pas être calculé (coûts effectifs de l'office des poursuites). En outre, les dépenses actuelles de l'OFCOM affectées à la surveillance de l'organe de perception et la tâche d'autorité de recours seraient totalement supprimées.

Un financement par la TVA aurait pour conséquence que tous les cas d'exonération actuels (p. ex. bénéficiaires de prestations complémentaires et personnes sourdes-aveugles) ne seraient plus exonérés de l'assujettissement à la redevance. Ces ménages subiraient une charge financière plus importante, à moins qu'elle ne soit compensée d'une autre manière.

Pour le moment, le flux des fonds dans le système de la redevance est géré et coordonné par l'OFCOM. Un changement de système impliquerait également l'AFC dans ce processus, ce qui le compliquerait. La rédaction de rapport dans le domaine de la TVA incomberait à l'AFC, tandis que l'OFCOM ne serait plus chargé que des rapports sur l'utilisation des fonds.

Il convient également de noter que le Parlement et le Conseil fédéral souhaitent réduire de manière générale les affectations obligatoires (voir Mo. [17.3259 Réduire les dépenses liées](#) et le rapport en réponse aux postulats du 1^{er} mai 2024 <https://www.news.admin.ch/news/message/attachments/87345.pdf>), car l'utilisation des fonds devient plus stricte. Actuellement, plus de 65% des tâches fédérales sont déjà liées, ce qui restreint fortement la marge de manœuvre du Parlement et entraîne une certaine inefficacité.

Quant à une adaptation aux besoins réels dans le domaine des médias de service public, elle ne sera que très difficilement possible, car elle nécessiterait une modification de la Constitution. De plus, les recettes de la TVA dépendent fortement de la conjoncture¹⁶.

¹⁶ Dans le cadre du nouveau système de redevance, l'administration a examiné dans les années 2010 plusieurs systèmes de financement des médias de service public, y compris le financement par la TVA (augmentation d'environ 0,5%). Cette dernière option n'a pas été retenue, pour les raisons suivantes: nécessité d'une modification de la Constitution; manque de flexibilité, car une modification des objectifs nécessiterait une modification de la Constitution; recettes dépendantes de la conjoncture, dont l'évolution est indépendante des besoins réels en matière de service public; manque de transparence du point de vue de la population. Toutefois, elle présentait l'avantage de ne pas nécessiter de procédure de recouvrement propre.

7 Proposition 7: Donner à la SSR un rôle plus important d'agence de presse

L'administration est chargée d'examiner comment la SSR pourrait assumer davantage le rôle d'agence d'information et d'acquéreuse de droits de diffusion (p. ex. dans le domaine des retransmissions sportives/du sport) et mettre les contenus à la disposition d'autres médias suisses.

Il convient notamment de prendre en compte les aspects suivants:

1. Manières possibles pour la SSR de produire ou d'acheter efficacement des contenus (p. ex. actualités, retransmissions sportives, séries, culture) et de les partager à des conditions équitables avec des fournisseurs de médias privés.
2. Financement de ces prestations par la SSR dans le cadre de son mandat de service public, sans risque pour la qualité et l'indépendance de ses propres contributions.
3. Modèles visant à garantir que les petites entreprises de médias et les entreprises régionales puissent également profiter de ces offres.
4. Effets à long terme sur la diversité des médias et sur la stabilité économique des fournisseurs de médias privés.
5. Modifications requises de la législation ou des concessions de la SSR pour mettre en œuvre ce nouveau rôle.

7.1 La concession oblige déjà la SSR à coopérer

Depuis 2019 déjà, la concession oblige la SSR à coopérer avec le secteur privé dans les domaines du divertissement (art. 9, al. 4) et du sport (art. 10, al. 3); voir à ce sujet les ch. 2 et 3.

En outre, en vertu de l'art. 31 de la concession, la SSR doit collaborer avec des entreprises de médias suisses. Jusqu'à fin 2024, elle est tenue de mettre à la disposition d'autres entreprises de médias suisses qui reconnaissent la Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste rédigée par le Conseil suisse de la presse "des versions raccourcies de contenus audiovisuels actuels". Les entreprises ont peu fait usage de cette offre. Dans des discussions avec la SSR, les éditeurs se sont dits intéressés par la mise à disposition de "matériel brut". Le Conseil fédéral a donc adapté en ce sens la disposition relative à la phase de prolongation de la concession de 2025 à 2028. A partir de janvier, la SSR mettra à la disposition des entreprises suisses de médias "pour leur propre traitement, des contenus audiovisuels quotidiens non traités, sans prestation rédactionnelle de la SSR".

7.2 Rapport de l'OFCOM sur le modèle basé sur les contenus libres

Un rapport sur le "modèle basé sur les contenus libres", rédigé par l'OFCOM sur mandat de la CTT-N, est déjà disponible début 2017¹⁷.

Les conclusions du rapport sont les suivantes:

- En tant qu'agence de presse, la SSR ne contribuerait pas à la diversité de l'offre. Les diffuseurs privés disposeraient certes d'une large offre de la SSR, mais ils seraient moins incités à investir dans leurs propres productions.
- Le droit d'auteur poserait à l'exploitation de l'offre de la SSR par des tiers des limites qu'il faudrait examiner au cas par cas, ce qui exigerait beaucoup de travail.
- En Suisse, il existe déjà une agence, Keystone-ATS, détenue par les entreprises de médias suisses. En tant que plus gros client, la SSR soutient considérablement cette agence et donc l'offre destinée à tous les médias suisses.

¹⁷ Voir [Du contenu libre pour une plus grande diversité des médias? Rapport de l'OFCOM sur mandat de la CTT-N](#)

7.3 Loi fédérale sur les médias électroniques: la SSR comme agence de presse, modèle basé sur les contenus libres ou partagés

En juin 2018, le Conseil fédéral a mis en consultation un projet de loi fédérale sur les médias électroniques, qui aurait dû remplacer la LRTV¹⁸, lequel a toutefois été abandonné après la consultation¹⁹. Les milieux intéressés ont notamment été invités à donner leur avis sur l'idée de supprimer l'agence de presse et de confier à la SSR un mandat pour des prestations d'agence, ce qui a été rejeté pratiquement à l'unanimité. L'idée d'imposer à la SSR l'obligation de mettre ses contenus à la disposition d'autres fournisseurs de médias a suscité la controverse, par crainte d'un recul de la diversité des médias.

7.4 Soutien à l'agence de presse suisse Keystone-ATS

Depuis le 1^{er} janvier 2019, l'agence de presse suisse Keystone-ATS est soutenue par la redevance de radio-télévision (2019/2020: 2 millions de francs pour chacun des médias, 4 millions par an depuis 2021). Avec la mise en œuvre de l'initiative parlementaire Chassot (22.417), ce montant pourrait encore augmenter. Or, si la SSR se voyait également attribuer le rôle d'agence de presse, elle concurrencerait Keystone-ATS, sans compter qu'il serait inefficace de subventionner des services comparables chez deux prestataires.

7.5 Y a-t-il nécessité d'agir?

Dès que le nouveau cadre financier de la SSR sera connu, le Conseil fédéral élaborera la nouvelle concession SSR. Il examinera si les directives relatives aux coopérations doivent être précisées.

L'OFCOM estime qu'il n'est pas nécessaire d'agir au niveau de la loi.

¹⁸ [Consultation sur la nouvelle loi sur les médias électroniques](#)

¹⁹ En remplacement, un train de mesures en faveur des médias a été élaboré, qui a été rejeté par les électeurs le 13 février 2022. Le gouvernement a décidé de ne pas prendre de mesures de protection à l'égard des médias.

8 Proposition 8: Scénarios en matière de redevance des entreprises et des ménages

L'administration est priée de présenter un rapport sur les moyens financiers dont disposeraient la SSR et les autres bénéficiaires au sens de l'art. 68a, al. 1, de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV), si la redevance des ménages et des entreprises était adaptée selon les scénarios ci-dessous. Le rapport doit en outre montrer comment les moyens (par scénario) évolueront en fonction du nombre de ménages, de la structure des entreprises et des recettes publicitaires. Des projections appropriées doivent être utilisées à cet effet. Enfin, le rapport doit contenir des tableaux et des graphiques qui permettent des comparaisons avec la situation actuelle et avec des combinaisons de différents scénarios.

a. Scénarios Redevance des entreprises

- Exonération totale de toutes les entreprises
- Exonération totale des PME selon l'art. 2, let. e, LFus (petites et moyennes entreprises: les sociétés qui ne sont pas débitrices d'un emprunt par obligations et dont les parts ne sont pas cotées en bourse, et qui en outre ne dépassent pas deux des grandeurs suivantes: 1. total du bilan de 20 millions de francs, 2. chiffre d'affaires de 40 millions de francs, 3. 250 emplois à plein temps)
- Exonération des entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 1 milliard de francs

b. Scénarios Redevance des ménages

- Situation actuelle: 335 francs/an
- Réduction à 320 francs/an
- Réduction à 300 francs/an (selon le Conseil fédéral)
- Réduction à 200 francs/an (selon l'initiative populaire)

8.1 Introduction

Les chiffres se basent sur les statistiques et les prévisions établies en 2023, notamment par l'Office fédéral de la statistique, l'Administration fédérale des contributions et l'OFCOM. Les calculs suivants se réfèrent aux conséquences pour la SSR. Les données relatives aux autres besoins et à la quote-part de la redevance attribuée aux radios locales et aux télévisions régionales ne sont pas prises en compte (voir tableau 1 du message relatif à l'initiative SSR, p. 11)²⁰, tout comme le renchérissement à supprimer et l'éventuel recul de la publicité.

Concernant le deuxième point de la proposition sous chiffre a (PME selon la loi sur la fusion), le calcul ne peut pas être effectué, car la Confédération ne dispose pas des données appropriées.

Le 19 juin 2024, le Conseil fédéral a adopté un contre-projet au niveau de l'ordonnance. La redevance des ménages est abaissée à 300 francs et la limite pour l'imposition de la redevance des entreprises relevée à 1,2 million de francs. En conséquence, selon le message relatif à l'initiative SSR, la quote-part de redevance de la SSR s'élèvera à 1,2 milliard de francs en 2029, la diminution des recettes représentera **120 millions de francs** par rapport à 2024 (1,319 milliard de francs, dont 1,25 milliard de redevance plus 69 millions de renchérissement). A cela s'ajoute une baisse des recettes pour la SSR, due à la mise en œuvre des initiatives parlementaires Bauer et Chassot et correspondant à un montant maximal de **35 millions de francs**. Cela signifie qu'en cas de mise en œuvre maximale de ces initiatives, la diminution des recettes de la SSR provenant de la redevance s'élèverait à **155 millions de francs** au total.

D'autres diminutions de recettes résultent du fait que le renchérissement ne peut plus être versé à la SSR, ou plus entièrement. En outre, un éventuel recul des recettes publicitaires entraînera une baisse supplémentaire des recettes.

²⁰ [Message relatif à l'initiative populaire "200 francs ça suffit ! \(Initiative SSR\)"](#)

8.2 Scénarios en cas de suppression de la redevance des entreprises

Le tableau suivant montre les résultats **de différents tarifs de la redevance des ménages** en cas de **suppression totale de la redevance des entreprises**.

Les pertes de recettes qui résulteraient d'une mise en œuvre maximale des initiatives parlementaires Bauer et Chassot sont mentionnées entre parenthèses (voir ci-dessus décision du Conseil fédéral 120 ou 155 millions de francs).

Tarif pour les ménages en CHF	Quote-part de la redevance de la SSR en 2029	Perte de recettes SSR sans la redevance des entreprises en 2029 par rapport à 2024 (1,319 milliard, dont 1,25 milliard de redevance, plus 69 millions de renchérissement)
335	1,142 milliard	177 millions (212 millions)
320	1,085 milliard	234 millions (269 millions)
300	1,009 milliard	310 millions (345 millions)
200	630 millions	689 millions (724 millions)

8.3 Scénarios Redevance des entreprises à partir de 1 milliard de francs

Si la **limite pour la redevance des entreprises** est portée à **un milliard de francs** (et le tarif actuellement en vigueur appliqué), les recettes s'élèveront à 27 millions de francs en 2029.

Le tableau suivant présente les résultats selon différents **tarifs** de la **redevance des ménages**.

Les pertes de recettes qui résulteraient d'une mise en œuvre maximale des initiatives parlementaires Bauer et Chassot sont mentionnées entre parenthèses (voir ci-dessus décision du Conseil fédéral 120 ou 155 millions de francs).

Tarif pour les ménages en CHF	Quote-part de la redevance de la SSR en 2029	Perte de recettes SSR avec le seuil de 1 milliard pour la redevance des entreprises en 2029 par rapport à 2024 (1,319 milliard, dont 1,25 milliard de redevance, plus 69 millions de renchérissement)
335	1,170 milliard	149 millions (184 millions)
320	1,112 milliard	207 millions (242 millions)
300	1,036 milliard	283 millions (318 millions)
200*	657 millions*	662 millions* (697 millions)

**L'initiative SSR prévoit la suppression de la redevance des entreprises. Or, celle-ci est incluse dans ce calcul.*

9 Proposition 9: Participation de la SSR au login commun

L'administration doit indiquer, dans un rapport à l'attention de la Commission, quelles modifications devraient être apportées à la législation pour obliger la SSR à participer au login commun des éditeurs suisses.

9.1 Contexte: Login commun et login volontaire à la SSR

Fondée en 2019, l'Alliance numérique suisse regroupe les entreprises de médias TX Group, Ringier, NZZ, CH Media, ainsi que la SSR, dans le cadre de ses possibilités légales. TX Group et Ringier ont déjà introduit OneLog, à savoir l'obligation pour les utilisateurs de s'enregistrer en fournissant leurs données personnelles. Par cette stratégie, ils s'écartent des offres gratuites proposées depuis de nombreuses années sur leurs sites internet et lient l'utilisation des offres à un "paiement" en données personnelles. Ils partent du principe que grâce à ce modèle, une partie de la publicité ciblée qui normalement va à des groupes étrangers restera en Suisse.

Les ménages suisses et les entreprises assujetties paient la redevance de radio-télévision dont le produit va à toutes les offres de la SSR, soumises à la concession. Selon la concession SSR, les offres en ligne font partie des autres services journalistiques au sens de l'art. 25, al. 3, let. b, LRTV, qui sont nécessaires à l'accomplissement du mandat de prestations. Comme elles sont financées par la redevance de radio-télévision, il ne s'agit pas d'offres gratuites.

La LRTV en vigueur permet l'introduction d'un login volontaire (opt-in) pour certains contenus en ligne de la SSR, à condition qu'il offre aux utilisateurs une plus-value sous forme d'offres personnalisées (p. ex. recommandations). Toutes les offres en ligne, soumises à la concession, doivent toutefois être accessibles sans login. Dans le cas de la vidéothèque en ligne PlaySuisse, exclusivement axée sur une utilisation personnalisée, l'OFCOM a exceptionnellement autorisé un login "obligatoire", car il s'agit d'une valeur ajoutée pour les utilisateurs. Play-Suisse ne peut toutefois proposer que des vidéos qui ont été ou sont librement accessibles dans d'autres offres de la SSR. En outre, la SSR ne peut pas exiger des utilisateurs d'autres informations qu'une adresse électronique et un mot de passe. Le Conseil fédéral a également confirmé cette position dans sa réponse à l'IP. 19.4310 Töngi ("Un login commun pour les grands éditeurs et la SSR").

9.2 Base légale nécessaire

La LRTV en vigueur ne permet pas d'obliger la SSR à instaurer un enregistrement obligatoire pour l'accès à toutes ses offres en ligne. Sur un marché numérique, les données personnelles ont une grande valeur et font l'objet d'un commerce, où elles servent souvent de moyen de paiement. Dans le cas des offres en ligne de la SSR, l'introduction d'un login obligatoire exigerait donc des utilisateurs une sorte de paiement supplémentaire, qui s'ajouterait au financement par la redevance de radio-télévision. La LRTV en vigueur ne prévoit aucune base pour ce cas de figure et le Conseil fédéral ne pourrait pas non plus l'introduire simplement dans la concession.

En conséquence, une obligation de login devrait faire l'objet d'une nouvelle disposition dans la LRTV. Le législateur pourrait par exemple en ajouter une à l'art. 25 LRTV, et charger le Conseil fédéral d'introduire cette obligation pour les offres en ligne de la SSR, ou du moins de donner à la SSR la possibilité d'exiger un login.

L'approbation de cet ajout par le Parlement soulèverait des questions relatives à la protection des données. Dans le cas de la SSR, ces questions devraient être réglées au niveau de la loi et de l'ordonnance. Il faudrait notamment clarifier les conditions pour une éventuelle utilisation et transmission des données personnelles ainsi que certains aspects de la sécurité des données. Il conviendrait également de déterminer l'étendue de l'obligation faite aux utilisateurs de fournir des données.

9.3 Y a-t-il nécessité d'agir?

Les demandes visant à ce que la SSR participe à un login obligatoire pour les contenus en ligne émanent en particulier du secteur des médias. Ces inquiétudes économiques doivent être comparées à celles des utilisateurs des médias qui ont déjà financé les offres correspondantes avec la redevance de radio-télévision. C'est pourquoi les offres de service public doivent être librement accessibles. Il appartient au Parlement de procéder à la pesée d'intérêts correspondante.