

Loi fédérale sur les médias électroniques (LME)

du ...

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,
vu les art. 71, 92, al. 1, et 93, al. 1, de la Constitution (Cst.)¹,
vu le message du Conseil fédéral du xx²,
arrête:

Titre 1 Dispositions générales

Art. 1 But

¹ La présente loi vise à soutenir la diversité des médias suisses, à promouvoir la qualité des médias électroniques et à contribuer ainsi au développement démocratique, social et culturel de la Suisse.

² Par médias électroniques, il faut entendre des offres de médias transmises au moyen de techniques de télécommunication et destinées au public en général.

Art. 2 Champ d'application

¹ Sont régies par la présente loi les offres de médias de la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR), les offres de médias qui font l'objet d'un accord de prestations ainsi que les programmes suisses de télévision.

² Par programmes suisses de télévision au sens de l'al. 1, il faut entendre les programmes de télévision qui, en vertu du droit international applicable, sont soumis à la juridiction suisse.

³ Le Conseil fédéral exclut du champ d'application de la présente loi les programmes de télévision qui présentent une faible portée journalistique.

Art. 3 Relation avec la loi sur les télécommunications

Sauf disposition contraire de la présente loi, la transmission de programmes au moyen de techniques de télécommunication est régie par la loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications (LTC)³.

Art. 4 Définitions

On entend par:

- a. contribution de médias: partie rédactionnelle d'une offre de médias formant un tout d'un point de vue formel et matériel;
- b. offre de médias: contributions de médias et/ou publicité conçues par un fournisseur de médias sur la base de critères rédactionnels;
- c. offre de médias linéaire: offre dont la diffusion est fixée dans le temps;
- d. offre de médias non linéaire: offre de médias dont la diffusion n'est pas fixée dans le temps;
- e. programme de télévision : offre de médias audiovisuelle linéaire ;
- f. programme de radio : offre de médias audio linéaire ;
- g. fournisseur de médias: organisation qui définit le choix, le contenu et la conception d'une offre de médias;
- h. publicité: annonce diffusée dans une offre de médias visant à favoriser la conclusion d'un acte juridique concernant des biens ou des services, à promouvoir une cause ou une idée, ou à produire tout autre effet souhaité par l'annonceur ou par le fournisseur de médias en échange d'une rémunération ou d'une autre contrepartie, ou dans un but d'autopromotion;
- i. parrainage: participation d'une personne physique ou morale au financement direct ou indirect d'une contribution de médias, afin de promouvoir son nom, sa raison sociale ou son image de marque;
- j. offre de vente: forme de publicité invitant le public à conclure immédiatement un acte juridique portant sur les biens ou les services présentés;
- k. diffusion: partie de la transmission, au moyen de techniques de télécommunication au sens de l'art. 3, let. c, LTC⁴, destinée au public en général.

RS

- 1 RS 101
- 2 FF 20xx xxxx
- 3 RS 784.10

Titre 2 Principes

Art. 5 Indépendance vis-à-vis de l'Etat et autonomie

¹ L'indépendance des médias vis-à-vis de l'Etat est garantie.

² Les fournisseurs de médias ne sont soumis à aucune directive des autorités fédérales, cantonales ou communales, à moins que le droit fédéral n'en dispose autrement.

³ Les fournisseurs de médias conçoivent librement leurs contributions de médias et la publicité notamment en ce qui concerne le choix des thèmes, l'élaboration du contenu et la présentation. Ils en sont responsables.

Art. 6 Mentions légales

¹ Les fournisseurs de médias doivent garantir un accès aisé, direct et permanent à leurs informations de contact.

² Les informations à fournir sont notamment :

- a. l'adresse, et les autres indications permettant un contact rapide, direct et efficace;
- b. la désignation des autorités de surveillance compétentes.

Art. 7 Exigences minimales relatives aux offres de médias

¹ Les fournisseurs de médias respectent les droits fondamentaux dans la conception de leurs offres, y compris de la publicité. Ils respectent notamment la dignité humaine.

² Les contributions de médias ne doivent pas être discriminatoires, contribuer à la haine envers certains groupes de population ou membres de ces groupes, porter atteinte à la moralité publique ou faire l'apologie de la violence ou la banaliser.

³ Dans leurs contributions de médias ayant un contenu informatif, les fournisseurs de médias sont tenus de présenter les faits et les événements de manière fidèle de manière à permettre au public de se forger sa propre opinion. Les points de vue et les commentaires doivent être identifiables comme tels.

⁴ Les contributions de médias et la publicité ne doivent pas porter atteinte à la sûreté intérieure ou extérieure de la Confédération ou des cantons ou à leur ordre constitutionnel, ni violer les obligations contractées par la Suisse en vertu du droit international.

Art. 8 Protection des mineurs

¹ Les contributions de médias et la publicité ne doivent pas nuire au développement physique, mental, moral ou social des mineurs.

² Les fournisseurs de médias doivent prévoir des mesures appropriées pour que des contributions de médias ou de la publicité, qui pourraient nuire au développement des mineurs, ne soient normalement pas entendues ou vues par ceux-ci, notamment grâce à:

- a. l'heure de programmation ou de mise à disposition;
- b. un signal optique ou acoustique;
- c. des systèmes de vérification de l'âge, de filtrage ou de cryptage;
- d. la mise à disposition de systèmes de contrôle parental;
- e. la mise à disposition de systèmes de notification et d'évaluation.

³ A cet effet, les fournisseurs de médias sont tenus d'appliquer les systèmes de classification d'âge reconnus en Suisse.

Art. 9 Adaptation à l'intention des handicapés sensoriels

¹ Les fournisseurs de programmes de télévision sans concession ou accord de prestations qui offrent un programme national ou régional-linguistique doivent adapter à l'intention des handicapés sensoriels une proportion appropriée de contributions de médias.

² Le Conseil fédéral fixe l'étendue de l'obligation selon l'al. 1. Il examine notamment si l'offre de médias se prête à une adaptation et si la capacité financière du fournisseur de médias le permet.

³ La SSR et les fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations sont soumis à des dispositions spécifiques (art. 20, al. 2 et art. 23, al. 3).

Art. 10 Droit à l'extrait lors d'événements publics

¹ Lorsque la diffusion d'un événement public en Suisse fait l'objet d'un contrat d'exclusivité, tout fournisseur de médias a droit à un extrait actuel de cet événement dans un format adapté.

² Les organisateurs d'événements publics et les fournisseurs de médias qui possèdent des droits de diffusion primaire ou des droits d'exclusivité doivent:

- a. accorder à tout fournisseur de médias intéressé l'accès à l'événement, dans la mesure où la technique et l'espace disponible le permettent;
- b. mettre à disposition le signal de transmission pour les parties de l'événement demandées à des conditions raisonnables.

³ La Commission des médias électroniques (COMME) peut obliger les organisateurs d'événements publics et les fournisseurs de médias qui possèdent des droits de diffusion primaire ou des droits d'exclusivité à prendre les mesures nécessaires pour garantir le droit à l'extrait, sous peine des sanctions prévues à l'art. 100.

⁴ RS 784.10

Art. 11 Libre accès à des événements d'importance majeure pour la société

¹ Les fournisseurs de médias sont tenus de rendre librement accessibles à la majeure partie du public les comptes rendus d'événements d'importance majeure pour la société.

² Le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC) établit et tient à jour une liste des événements nationaux et internationaux d'importance majeure pour la société.

³ S'agissant du libre accès dans l'Etat concerné, les listes établies par les Etats parties à la Convention européenne du 5 mai 1989⁵ sur la télévision transfrontière sont contraignantes pour les fournisseurs de programmes suisses de télévision.

Art. 12 Obligations en matière de promotion

¹ Le Conseil fédéral peut contraindre les fournisseurs de programmes de télévision nationaux ou régionaux-linguistiques sans mandat de prestations:

- a. à réserver une proportion substantielle de leur temps de transmission à des œuvres suisses ou européennes;
- b. à réserver une proportion appropriée de leur temps d'antenne ou de leurs coûts de production à des œuvres suisses ou européennes de producteurs indépendants.

² Les fournisseurs visés à l'al. 1 qui proposent des films de fiction, documentaires ou d'animation doivent affecter 4% au moins de leurs recettes brutes à l'acquisition, la production ou la coproduction de films suisses ; à défaut, l'OFCOM prélève une taxe d'encouragement de 4% au plus de leurs recettes brutes.

³ Sont également astreints à l'obligation de l'al. 2, les fournisseurs de programmes de télévision étrangers qui proposent des fenêtres de programmes nationales ou régionales-linguistiques et diffusent des films de fiction, documentaires ou d'animation dans leurs programmes.

⁴ La SSR et les fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations sont soumis à des dispositions particulières (art. 20, al. 3 et art. 28).

⁵ L'affectation de la taxe visant à promouvoir le cinéma relève de l'art. 15, al. 2 et 3, de la loi du 14 décembre 2001 sur le cinéma⁶.

Titre 3 Publicité et parrainage**Art. 13** Identification de la publicité

¹ La publicité doit être nettement séparée des contributions de médias et clairement identifiable comme telle.

² Le Conseil fédéral peut interdire ou soumettre à des dispositions particulières les formes de publicité qui compromettent ces principes.

³ Les collaborateurs participant régulièrement à des contributions d'un fournisseur de médias ne doivent pas se produire dans les publicités figurant dans l'offre de médias de ce fournisseur. Le Conseil fédéral peut prévoir des exceptions pour les fournisseurs de médias ayant une capacité financière limitée.

Art. 14 Interdictions de la publicité

¹ Est interdite toute publicité qui:

- a. porte atteinte à des convictions religieuses ou politiques;
- b. encourage des comportements préjudiciables à la santé, à l'environnement ou à la sécurité personnelle.

² Est interdite la publicité pour:

- a. les partis politiques, les personnes occupant des fonctions officielles ou candidates à des fonctions officielles et les objets des votations populaires;
- b. une appartenance religieuse ainsi que les institutions et les personnes qui la représentent.
- c. les produits de tabac et cigarettes électroniques selon l'art. 3, let. a et f de la loi du xx sur les produits du tabac⁷ ainsi que les objets qui forment une unité fonctionnelle avec un produit du tabac;
- d. les boissons alcoolisées régies par la loi fédérale du 21 juin 1932 sur l'alcool⁸.

³ Sont interdites:

- a. la publicité pour des médicaments, conformément aux dispositions de la loi du 15 décembre 2000 sur les produits thérapeutiques⁹;
- b. les offres de vente pour les médicaments.

⁴ La publicité clandestine et la publicité subliminale sont interdites.

⁵ Le Conseil fédéral peut restreindre la publicité pour d'autres produits ou édicter des dispositions d'exécution pour protéger la santé et les mineurs.

⁵ RS 0.784.405

⁶ RS 443.1

⁷ (en cours d'élaboration)

⁸ RS 680

⁹ RS 812.21

Art. 15 Insertion, durée et étendue de la publicité

¹ Dans les offres de médias linéaires, la publicité doit être insérée entre des contributions de médias et diffusée dans des blocs.

² La publicité ne doit en principe pas excéder 20% d'une heure d'antenne.

³ Le Conseil fédéral peut autoriser des dérogations aux al. 1 et 2 en tenant compte notamment des critères suivants:

- a. les mandats de prestations des fournisseurs de médias;
- b. la situation économique des médias électroniques;
- c. la concurrence étrangère;
- d. les réglementations internationales en matière de publicité;
- e. les attentes du public ;
- f. la cohésion et la valeur des contributions de médias.

⁴ Le Conseil fédéral règle l'insertion, la durée et l'étendue de la publicité dans les offres de médias non linéaires qui font l'objet d'une concession ou d'un accord de prestations. Il tient compte à cet égard des principes qui fondent les al. 1 à 3.

Art. 16 Parrainage

¹ Le fournisseur de médias est seul responsable du contenu et, dans le cas des offres de médias linéaires, de la programmation des contributions de médias parrainées. Il veille à ce que le parrain ne puisse pas influencer la contribution de médias de manière à nuire à l'indépendance rédactionnelle.

² Les parrains doivent être nommés au début ou à la fin de la contribution de médias concernée.

Art. 17 Interdictions du parrainage

¹ Les contributions de médias parrainées ne doivent pas inciter à conclure des actes juridiques concernant des biens ou des services offerts par les parrains ou par des tiers, ni contenir des déclarations à caractère publicitaire concernant des biens ou des services.

² Les entreprises qui ont pour activité principale la fabrication ou la vente de produits ou la fourniture de services pour lesquels la publicité est interdite selon l'art. 14 ne peuvent pas parrainer de contributions de médias.

³ Les entreprises du secteur pharmaceutique peuvent parrainer des contributions de médias, pour autant qu'aucun produit pour lequel la publicité est interdite ne soit mentionné ni présenté, et qu'il n'y ait pas d'autre effet publicitaire pour ces produits.

⁴ Le parrainage des contributions de médias sur l'actualité politique et de celles consacrées à l'exercice des droits politiques aux niveaux fédéral, cantonal et communal est interdit.

⁵ Afin de protéger les mineurs, le Conseil fédéral exclut certaines formes de parrainage des contributions de médias destinées aux enfants.

Art. 18 Placement de produits

Le placement de produits est soumis aux dispositions sur le parrainage. Le Conseil fédéral peut prévoir des dérogations.

Art. 19 Publicité s'adressant à des mineurs

¹ La publicité qui s'adresse à des mineurs ou dans laquelle apparaissent des mineurs ne doit pas exploiter leur manque d'expérience ni porter atteinte à leur développement physique ou psychique.

² Les contributions de médias destinées aux enfants ne doivent pas être interrompues par de la publicité.

³ Les offres de vente ne doivent pas s'adresser à des mineurs.

Titre 4 SSR et fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations**Chapitre 1 Dispositions générales****Art. 20**

¹ La SSR et les fournisseurs de médias chargés d'un mandat de prestations doivent refléter équitablement, dans l'ensemble de leurs contributions de médias, la diversité des événements et des opinions.

² Ils doivent rendre accessible de manière adéquate aux handicapés sensoriels une proportion appropriée de leur offre de médias. Les modalités sont réglées dans la concession ou dans les accords de prestations.

³ Le Conseil fédéral peut contraindre les fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations à réserver une partie substantielle de leur offre audiovisuelle de médias à des œuvres suisses ou européennes.

⁴ Ils doivent, sur ordre de l'autorité compétente:

- a. publier sans délai les communiqués urgents de la police indispensables au maintien de l'ordre et de la sécurité publics ou à la sécurité des personnes, ainsi que les alertes et les instructions émanant des autorités;
- b. informer la population sur des actes législatifs de la Confédération qui font l'objet d'une publication urgente ou d'une publication extraordinaire au sens de l'art. 7, al. 3 et 4, de la loi du 18 juin 2004 sur les publications officielles (LPubl)¹⁰.

¹⁰ RS 170.512

⁵ L'autorité qui a ordonné la diffusion des communiqués ou des informations visés à l'al. 3 en assume la responsabilité.

Chapitre 2 Société suisse de radiodiffusion et télévision

Section 1 Mandat de prestations

Art. 21 Principes

¹ La COMME octroie à la SSR une concession. Celle-ci concrétise le mandat de prestations de la SSR, notamment le type et l'étendue des offres de médias. La concession est octroyée pour une période maximale de 10 ans.

² Les services journalistiques de la SSR consistent principalement en des contributions de médias audio et audiovisuelles.

³ La SSR répond à l'intérêt général et donne au public une information fiable sur l'Etat et la société.

⁴ Avec l'ensemble de ses services journalistiques, elle favorise la compréhension mutuelle, la cohésion et l'échange entre les différentes régions du pays, les communautés linguistiques, les cultures, les religions et les groupes sociaux. Elle tient compte des particularités du pays et des besoins des cantons.

⁵ Elle tient compte des demandes et des intérêts du public dans ses services journalistiques et s'emploie à bénéficier d'une large acceptation et d'une bonne réputation.

⁶ Elle conçoit ses services journalistiques de manière autonome et agit en toute indépendance de l'Etat et des groupes sociaux, économiques et politiques.

⁷ La diffusion et la forme des services journalistiques de la SSR visent à atteindre les groupes cibles de manière efficace et novatrice.

⁸ La SSR ne poursuit aucun but lucratif.

Art. 22 Contenu du mandat de prestations

¹ La SSR fournit des offres complètes dans les domaines de l'information, de la culture et de la formation ainsi que des offres dans les domaines du divertissement et du sport qui se distinguent des autres offres commerciales.

² Elle contribue à la libre formation de l'opinion du public. Elle couvre en particulier les réalités politiques, économiques, sociales et culturelles, en mettant l'accent sur la présentation et l'explication des événements survenant aux niveaux international, national et régional-linguistique.

³ Elle fournit des informations destinées aux Suisses de l'étranger.

⁴ Elle contribue au rayonnement culturel et au renforcement des valeurs culturelles du pays. Elle soutient la culture suisse, en particulier la musique, le cinéma et la littérature, et collabore avec les acteurs culturels. Elle diffuse des productions suisses et européennes indépendantes.

⁵ Elle contribue à la formation et au savoir du public, en tenant compte également des objectifs institutionnels en matière de formation.

⁶ Les contributions de la SSR à caractère principalement divertissant se distinguent dans leur ensemble de l'offre des fournisseurs de médias commerciaux.

⁷ Les contributions de la SSR à caractère principalement sportif tiennent compte en premier lieu des événements sportifs auxquels participent des Suisses, des manifestations sportives internationales significatives se déroulant en Suisse et des événements sportifs d'une importance majeure pour la société. Les sports de masse et les sports de niche sont aussi pris en considération de manière appropriée.

⁸ Les services journalistiques de la SSR comprennent une part élevée d'autoproductions.

Art. 23 Contenus destinés à certains groupes de population

¹ La SSR fournit des contributions de médias axées sur la réalité quotidienne et les intérêts des enfants, des adolescents et des jeunes adultes.

² Dans ses services journalistiques, elle s'intéresse aux personnes issues de la migration pour favoriser leur intégration sociale et la compréhension du reste du public à leur égard.

³ Elle prend en considération les besoins des handicapés sensoriels et vise à leur garantir l'égalité d'accès à ses services journalistiques. La SSR définit d'entente avec les associations concernées l'étendue et la forme des prestations fournies. Les modalités sont régies dans la concession.

Art. 24 Exigences en matière de qualité

¹ Les services journalistiques de la SSR doivent satisfaire à des exigences élevées en matière de qualité et d'éthique. Ils se distinguent par leur pertinence, leur professionnalisme, leur indépendance, leur diversité et leur accessibilité.

² La SSR dispose d'un système de garantie de la qualité. Elle définit des normes de qualité et les fait régulièrement contrôler par des experts externes. Elle informe le public des résultats des examens internes et externes. Les modalités sont régies dans la concession.

Art. 25 Conception en fonction des régions linguistiques

¹ Les offres de médias de la SSR sont conçues en fonction du public des différentes régions linguistiques.

² La SSR fournit des services journalistiques équivalents en français, en allemand et en italien et tient compte du romanche de manière appropriée.

³ Ses offres de médias s'intéressent régulièrement aux autres régions linguistiques, notamment dans les offres quotidiennes d'information et dans d'autres offres attrayantes pour le public.

⁴ Elle fournit au moins un programme de radio et un programme de télévision dans les régions linguistiques germanophone, francophone et italophone.

⁵ Dans les contributions d'information importantes susceptibles d'intéresser un public au-delà des frontières linguistiques et nationales, elle utilise en règle générale les langues dans leur forme standard.

⁶ Elle peut destiner à un public régional une offre contenant les principales informations régionales actuelles sur la politique, l'économie et la culture. La concession règle le contenu et la durée d'une telle offre.

Art. 26 Octroi et modification de la concession

¹ La COMME mène une consultation publique avant l'octroi de la concession ou une modification importante de celle-ci.

² Elle peut modifier la concession avant l'expiration de sa durée de validité si les conditions de fait ou de droit ont changé et que la modification est nécessaire pour préserver des intérêts importants. Si la SSR subit un préjudice économique, la Confédération lui verse une indemnité appropriée.

Art. 27 Publicité et parrainage dans les offres de médias de la SSR

¹ La publicité est interdite dans les programmes de radio et les offres de médias non linéaires de la SSR. Le Conseil fédéral peut prévoir des exceptions pour l'autopromotion ainsi que pour les contributions de médias disponibles sur demande qui ont été déjà diffusées de manière linéaire.

² Le Conseil fédéral peut restreindre ou interdire la publicité et le parrainage dans les offres de médias de la SSR. A cet effet, il tient compte notamment de l'évolution du marché de la publicité et des intérêts des autres entreprises de médias.

Section 2 Collaboration

Art. 28 Collaboration dans le domaine culturel

¹ La SSR collabore avec les milieux suisses du cinéma et de la musique et s'intéresse à la littérature suisse. La COMME règle les modalités dans la concession; elle peut imposer des pourcentages minimaux.

² Pour la production de contenus audiovisuels, la SSR collabore avec l'industrie audiovisuelle suisse indépendante. La COMME règle les modalités de la collaboration dans la concession; elle peut prévoir qu'une certaine part des productions doit provenir de cette industrie.

Art. 29 Collaboration avec d'autres entreprises dans le cadre du mandat de prestations

¹ Pour remplir son mandat de prestations, la SSR peut collaborer avec d'autres entreprises de médias, pour autant que cette collaboration :

- a. ne restreigne pas la diversité des opinions et de l'offre en Suisse, et
- b. ne désavantage pas d'autres entreprises suisses de médias de manière injustifiée.

² Elle peut concevoir des services journalistiques en collaboration avec d'autres entreprises de médias. Les collaborations à long terme sont réglementées dans un accord. Celui-ci est soumis à l'approbation de la COMME.

³ Les participations de la SSR dans d'autres entreprises de médias ou dans d'autres sociétés ainsi que la fondation de sociétés sont soumises à l'approbation de la COMME. Celle-ci peut imposer des obligations ou interdire la participation si une telle activité est susceptible :

- a. d'entraver l'exécution du mandat de prestations de la SSR;
- b. de restreindre la diversité des opinions et de l'offre en Suisse; ou
- c. de désavantager d'autres entreprises suisses de médias de manière injustifiée.

Section 3 Accès aux contributions de médias

Art. 30 Mise à disposition de contenus

¹ La SSR met à disposition d'autres entreprises suisses de médias des contributions d'information actuelles autoproduites ainsi que des extraits de contributions de médias actuelles de sorte que celles-ci puissent insérer ces contributions sans modification dans leur offre de médias.

² Ces contributions doivent être mises à disposition à des conditions appropriées, transparentes et équivalentes.

³ La COMME fixe les conditions sur requête d'une partie.

Art. 31 Conservation durable et accès aux archives

¹ La SSR assure la conservation durable de ses contributions de médias.

² Elle rend ses archives accessibles au public sous une forme appropriée pour un usage privé ou scientifique, tout en respectant les droits de tiers.

³ Elle peut exiger les prix du marché usuels pour l'utilisation de contributions de médias archivées à des fins commerciales. En cas d'utilisation à des fins non commerciales, elle peut facturer les coûts engendrés par les demandes.

Section 4 Information de la population en situation de crise

Art. 32

La SSR prend les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour assurer l'information de la population également en situation de crise. Les modalités, en particulier l'étendue de l'offre, la collaboration avec les autorités compétentes et les indemnisations, sont réglées dans des accords de prestations conclus avec la Confédération.

Section 5 Activités en dehors du mandat de prestations

Art. 33 Activités soumises à approbation

¹ Les activités de la SSR et des entreprises placées sous son contrôle qui ne sont pas définies dans la concession et qui pourraient gravement entraver la position ou l'activité d'autres entreprises suisses de médias sont soumises à l'approbation de la COMME.

² En cas de risque d'entrave grave au sens de l'al. 1, la COMME peut imposer à la SSR des obligations en ce qui concerne les activités commerciales, le financement, la tenue de la comptabilité et l'organisation; elle peut aussi interdire l'activité concernée.

Art. 34 Promotion de la présence de la Suisse à l'étranger

¹ Le Conseil fédéral peut conclure avec la SSR un accord sur des services journalistiques destinés à promouvoir la présence de la Suisse à l'étranger et la compréhension pour ses intérêts.

² L'étendue de l'offre est définie dans le cadre d'un accord et indemnisée par la Confédération.

³ L'offre est soumise aux dispositions de la présente loi.

Section 6 Organisation

Art. 35 Organisation de la SSR

¹ La SSR s'organise de manière à garantir:

- a. son indépendance vis-à-vis de l'Etat et des différents groupes sociaux, économiques et politiques;
- b. une gestion efficace et une utilisation de la redevance pour les médias électroniques conforme à son but;
- c. la prise en compte des intérêts des régions linguistiques et la mise en place d'une direction et d'une coordination nationales;
- d. la représentation du public dans l'organisation;
- e. la séparation de l'activité rédactionnelle et des activités économiques;
- f. l'application des principes régissant la direction, la surveillance et le contrôle des sociétés anonymes.

² Ses statuts sont soumis à l'approbation de la COMME.

Art. 36 Organes

¹ Les organes constitutifs de la SSR sont l'assemblée générale, le conseil d'administration, l'organe de révision et la direction.

² Sauf disposition contraire de la présente loi, les droits, obligations et responsabilités des organes de la SSR tels qu'ils sont régis par les statuts sont soumis par analogie au droit de la société anonyme.

Art. 37 Conseil d'administration

¹ Le conseil d'administration de la SSR ne donne pas de directives dans le cadre des offres journalistiques courantes.

² Les membres du conseil d'administration ne peuvent pas être employés par la SSR ou par l'une des entreprises placées sous son contrôle. Ils ne sont soumis à aucune directive.

Section 7 Financement

Art. 38 Financement

¹ La SSR est financée en majeure partie par le produit de la redevance pour les médias électroniques (titre 8). D'autres sources de financement sont possibles, pour autant que la présente loi, les ordonnances, la concession et le droit international applicable n'en disposent pas autrement.

² Lorsqu'il fixe le montant de la redevance selon l'art. 78, le Conseil fédéral peut définir un montant maximal pour les recettes commerciales.

Art. 39 Utilisation des ressources financières

¹ La SSR et les entreprises placées sous son contrôle règlent leur gestion financière selon les principes reconnus de la bonne pratique. Elles respectent le critère de la rentabilité, utilisent leurs ressources de manière conforme et veillent au maintien durable de l'entreprise.

² La SSR utilise sa quote-part de la redevance pour les médias électroniques exclusivement pour couvrir les dépenses liées à l'exécution du mandat de prestations.

³ Le Conseil fédéral peut fixer un pourcentage de la redevance que la SSR doit affecter à l'information selon l'art. 22, al. 2.

⁴ Le Conseil fédéral peut déterminer une part de la redevance médias que la SSR doit utiliser pour des coproductions avec d'autres fournisseurs suisses de médias dans le domaine du divertissement et du sport.

⁵ Si, au cours d'un exercice, elle réalise un excédent, celui-ci doit être conservé à titre de réserve pour la couverture de futures pertes.

⁶ La SSR affecte à des réserves la part de recettes commerciales excédant éventuellement le montant défini par le Conseil fédéral à l'art. 38, al. 2.

⁷ En cas de suppression d'une activité dont il a été largement tenu compte dans la fixation du montant de la redevance pour les médias électroniques, la COMME peut obliger la SSR à constituer des réserves à hauteur du montant concerné.

⁸ La SSR et les entreprises placées sous son contrôle appliquent par analogie l'art. 6a, al. 1 à 5, de la loi du 24 mars 2000 sur le personnel de la Confédération¹¹ et les dispositions d'ordonnance qui y sont prévues aux membres de leurs organes dirigeants, à leurs cadres directeurs et aux membres du personnel qui sont rémunérés de manière comparable.

Art. 40 Etablissement des comptes

¹ La SSR et les entreprises placées sous son contrôle tiennent leur comptabilité conformément au droit de la société anonyme et aux recommandations relatives à la présentation des comptes reconnues par les bourses suisses.

² Elles établissent des comptes distincts pour les activités qui servent à l'exécution du mandat de prestations et pour leurs autres activités.

Section 8 Rapport et contrôle des prestations**Art. 41** Dialogue avec le public

¹ La SSR mène un dialogue régulier avec le public concernant l'évolution de son offre et de l'entreprise.

² Elle fait examiner régulièrement par des organismes externes l'exécution des objectifs visés par l'offre et publie les résultats.

³ La concession règle les modalités.

Art. 42 Documents à remettre à la COMME

¹ La SSR remet chaque année à la COMME:

- a. un rapport sur l'exécution du mandat de prestations;
- b. la stratégie d'entreprise;
- c. les comptes de groupe;
- d. les comptes annuels, le budget, la planification financière et le rapport annuel de la SSR et des entreprises placées sous son contrôle;
- e. le rapport détaillé que l'organe de révision remet au conseil d'administration.

² La concession règle le contenu et les dates de remise du rapport et des comptes annuels.

Art. 43 Contrôle de l'exécution du mandat de prestations

¹ La COMME contrôle régulièrement l'exécution du mandat de prestations par la SSR.

² A cet égard, elle se fonde sur les rapports de la SSR et sur des résultats de recherches concrets.

³ Dans le cadre du contrôle de l'exécution du mandat de prestations, elle peut exiger de la SSR qu'elle donne des renseignements et produise des documents.

Art. 44 Surveillance financière

¹ La COMME contrôle la gestion financière de la SSR en se fondant sur les rapports de la SSR. Elle peut exiger des renseignements complémentaires. Elle peut en particulier exiger de la SSR et des entreprises placées sous son contrôle qu'elles la renseignent sur la manière dont les organes ont assumé leurs responsabilités.

² Elle peut effectuer des contrôles complémentaires auprès de la SSR et des entreprises placés sous son contrôle si:

- a. les rapports présentent des lacunes et que la SSR ne lui fournit pas les renseignements nécessaires dans le délai imparti, ou
- b. des indices sérieux laissent supposer que la SSR ou l'une des entreprises placées sous son contrôle n'a pas rempli les obligations prévues à l'art. 39.

¹¹ RS 172.220.1

³ Lorsque les conditions visées à l'al. 2 sont remplies, la COMME peut charger le Contrôle fédéral des finances ou d'autres experts de contrôler les finances de la SSR. La loi du 28 juin 1967 sur le contrôle des finances (LCF)¹² n'est pas applicable.

⁴ Les contrôles de pure opportunité ne sont pas autorisés.

Art. 45 Mesures en cas de manquements

¹ Si la COMME constate des lacunes lors du contrôle de l'exécution du mandat de prestations ou de la surveillance financière, elle peut exiger de la SSR qu'elle prenne des mesures appropriées.

² Elle peut assortir la concession de conditions ou la suspendre partiellement si:

- a. la SSR n'a pas respecté le mandat de prestations à plusieurs reprises;
- b. la SSR a enfreint de manière grave ou répétée les obligations prévues aux art. 39 et 40;
- c. l'autorité de surveillance selon l'art. 111 a déposé une demande;
- d. la SSR a enfreint de manière grave ou répétée les dispositions de la présente loi, les dispositions d'exécution ou les conventions internationales pertinentes.

³ Elle peut également exiger le remboursement de contributions de la redevance pour les médias électroniques ou réduire provisoirement le droit à une part de la redevance.

Chapitre 3 Fournisseurs de médias avec accord de prestations

Section 1 Objet des accords de prestations

Art. 46 Principes

¹ La COMME soutient des offres de médias qui se rapportent sur le plan journalistique à une zone locale, régionale ou régionale-linguistique et qui :

- a. contribuent de manière particulière à la formation démocratique de l'opinion et de la volonté, à la participation culturelle et à l'intégration sociale ;
- b. sont fournies principalement par le biais de contributions de médias audio et audiovisuelles.

² Elle conclut sur demande des accords de prestations avec les fournisseurs de médias proposant ces offres.

³ Les fournisseurs de médias avec un accord de prestations reçoivent une quote-part du produit de la redevance pour les médias électroniques (section 3).

⁴ Peuvent faire l'objet d'accords de prestations:

- a. les offres de médias comprenant des prestations régionales d'information (art. 47);
- b. les offres de médias destinées à certains groupes de population (art. 48);
- c. les offres de médias participatives (art. 49).

⁵ L'offre de médias soutenue doit être reconnaissable comme telle.

Art. 47 Offres de médias comprenant des prestations régionales d'information

¹ Les prestations régionales d'information répondent à l'intérêt commun et transmettent des informations pertinentes sur la politique, l'économie, la culture, la société et le sport. Elles comportent des informations sur les événements actuels régionaux, apportent des éclairages sur le contexte, contiennent des analyses, présentent les réalités politiques, économiques, sociales et culturelles et mettent les événements en perspective.

² Elles contribuent à la libre formation de l'opinion du public, en garantissant dans leur ensemble une information complète, diversifiée, fidèle et professionnelle au niveau journalistique.

³ Le Conseil fédéral définit les régions pour lesquelles des accords de prestations peuvent être conclus. Dans ces régions, la COMME peut définir des priorités et conclure des accords avec des fournisseurs de médias en vue de prestations d'information au sens de l'al. 1.

Art. 48 Offres de médias destinées à certains groupes de population

¹ Les offres de médias destinées à certains groupes de population répondent aux besoins spécifiques de groupes sociaux ou culturels.

² Elles sont produites de manière professionnelle au niveau journalistique.

³ Elles peuvent se rapporter à un ou plusieurs domaines de l'information, de la culture, de la formation et du sport.

⁴ Le fournisseur de médias définit la région géographique à laquelle son offre se rapporte.

Art. 49 Offres de médias participatives destinées à certains groupes de population

¹ Les offres de médias participatives s'adressent à certains groupes sociaux ou culturels.

² Le public participe activement à la production de l'offre. Il est accompagné de manière professionnelle sur le plan journalistique.

¹² RS 614.0

³ Les offres de médias participatives peuvent se rapporter au domaine de l'information, de la culture, de la formation ou du sport ou à plusieurs d'entre eux. Elles peuvent mettre l'accent sur le multilinguisme ou sur la formation des jeunes professionnels des médias.

⁴ Le fournisseur de médias définit la région géographique à laquelle son offre de médias se rapporte.

Section 2 Conclusion d'accords de prestations

Art. 50 Conditions générales

Un fournisseur de médias peut demander un accord de prestations s'il répond aux conditions suivantes:

- a. il satisfait aux exigences relatives à une offre de médias à soutenir;
- b. il démontre qu'il peut financer les investissements nécessaires et l'exploitation en vue de l'exécution de l'accord de prestations sur toute sa durée;
- c. il indique:
 1. qui détient les parts principales du capital,
 2. qui met, dans quelle proportion, des moyens financiers à disposition,
 3. comment l'organisation dont le requérant fait partie est structurée,
 4. comment ces relations sont utilisées pour exécuter l'accord de prestations;
- d. il a mis ou mettra en place un système rédactionnel d'assurance qualité;
- e. il démontre qu'il respecte les conditions de travail usuelles de la branche;
- f. il produit principalement l'offre de médias en Suisse;
- g. il a son siège ou son domicile en Suisse;
- h. il est indépendant des communautés religieuses et des organisations politiques.

Art. 51 Traitement des requêtes

¹ La COMME fixe dans une directive les exigences relatives aux requêtes, les critères d'évaluation, les étapes procédurales et les délais; elle publie la directive.

² Avant de prendre sa décision, elle consulte les milieux intéressés sur les requêtes selon l'art. 47.

³ Elle effectue une sélection et mène des négociations.

⁴ En cas de refus, le requérant peut demander à la COMME de rendre une décision.

Art. 52 Critères pour la conclusion d'accords de prestations

¹ La COMME évalue l'offre sur la base des critères suivants:

- a. le contenu, l'étendue et la qualité des services journalistiques;
- b. les groupes de population ciblés;
- c. le mode de diffusion, compte tenu des coûts afférents et du public à atteindre;
- d. la valeur ajoutée journalistique par rapport aux offres de médias existantes dans la région concernée.

² Au moment de conclure l'accord de prestations, elle veille à tenir dûment compte des régions, y compris des régions linguistiques.

³ Si des offres de médias sont jugées équivalentes, elle privilégie l'offre qui contribue le plus à la diversité des fournisseurs ainsi qu'à la diversité des opinions et de l'offre dans la région concernée.

Art. 53 Teneur et durée des accords de prestations

¹ L'accord de prestations définit:

- a. l'offre de médias du point de vue quantitatif et qualitatif;
- b. la zone géographique à laquelle l'offre de médias se rapporte;
- c. le montant et l'utilisation de la contribution provenant de la redevance pour les médias électroniques;
- d. les autres exigences et conditions relatives à l'offre de médias.

² Il est conclu pour cinq ans au maximum. Un accord de prestations peut être prolongé une seule fois.

Art. 54 Transfert de l'accord de prestations et annonce des participations

¹ Le transfert d'un accord de prestations existant n'est possible qu'avec l'approbation de la COMME. Celle-ci approuve le transfert si les conditions générales de l'art. 50 demeurent remplies et que la fourniture de la prestation est assurée.

² Le transfert économique de l'accord de prestations est également considéré comme une reprise.

³ Les fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations doivent annoncer à la COMME les participations importantes qu'ils détiennent dans d'autres entreprises de médias, acquises après la conclusion de l'accord de prestations. Si nécessaire, la COMME peut prendre des mesures en vertu de l'art. 61.

⁴ Il y a transfert économique ou participation importante lorsque plus d'un tiers du capital-actions, du capital social, des bons de participation ou des droits de vote est transféré.

Section 3 Financement

Art. 55 Montant de la contribution

¹ La COMME tient compte des coûts de production de l'offre journalistique, des autres possibilités de financement ainsi que du modèle d'affaires du fournisseur de médias pour fixer le montant de la contribution.

² Le Conseil fédéral détermine les coûts à prendre en compte pour fixer la quote-part de la redevance allouée aux offres selon les art. 47 à 49 ainsi que la part en pourcentage que la contribution par rapport aux coûts imputables peut représenter au maximum. Il fixe les modalités de prise en considération des coûts et de fourniture des preuves de sorte que seules les prestations en faveur des médias électroniques soient prises en compte.

Art. 56 Utilisation des moyens financiers et présentation des comptes

¹ Le fournisseur de médias et les entreprises placées sous son contrôle règlent leur gestion financière selon les principes reconnus de la bonne pratique. Ils respectent le critère de la rentabilité et utilisent leurs ressources de manière conforme.

² Ils utilisent la quote-part exclusivement pour couvrir les dépenses liées à l'exécution du mandat de prestations.

³ Ils établissent des comptes distincts pour les activités qui servent à l'exécution du mandat de prestations et pour leurs autres activités.

⁴ Si, au cours d'un exercice, ils réalisent un excédent, celui-ci doit être conservé à titre de réserve pour la couverture de futures pertes.

Section 4 Rapport et surveillance

Art. 57 Compte rendu à l'égard du public

¹ Le fournisseur de médias rend annuellement compte au public de ses contributions à la démocratie et à la société. Il montre en outre comment il contribue à la diversité des médias dans la région à laquelle ses prestations journalistiques se rapportent.

² La COMME règle les exigences relatives au compte rendu.

Art. 58 Documents à remettre à la COMME

¹ Le fournisseur de médias remet chaque année à la COMME:

- a. le rapport d'activité;
- b. les comptes annuels, le budget, la planification financière et le rapport annuel de l'entreprise et des entreprises placées sous son contrôle;
- c. le rapport détaillé de l'organe de révision au conseil d'administration;
- d. un rapport sur l'utilisation rentable des ressources.

² La COMME fixe le contenu et les dates de remise des documents ainsi que les données qu'elle publiera.

Art. 59 Contrôle de l'exécution de l'accord de prestations

¹ La COMME examine régulièrement si le fournisseur de médias produit les prestations et les offres convenues, et s'il respecte les dispositions légales. Au besoin, elle peut faire appel à des tiers.

² Dans le cadre du contrôle, elle peut contraindre le fournisseur de médias à donner des renseignements et à produire des documents.

Art. 60 Surveillance financière

¹ La COMME examine la gestion financière sur la base des documents remis par le fournisseur de médias. Elle peut exiger des renseignements complémentaires.

² Elle peut effectuer des contrôles auprès du fournisseur de médias et des entreprises placées sous son contrôle.

³ La LCF¹³ n'est pas applicable.

Art. 61 Mesures en cas de manquements

¹ Si, dans le cadre du contrôle de l'exécution de l'accord de prestations ou de la surveillance financière, la COMME constate des manquements, ou si les exigences selon les art. 50 et 52 ne sont plus toutes remplies, elle peut:

- a. exiger du fournisseur de médias concerné qu'il prenne des mesures appropriées;
- b. suspendre l'accord de prestations ou s'en retirer.

² En cas de violations répétées ou graves du droit, ou à la demande de l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de médias électroniques (AIEP), la COMME peut suspendre l'accord de prestations ou s'en retirer.

³ Elle peut également exiger le remboursement des contributions de la redevance pour les médias électroniques ou réduire provisoirement le droit à une quote-part de la redevance.

¹³ RS 614.0

Titre 5 Transmission d'offres de médias

Art. 62 Principe

¹ Les fournisseurs de médias peuvent, en vertu du droit des télécommunications, diffuser eux-mêmes leurs offres de médias ou confier cette tâche à un fournisseur de services de télécommunication.

² L'art. 47 LTC¹⁴ sur les prestations lors de situations extraordinaires s'applique aux fournisseurs de médias qui diffusent eux-mêmes leurs offres de médias.

³ La surveillance de la transmission des offres de médias relève de la compétence de l'Office fédéral de la communication (OFCOM).

Art. 63 Fréquences pour la radiodiffusion terrestre sans fil

¹ Le Conseil fédéral veille à ce qu'il y ait suffisamment de fréquences disponibles pour la radiodiffusion terrestre sans fil afin que les programmes de radio et de télévision utiles à l'exécution du mandat de prestations constitutionnel (art. 93, al. 2, Cst.) puissent être diffusés.

² Il détermine les fréquences ou les blocs de fréquences attribués à la diffusion d'offres linéaires de médias par des fréquences de radiodiffusion selon le plan national d'attribution de fréquences visé à l'art. 25 LTC¹⁵.

³ Lors de la libération de telles fréquences et de l'octroi des concessions de radiocommunication, les autorités compétentes tiennent compte de la nécessité de remplir les obligations de diffuser au sens de l'art. 64. A cette fin, elles consultent la COMME.

Art. 64 Obligation de diffuser

¹ Les fournisseurs de services de télécommunication proposant des bouquets d'offres de médias linéaires doivent diffuser les offres linéaires de médias qui font l'objet de la concession SSR ou d'un accord de prestations de manière inchangée et complète; ils ne peuvent exiger aucune indemnité du fournisseur de médias.

² Le Conseil fédéral peut étendre l'obligation de diffuser:

- a. à des offres de médias non linéaires assorties d'un mandat de prestations;
- b. à des services techniquement couplés à une offre de médias et présentant un lien avec le contenu de celle-ci;
- c. à des offres étrangères de médias qui fournissent une contribution particulière à la formation, au développement culturel ou à la libre formation de l'opinion.

³ Pour la radiodiffusion terrestre sans fil d'offres de médias linéaires qui font l'objet de la concession SSR ou d'un accord de prestations, le concessionnaire de service universel peut exiger de la part des fournisseurs de médias une indemnité couvrant les coûts. Le Conseil fédéral précise les coûts imputables.

Art. 65 Transmission et interfaces

¹ La transmission de l'offre de médias jusqu'au point de transfert au fournisseur de services de télécommunication relève du fournisseur de médias. Celui-ci prend en charge les coûts correspondants.

² Le Conseil fédéral peut prescrire des interfaces ouvertes ou édicter d'autres exigences sur leur spécification technique et définir leur emplacement. Il tient compte de manière appropriée des dispositifs et services disponibles sur le marché et accorde les délais de transition nécessaires.

Art. 66 Conditionnement technique

¹ Si le fournisseur de médias et le fournisseur de services de télécommunication utilisent une procédure technique différente pour le conditionnement, le fournisseur de services de télécommunication veille, dans les limites du raisonnable, à ce que l'offre de médias à diffuser selon l'art. 64 soit transmise au moins dans la qualité correspondant au reste de l'offre.

² Le fournisseur de services de télécommunication veille, dans le cadre de ses possibilités techniques, à signaler les offres de médias à diffuser selon l'art. 64 de manière identique au reste de l'offre de médias.

³ Les exploitants et les fournisseurs de services ou de dispositifs de conditionnement technique doivent mettre à disposition des fournisseurs de médias les renseignements et documents nécessaires pour remplir l'objectif visé à l'al. 2.

⁴ Le Conseil fédéral peut étendre les dispositions sur le conditionnement technique aux services associés et à leurs fonctionnalités.

Art. 67 Restrictions

L'OFCOM peut restreindre totalement ou partiellement la transmission et la diffusion d'une offre de médias si:

- a. l'offre de médias contrevient au droit international des télécommunications contraignant pour la Suisse;
- b. l'offre de médias contrevient gravement et durablement aux dispositions du droit international public relatives aux exigences minimales en matière de contenu, à la publicité ou au parrainage contraignantes pour la Suisse; ou
- c. la diffusion de l'offre de médias est interdite en vertu de l'art. 93, al. 1, let. g.

¹⁴ RS 784.10

¹⁵ RS 784.10

Art. 68 Transmission inchangée de programmes de télévision

¹ Est considéré comme télévision en différé le programme d'un fournisseur de médias diffusé et enregistré de manière linéaire par un fournisseur de services de télécommunication que celui-ci met intégralement à la disposition de ses clients finaux sur demande et pour une période donnée, dans le respect des dispositions relatives au droit d'auteur.

² Les fournisseurs de services de télécommunication qui proposent la télévision en différé ne peuvent apporter aucune modification aux programmes linéaires suisses qu'ils enregistrent et diffusent.

³ Afin d'assurer la protection de la jeunesse, le Conseil fédéral peut édicter des prescriptions sur la mise à disposition des programmes suisses de télévision en différé. Pour ce faire, il tient compte des systèmes de classification d'âge reconnus en Suisse.

Art. 69 Obligation de diffuser des fournisseurs de services de télécommunication

¹ Le Conseil fédéral peut obliger les fournisseurs de services de télécommunication qui proposent des offres de médias à diffuser sans délai les communiqués urgents de la police indispensables au maintien de l'ordre et de la sécurité publics ou à la sécurité des personnes, ainsi que les alertes et les instructions émanant des autorités.

² L'autorité qui a ordonné la diffusion du contenu en assume la responsabilité.

Art. 70 Liberté de réception

Toute personne est libre de capter les offres de médias suisses et étrangers destinés au public en général.

Titre 6 Aide indirecte aux médias et recherche dans le domaine des médias**Art. 71** Formation et formation continue

¹ La COMME peut soutenir financièrement la formation et la formation continue dans le domaine du journalisme professionnel.

² Les contributions sont octroyées sur demande à des institutions de formation dont l'offre de cours s'adresse à des professionnels des médias électroniques.

Art. 72 Organismes d'autorégulation des médias électroniques

¹ La COMME peut soutenir financièrement l'autorégulation des médias électroniques.

² Les contributions sont octroyées sur demande à des organisations sans but lucratif qui promeuvent la qualité des offres dans le journalisme suisse.

Art. 73 Agence de presse

¹ La COMME peut soutenir financièrement des agences de presse.

² Les contributions sont octroyées sur demande à des organisations sans but lucratif dont l'activité consiste à fournir un service de base d'informations aux médias électroniques.

Art. 74 Solutions numériques innovantes

¹ La COMME peut soutenir le développement et l'exploitation d'infrastructures numériques innovantes.

² Les contributions sont octroyées sur demande aux conditions suivantes:

- a. L'infrastructure permet ou optimise l'acquisition, la production ou la diffusion de contenus journalistiques ou facilite la recherche de contenus.
- b. L'infrastructure est ouverte à tous les fournisseurs de médias intéressés.
- c. L'infrastructure contribue à la diversité journalistique.

Art. 75 Dispositions générales

¹ Le Conseil fédéral fixe les modalités de prise en considération des coûts et de fourniture des preuves de sorte que seules les prestations en faveur des médias électroniques soient prises en compte.

² Il fixe la part maximale des coûts imputables; celle-ci se monte à 80% au maximum.

³ Il définit les critères d'attribution.

⁴ Les contributions sont prélevées sur le produit de la redevance pour les médias électroniques.

Titre 7 Recherche dans le domaine des médias et statistiques**Art. 76**

¹ La COMME et l'OFCOM peuvent octroyer des mandats et verser sur demande des contributions pour des projets de recherche scientifiques dont les résultats fournissent des indications sur l'évolution des médias électroniques, notamment des points de vue du journalisme, de la société, de l'économie et de la technique, et donnent des informations sur les prestations journalistiques ainsi que sur l'utilisation des médias électroniques. La COMME met les résultats des recherches à la disposition du public dans la mesure du possible.

² L'OFCOM établit des statistiques en collaboration avec l'Office fédéral de la statistique. Celle-ci contient les informations dont les autorités compétentes ont besoin pour appliquer la loi et observer le marché.

Titre 8 Redevance pour les médias électroniques

Chapitre 1 Généralités

Art. 77 Principes

¹ La Confédération perçoit une redevance pour le financement de l'exécution du mandat de prestations en matière de médias électroniques (art. 93, al. 2, Cst.¹⁶).

² La redevance est perçue par ménage et par entreprise.

³ Les organes de perception de la redevance des ménages et des entreprises versent le produit net à la COMME.

⁴ Le produit et l'utilisation de la redevance ne figurent pas dans le Compte d'Etat, à l'exception des indemnités dues à la Confédération. Les montants non utilisés figurent dans le bilan de la Confédération.

Art. 78 Montant de la redevance et répartition du produit en fonction des affectations

¹ Le Conseil fédéral fixe les sommes affectées aux différents buts ainsi que le montant de la redevance en tenant compte des recommandations de la COMME. La redevance est affectée aux buts suivants:

- a. financer le mandat de prestations de la SSR (art. 38 al. 1);
- b. soutenir les autres offres de médias avec un accord de prestations (art. 44, al. 3);
- c. soutenir la formation et la formation continue (art. 71), les organismes d'autorégulation des médias électroniques (art. 72), les agences de presse (73) et les solutions numériques innovantes (art. 74);
- d. financer les tâches de l'organe de perception, de l'Administration fédérale des contributions (AFC), ainsi que de l'OFCOM en relation avec la perception de la redevance et l'exécution de l'assujettissement (art. 83 à 86 et 87 à 91).

² La part allouée au but selon l'al. 1, let. b, se monte au maximum à 6% du produit total et celle selon l'al. 1, let. c, à 2% au maximum.

³ Dans sa décision selon l'al. 1, le Conseil fédéral tient compte d'un éventuel excédent provenant des années précédentes ainsi que des réserves constituées selon l'art. 39, al. 4 et 5.

⁴ Il tient compte des recommandations du Surveillant des prix pour fixer la répartition et le montant de la redevance. S'il s'en écarte, il publie les motifs de sa décision.

⁵ Il réexamine le montant de la redevance tous les deux ans.

Chapitre 2 Redevance des ménages

Art. 79 Dispositions générales

¹ L'obligation de payer la redevance à laquelle sont soumis les membres d'un ménage débute le premier jour du mois qui suit la constitution du ménage et se termine le dernier jour du mois au cours duquel le ménage a été dissous.

² L'appartenance au ménage telle qu'elle est enregistrée dans le registre des habitants cantonal ou communal est déterminante pour la perception de la redevance.

³ Le Conseil fédéral fixe la périodicité, l'exigibilité et la prescription de la redevance.

Art. 80 Ménages privés: assujettissement à la redevance

¹ Chaque ménage privé doit acquitter une redevance d'un même montant.

² La définition du ménage privé est régie par la législation sur l'harmonisation des registres.

³ Est solidairement responsable du paiement de la redevance du ménage toute personne majeure répondant à l'un des critères suivants :

- a. le ménage constitue le domicile principal, par analogie à la définition de la commune d'établissement, donnée à l'art. 3, let. b, de la loi du 23 juin 2006 sur l'harmonisation des registres (LHR)¹⁷, ou
- b. elle ne possède pas de domicile principal en Suisse et le ménage constitue son domicile secondaire, par analogie avec la définition de la commune de séjour au sens de l'art. 3, let. c, LHR.

⁴ La responsabilité d'une personne s'étend à toutes les créances des périodes d'assujettissement au début desquelles ladite personne appartient au ménage correspondant.

⁵ Si, au cours du mois, toutes les personnes majeures quittent le ménage dont elles faisaient partie au début du mois, le ménage est considéré comme dissout le dernier jour de ce mois.

Art. 81 Ménages privés: exonération de l'assujettissement à la redevance

¹ Sont exonérées de la redevance :

¹⁶ RS 101

¹⁷ RS 431.02

- a. à leur demande, les personnes qui touchent des prestations annuelles au sens de l'art. 3, al. 1, let. a, de la loi du 6 octobre 2006 sur les prestations complémentaires¹⁸; l'exonération est accordée rétroactivement à la date du premier versement des prestations complémentaires, mais au plus cinq ans avant la réception de la demande par l'organe de perception;
- b. les personnes bénéficiaires de privilèges, immunités et facilités au sens de l'art. 2, al. 2, de la loi du 22 juin 2007 sur l'Etat hôte (LEH)¹⁹, et qui jouissent du statut diplomatique, lorsque elles n'ont pas la nationalité suisse; le Conseil fédéral règle l'exonération d'autres personnes bénéficiaires de privilèges, immunités et facilités, qui sont membres du personnel des bénéficiaires institutionnels au sens de l'art. 2, al. 1, let. d, e et f, LEH, lorsque elles n'ont pas la nationalité suisse;
- c. les personnes sourdes-aveugles pour autant qu'aucune autre personne assujettie à la redevance ne fasse partie du ménage.

² Lorsqu'un membre d'un ménage privé répond aux conditions d'exonération définies à l'al. 1, l'assujettissement est supprimé pour tous les membres du ménage concerné.

Art. 82 Ménages collectifs

¹ Une redevance d'un même montant est due pour chaque ménage collectif.

² La définition des ménages collectifs est régie par la législation sur l'harmonisation des registres.

³ L'organe de droit privé ou de droit public responsable d'un ménage collectif est débiteur de la redevance.

Art. 83 Perception de la redevance des ménages

¹ Le Conseil fédéral peut déléguer la perception de la redevance des ménages et les tâches qui y sont liées à un organe de perception extérieur à l'administration fédérale. La législation sur les marchés publics s'applique.

² L'OFCOM exerce la surveillance sur l'organe de perception.

Art. 84 Compétences et tâches de l'organe de perception

¹ L'organe de perception est habilité à rendre des décisions sur l'assujettissement des personnes à la redevance.

² Il agit en tant qu'autorité au sens de l'art. 1, al. 2, let. e, de la loi fédérale du 20 décembre 1968 sur la procédure administrative (PA)²⁰. En vertu de l'art. 79 de la loi fédérale du 11 avril 1889 sur la poursuite pour dettes et la faillite (LP)²¹, il peut procéder à la mainlevée de l'opposition dans les procédures de poursuite et constitue une autorité administrative au sens de l'art. 80, al. 2, ch. 2, LP.

³ Il ne peut pratiquer aucune autre activité économique en dehors des tâches que lui assigne la présente loi.

⁴ Il publie chaque année un rapport sur ses activités ainsi que ses comptes annuels.

Art. 85 Traitement des données par l'organe de perception

¹ Le traitement des données et sa surveillance sont régis par les dispositions de la loi fédérale du 19 juin 1992 sur la protection des données (LPD)²² applicables aux organes fédéraux.

² Pour établir l'exonération de la redevance selon l'art. 81, al.1, let. a l'organe de perception peut traiter des données qui permettent de tirer des conclusions sur la santé d'une personne ou sur les mesures d'aide sociale accordées à celle-ci.

³ Il prend les mesures organisationnelles et techniques nécessaires pour protéger les données contre tout traitement non autorisé. Il ne peut traiter les données qu'il obtient dans le cadre des activités réglées par la présente loi qu'en vue de la perception et de l'encaissement de la redevance et ne peut communiquer ces données à des tiers que dans ce but.

⁴ Les données qui permettent de tirer des conclusions sur la santé d'une personne ou les mesures d'aide sociale accordées à celle-ci ne doivent pas être communiquées à des tiers. Elles peuvent être enregistrées auprès de tiers sous forme cryptée. Le codage ne peut être supprimé que par l'organe de perception.

⁵ Les personnes chargées de tâches de maintenance, d'entretien ou de programmation sont habilitées à traiter les données selon l'al. 3 dans les systèmes informatiques, lorsque cela s'avère nécessaire pour accomplir leurs tâches et que la sécurité des données est garantie. Le contenu des données ne doit pas être modifié.

⁶ Si les tâches visées à l'art. 83 sont transférées, l'organe de perception doit transmettre à son successeur, en temps voulu, gratuitement et sous forme électronique, les données nécessaires à la perception et à l'encaissement. Après la transmission, il doit détruire les données devenues inutiles.

Art. 86 Acquisition de données sur les ménages

¹ L'organe de perception acquiert les données sur les ménages et leurs membres nécessaires à la perception de la redevance dans les registres suivants :

- a. les registres des habitants (art. 2, al. 2, let. a, LHR²³);
- b. le système d'information Ordipro du Département fédéral des affaires étrangères (art. 2, al. 1, let. c, LHR).

² Il acquiert les données par le biais de la plateforme informatique et de communication de la Confédération mentionnée à l'art. 10, al. 3, LHR.

18 RS 831.30
 19 RS 192.12
 20 RS 172.021
 21 RS 281.1
 22 RS 235.1
 23 RS 431.02

³ Les cantons et les communes mettent à disposition de l'organe de perception, par le biais de la plateforme informatique et de communication de la Confédération, les données provenant de leurs registres des habitants sous forme cryptée et dans le conditionnement et la périodicité requis.

⁴ L'organe de perception peut utiliser systématiquement les numéros d'assurés au sens de l'art. 50c de la loi fédérale du 20 décembre 1946 sur l'assurance-vieillesse et survivants (LAVS)²⁴:

- a. pour remplir ses tâches en relation avec la perception de la redevance ;
- b. en cas de demandes de précision aux communes et aux cantons concernant les données fournies.

⁵ Le Conseil fédéral détermine les données que l'organe de perception peut acquérir conformément à l'al. 1. Il réglemente les modalités concernant le volume et la préparation des données ainsi que la périodicité des livraisons.

Chapitre 3 Redevance des entreprises

Art. 87 Assujettissement des entreprises

¹ Une entreprise est assujettie à la redevance lorsqu'elle a atteint le chiffre d'affaires minimal fixé par le Conseil fédéral durant la période fiscale au sens de l'art. 34 de la loi du 12 juin 2009 sur la TVA (LTVA)²⁵ close l'année civile précédente.

² Est réputée entreprise toute entité qui possède un siège, un domicile ou un établissement stable sur le territoire suisse et est enregistrée auprès de l'AFC dans le registre des personnes assujetties à la taxe sur la valeur ajoutée (TVA).

³ Est déterminant le chiffre d'affaires total de l'entreprise, TVA non comprise, à déclarer conformément à la LTVA, indépendamment de sa qualification sous l'angle de la TVA. En cas d'imposition de groupe, le chiffre d'affaires total du groupe d'imposition TVA est déterminant.

⁴ Le Conseil fédéral peut prévoir que des services de collectivités publiques et des entreprises se regroupent pour le paiement de la redevance des entreprises, pour autant qu'ils remplissent les conditions énoncées aux art. 12, al. 2, et 13 LTVA.

⁵ Le Conseil fédéral fixe le chiffre d'affaires minimal de sorte que les petites entreprises soient exemptées de la redevance.

⁶ Le montant de la redevance est fixé d'après le chiffre d'affaires. Le Conseil fédéral détermine plusieurs tranches de chiffres d'affaires avec un tarif pour chaque tranche (catégories tarifaires).

⁷ Pour les entreprises dans la catégorie tarifaire la plus basse, qui affichent dans l'année d'assujettissement à la redevance une perte ou un faible bénéfice, le Conseil fédéral peut prévoir le remboursement de la redevance versée.

Art. 88 Perception de la redevance des entreprises

¹ L'AFC perçoit la redevance.

² Elle détermine chaque année la catégorie tarifaire à laquelle chaque entreprise assujettie à la redevance appartient ; elle facture la redevance.

³ Lorsque les décomptes de TVA pour une entreprise ne sont pas disponibles ou sont manifestement insuffisants, l'AFC détermine par estimation la catégorie tarifaire à laquelle l'entreprise appartient.

⁴ S'il n'est provisoirement pas possible de déterminer la catégorie tarifaire pour la période fiscale close l'année civile précédente, l'AFC ne prélève la redevance que lorsque la catégorie tarifaire est connue.

⁵ Les demandes de remboursement selon l'art. 87, al. 7, sont faites à l'aide du formulaire électronique prévu par l'AFC.

Art. 89 Exigibilité, prescription et exécution

¹ La redevance est exigible 60 jours après l'émission de la facture. En cas de retard de paiement, un intérêt moratoire de 5 % par année est dû sans rappel préalable.

² Lorsqu'un assujetti fait opposition, l'AFC rend une décision relative au montant de la redevance due et écarte parallèlement l'opposition conformément à l'art. 79 LP²⁶.

³ Si la personne assujettie conteste la créance, la collocation définitive n'a lieu que lorsqu'une décision est entrée en force.

⁴ L'AFC peut compenser la redevance due avec des remboursements de la TVA.

⁵ La redevance se prescrit par cinq ans après l'exigibilité.

⁶ Les art. 93 à 95 LTVA²⁷ sont applicables en ce qui concerne la garantie de la redevance. Les art. 15 et 16 LTVA sont applicables en ce qui concerne la responsabilité solidaire et la succession.

⁷ La procédure est régie par la PA²⁸.

Art. 90 Rapport de l'AFC

¹ Dans sa comptabilité, l'AFC doit séparer l'activité relative à la perception de la redevance de ses autres activités.

² Chaque année, elle publie ses comptes annuels et un rapport sur son activité relative à la perception de la redevance.

²⁴ RS 831.10

²⁵ RS 641.20

²⁶ RS 281.1

²⁷ RS 641.20

²⁸ RS 172.021

Art. 91 Traitement des données et obligation de garder le secret

¹ L'AFC peut traiter les données nécessaires à l'accomplissement des tâches prévues par la présente loi. Les dispositions de la LTVA²⁹ relatives au traitement des données sont applicables.

² L'obligation de garder le secret ainsi que les exceptions à ce principe prévues à l'art. 74 LTVA sont également applicables dans le cadre de la perception et du recouvrement de la redevance.

Titre 9 Commission des médias électroniques**Art. 92** Composition

¹ La Commission des médias électroniques (COMME) est composée de cinq à sept experts indépendants.

² Le Conseil fédéral nomme les membres, et désigne la présidence.

³ Ne peuvent pas faire partie de la COMME:

- a. les membres de l'Assemblée fédérale;
- b. le personnel de l'administration fédérale centrale et décentralisée;
- c. les membres des organes et les collaborateurs de la SSR et des sociétés placées sous son contrôle;
- d. les membres des organes et les personnes ayant un rapport de travail avec des fournisseurs suisses de médias qui ont conclu un accord de prestations avec la COMME, ou avec des sociétés qui leur sont soumises, ou qui requièrent ou ont requis au cours des deux dernières années civiles la conclusion d'un tel accord.

⁴ Si un membre de la COMME opte pour une fonction prévue à l'al. 3, il s'en retire au plus tard quatre mois après que l'incompatibilité a été constatée.

Art. 93 Tâches

¹ La COMME remplit les tâches définies dans la présente loi qui ne sont pas expressément attribuées à une autre autorité. Elle a notamment pour tâches:

- a. d'octroyer la concession à la SSR (art. 21);
- b. de conclure des accords de prestations avec d'autres fournisseurs de médias (art. 46);
- c. de veiller au respect des mandats de prestations (art. 43 et 59);
- d. d'exercer la surveillance générale (art. 97);
- e. d'exercer la surveillance financière (art. 44 et 60);
- f. d'octroyer des subventions pour l'aide indirecte aux médias (art. 71 à 74);
- g. de prononcer des interdictions de diffuser (art. 111, al. 4).

² Elle présente chaque année un rapport d'activité au Conseil fédéral.

³ Elle publie chaque année un rapport financier consolidé sur le produit et l'affectation de la redevance pour les médias électroniques. Le Conseil fédéral fixe les modalités.

Art. 94 Indépendance

La COMME est indépendante et n'est soumise à aucune directive.

Art. 95 Organisation

¹ La COMME s'organise elle-même.

² La COMME dispose de son propre secrétariat.

³ Elle édicte un règlement relatif à son organisation et à son mode de direction. Elle peut déléguer à un comité ou au secrétariat le prononcé de mesures provisionnelles et de décisions de portée mineure.

³ La COMME est rattachée administrativement au DETEC.

Art. 96 Secrétariat

¹ La COMME fixe les tâches du secrétariat dans son règlement.

² La direction est nommée par la COMME; la nomination nécessite l'approbation du Conseil fédéral.

³ La direction est responsable du secrétariat. Elle nomme le reste du personnel.

⁴ Le secrétariat prépare les affaires de la COMME. Il recueille notamment des renseignements, organise des appels d'offres, mène des négociations, effectue des analyses et prend les décisions de procédure nécessaires. Il soumet des propositions à la COMME et exécute ses décisions. Il traite directement avec les intéressés, les tiers et les autorités.

⁵ Les rapports de service du secrétariat sont régis par la législation applicable au personnel de la Confédération.

Titre 10 Surveillance et voies de droit

Chapitre 1 Surveillance générale

Art. 97 Principes

¹ Si la présente loi n'en dispose pas autrement, la COMME veille au respect de la présente loi et de ses dispositions d'exécution, ainsi que des accords internationaux applicables.

² Aucune surveillance ne peut être exercée sur la production et la préparation des offres de médias; les contrôles de pure opportunité ne sont pas autorisés.

³ Les dispositions de la PA³⁰ s'appliquent à la surveillance si la présente loi n'en dispose pas autrement.

Art. 98 Enregistrement et conservation des offres de médias

¹ Les fournisseurs d'offres suisses de médias sont tenus d'enregistrer toutes les offres de médias et de conserver pendant au moins quatre mois les enregistrements ainsi que les pièces et les documents qui s'y rapportent.

² S'agissant des offres de médias non linéaires, le Conseil fédéral règle la durée et la portée de l'obligation d'enregistrement et de conservation en fonction des possibilités techniques et de ce qui est raisonnablement exigible.

³ Si, dans le délai de conservation, une réclamation est présentée à l'organe de médiation, une plainte est déposée auprès de l'AIEP ou une procédure de surveillance est ouverte d'office, les enregistrements ainsi que les pièces et les documents qui s'y rapportent doivent être conservés jusqu'à la clôture de la procédure.

Art. 99 Obligation de renseigner

¹ Les fournisseurs de médias renseignent gratuitement l'autorité compétente et produisent tous les documents nécessaires à l'exécution de ses tâches de réglementation et de surveillance.

² Sont également soumises à l'obligation de renseigner les personnes physiques ou morales qui:

- a. sont liées au fournisseur de médias par des participations importantes et sont actives sur le marché des médias électroniques ou sur des marchés apparentés;
- b. acquièrent de la publicité ou du parrainage pour le fournisseur de médias;
- c. produisent l'essentiel de l'offre de médias pour le fournisseur de médias;
- d. organisent un événement public au sens de l'art. 10;
- e. sont tenues de diffuser des offres de médias ou qui conditionnent des offres de médias.

³ Le droit de refuser de fournir des renseignements ou de produire des documents est régi par l'art. 16 PA³¹.

Art. 100 Mesures en cas de violation du droit

Si, dans le cadre de leur activité générale de surveillance, les autorités de surveillance constatent une violation du droit, elles peuvent exiger de la personne morale ou physique responsable de la violation:

- a. qu'elle remédie au manquement constaté et qu'elle prenne les mesures propres à prévenir toute nouvelle violation ;
- b. qu'elle informe l'autorité des dispositions qu'elle a prises ;
- c. qu'elle cède à la Confédération l'avantage financier illicite obtenu du fait de la violation.

Art. 101 Sanctions administratives

¹ Les autorités de surveillance peuvent exiger le paiement d'un montant pouvant aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires annuel moyen réalisé en Suisse au cours des trois derniers exercices de quiconque:

- a. contrevient à une décision entrée en force de l'autorité de surveillance ou de l'autorité de recours;
- b. contrevient aux règles concernant la publicité et le parrainage prévues par la présente loi (art. 7, 8, 13 à 19 et 27), par ses dispositions d'exécution ou par les accords internationaux applicables;
- c. contrevient aux dispositions relatives à l'obligation de diffuser (art. 64);
- d. ne fournit pas d'extrait lors d'événements publics (art. 10);
- e. n'accorde pas le libre accès aux événements d'une importance majeure pour la société (art. 11).

² Peut être tenu au paiement d'un montant de 10 000 francs au plus quiconque ne se conforme pas à l'une des obligations suivantes, s'y conforme tardivement ou partiellement ou donne de fausses indications:

- a. obligations de diffuser des communiqués urgents (art. 20, al. 4 et 69);
- b. obligation de renseigner (art. 99);
- c. obligation de fournir un rapport et des comptes annuels (art. 42 et 58);
- d. obligation d'enregistrer et de conserver les offres de médias (art. 98);

³⁰ RS 172.021

³¹ RS 172.021

Art. 102 Information du public

¹ Les autorités de surveillance informent le public de leurs activités. Elles peuvent publier leurs décisions et les rendre accessibles en ligne.

² Les autorités de surveillance ne doivent divulguer aucun secret d'affaires.

Art. 103 Protection des données

¹ Les autorités de surveillance peuvent traiter des données sensibles lorsque cela est nécessaire à l'accomplissement des tâches qui leur incombent en vertu de la présente loi.

² Le traitement des données et sa surveillance sont réglés par les dispositions de la LPD³² applicables aux organes fédéraux.

Chapitre 2 Surveillance des contenus des contributions de médias et refus de reprise dans une offre de médias**Section 1 Procédure de réclamation auprès de l'organe de médiation****Art. 104** Réclamation

¹ Quiconque peut déposer une réclamation auprès de l'organe de médiation compétent (art. 117) contre:

- a. le contenu d'une contribution de médias publiée, pour infraction aux art. 7, 8 et 20, al. 1;
- b. le refus d'un fournisseur de médias de reprendre dans son offre des productions ou des informations déterminées, dans la mesure où ce refus lèse la Cst.³³ ou des droits de l'homme (refus de reprise dans une offre de médias).

² Les réclamations doivent être déposées dans un délai de 20 jours à compter de la parution de la contribution contestée ou du refus de reprise dans une offre de médias.

³ Si la réclamation porte sur plusieurs contributions de médias, le délai court à compter de la parution de la dernière contribution contestée. Les contributions parues plus de trois mois avant la dernière contribution contestée ne peuvent pas être prises en compte dans la procédure.

⁴ La réclamation doit être déposée par écrit, brièvement motivée et, si elle porte sur des contributions non linéaires, documentée.

Art. 105 Traitement des réclamations

¹ L'organe de médiation examine la réclamation et agit comme médiateur entre les parties. Il peut en particulier:

- a. s'entretenir de l'affaire avec le fournisseur de médias ou, dans les cas de peu de gravité, lui transmettre le dossier pour règlement;
- b. organiser une confrontation directe entre les parties;
- c. adresser des recommandations au fournisseur de médias.

² L'organe de médiation n'a le pouvoir ni de prendre des décisions ni de donner des instructions.

³ Il informe les parties sur les organes compétents, les dispositions légales applicables et les voies de droit.

⁴ 40 jours au plus tard après le dépôt de la réclamation, il clôt la procédure et communique le résultat par écrit aux parties.

⁵ Avec l'accord des parties, l'affaire peut être réglée oralement.

⁶ Au terme de la procédure, l'organe de médiation facture les frais découlant du traitement de la réclamation au fournisseur de médias. A la demande de l'organe de médiation ou du fournisseur de médias, l'AIEP peut mettre les frais de procédure à la charge de l'auteur si la réclamation est téméraire.

Section 2 Procédure de plainte auprès de l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de médias électroniques**Art. 106** Objets et motifs de plainte

Une plainte peut être déposée auprès de l'AIEP contre le contenu d'une contribution de médias ou contre le refus de reprise dans un offre de médias pour les mêmes motifs qu'une réclamation (art. 104, al. 1).

Art. 107 Qualité pour recourir

¹ Peuvent déposer plainte contre le contenu d'une contribution de médias:

- a. quiconque prouve que le contenu de la contribution de médias contestée le touche de près et a été partie à la procédure de réclamation auprès de l'organe de médiation ;
- b. des personnes qui ne sont pas concernées de près par le contenu de la contribution, si :
 1. elles sont au minimum 20,
 2. elles sont âgées de 18 ans au moins,
 3. elles ont la nationalité suisse ou sont titulaires d'une autorisation d'établissement ou de séjour, et

³² RS 235.1

³³ RS 101

4. l'une d'entre elles au moins a été partie à la procédure de réclamation auprès de l'organe de médiation ;
- c. le DETEC ;
- d. la COMME.

² Peut déposer plainte contre le refus de reprise dans une offre de médias quiconque s'est vu refuser cette reprise et a été partie à la procédure de réclamation auprès de l'organe de médiation.

Art. 108 Délai et forme de la plainte

¹ Une plainte doit être déposée par écrit auprès de l'AIEP dans un délai de 30 jours à compter de la réception du rapport de l'organe de médiation sur le traitement de la plainte. Le rapport de l'organe de médiation doit être joint à la plainte.

² Le DETEC et la COMME ont un délai de 30 jours à compter de la parution de la contribution de médias contestée pour déposer plainte.

³ La plainte doit indiquer brièvement en quoi l'infraction consiste.

Art. 109 Irrecevabilité des mesures provisionnelles

Aucune mesure provisionnelle ne peut être ordonnée dans le cadre des procédures devant l'AIEP.

Art. 110 Entrée en matière et échange d'écritures

¹ S'il appert qu'une décision d'intérêt public doit être prise, l'AIEP entre également en matière sur les plaintes déposées dans les délais qui ne remplissent pas toutes les conditions formelles. Les plaignants ne jouissent pas des droits reconnus aux parties.

² Si la plainte n'est pas manifestement irrecevable ou infondée, l'AIEP invite le fournisseur de médias à se prononcer.

³ Elle peut refuser d'entrer en matière sur une plainte ou suspendre son traitement si les voies de recours du droit civil ou du droit pénal ne sont pas épuisées ou si une procédure administrative est en cours pour la même affaire.

Art. 111 Décision

¹ Les délibérations de l'AIEP sont publiques, pour autant qu'aucun intérêt privé digne de protection ne s'y oppose.

² L'AIEP établit s'il y a eu une infraction du droit dans le cadre des motifs de plainte prévus.

³ Elle peut demander à la COMME d'assortir la concession ou l'accord de prestations de conditions, ou de résilier l'accord de prestations (art. 45, al. 2, et 61).

⁴ En cas de violations graves et répétées des obligations prévues aux art. 7 et 8 concernant les programmes de télévision sans mandat de prestations, elle peut déposer auprès de la COMME une demande d'interdiction de diffuser (art. 93).

Art. 112 Frais

¹ La procédure devant l'AIEP est gratuite.

² Si la plainte est téméraire, des frais de procédure peuvent être mis à la charge du plaignant.

Section 3 Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de médias électroniques

Art. 113 Composition

¹ L'AIEP est composée de neuf membres exerçant leur activité à titre accessoire.

² Le Conseil fédéral nomme les membres de l'AIEP et en désigne la présidence.

³ Ne peuvent pas faire partie de l'AIEP:

- a. les membres de l'Assemblée fédérale;
- b. le personnel de l'administration fédérale centrale et décentralisée;
- c. les membres des organes et les collaborateurs d'entreprises suisses de médias.

⁴ Si un membre de l'AIEP opte pour une fonction prévue l'al. 3, il s'en retire au plus tard quatre mois après que l'incompatibilité a été constatée.

Art. 114 Indépendance

L'AIEP est autonome et n'est soumise à aucune directive.

Art. 115 Organisation

¹ L'AIEP s'organise elle-même.

² Elle édicte un règlement relatif à son organisation et à son mode de direction. Le règlement est soumis à l'approbation du Conseil fédéral.

³ L'AIEP dispose de son propre secrétariat. Elle règle les tâches de celui-ci dans le règlement visé à l'al. 2.

⁴ Les rapports de service du secrétariat sont régis par la législation applicable au personnel de la Confédération.

Art. 116 Rapport d'activité

L'AIEP présente chaque année un rapport d'activité au Conseil fédéral.

Section 4 Organes de médiation**Art. 117**

¹ L'AIEP désigne un organe de médiation indépendant pour chacune des régions de la langue française, allemande, italienne et romanche.

² Les organes de médiation sont placés sous la surveillance de l'AIEP.

Chapitre 3 Voies de droit**Art. 118**

¹ Les voies de droit sont régies par les dispositions générales de la procédure fédérale.

² Les décisions de l'organe de perception de la redevance peuvent faire l'objet d'un recours à l'OFCOM.

³ Les décisions de l'AIEP peuvent faire l'objet d'un recours au Tribunal fédéral.

Titre 11 Emoluments administratifs**Art. 119**

¹ Les autorités compétentes perçoivent des émoluments administratifs en particulier pour:

- a. l'octroi, la modification et l'annulation de la concession;
- b. les décisions de surveillance;
- c. le prononcé de décisions, à l'exception de l'al. 2;
- d. le traitement de demandes;
- e. le traitement de réclamations téméraires au sens de l'art. 112, al 2.

² Aucun émolument administratif n'est perçu:

- a. auprès des fournisseurs de médias ayant conclu un accord de prestations selon l'art. 46, s'il s'agit des dépenses liées à la conclusion, la modification ou la résiliation de l'accord de prestations, et s'il ne s'agit pas d'une mesure de surveillance;
- b. pour les décisions qui se rapportent uniquement à une subvention.

³ L'autorité compétente peut percevoir un émolument lorsque le comportement du fournisseur ou du destinataire de la décision génère une charge extraordinaire.

⁴ Le Conseil fédéral fixe le montant des émoluments. Il vise le principe de la couverture intégrale des frais. Il prévoit des émoluments réduits pour les fournisseurs de médias ne diffusant pas de publicité dans leur offre ou réalisant un faible chiffre d'affaires.

⁵ L'autorité compétente peut exiger de l'assujetti une garantie appropriée.

Titre 12 Dispositions finales**Chapitre 1 Exécution, abrogation et modification d'autres actes****Art. 120** Exécution

¹ Le Conseil fédéral édicte les dispositions d'exécution, à l'exception des dispositions d'exécution relatives au contenu, à la portée et au respect des prestations de la SSR et des fournisseurs de médias chargés d'un accord de prestations.

² Il peut déléguer au DETEC la compétence d'édicter des prescriptions techniques et administratives.

Art. 121 Accords internationaux

Le Conseil fédéral peut déléguer au DETEC ou à l'OFCOM la compétence de conclure des accords internationaux portant sur des questions administratives ou techniques.

Art. 122 Abrogation et modification d'autres actes

L'abrogation et la modification d'autres actes sont réglées en annexe.

Chapitre 2 Dispositions transitoires

Art. 123 Concessions octroyées sous l'ancien droit

¹ La concession de la SSR et celles assorties d'un mandat de prestations et donnant droit à une quote-part de la redevance qui ont été octroyées sur la base de l'art. 38 de la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV)³⁴, sont valables jusqu'à l'expiration de leur durée de validité.

² Le Conseil fédéral peut prolonger la concession de la SSR de deux ans au maximum à compter de l'entrée en vigueur de la présente loi ; le DETEC peut prolonger les autres concessions aux mêmes conditions.

³ Un diffuseur titulaire d'un mandat de prestations et bénéficiaire d'une quote-part de la redevance peut renoncer en tout temps à sa concession.

³ Les concessions restent soumises à la LRTV aussi longtemps qu'elles sont prolongées.

Art. 124 Concessions de radiocommunication

Les concessions de radiocommunication destinées à la diffusion analogique terrestre sans fil, octroyées aux diffuseurs visés à l'art. 123 restent valables aussi longtemps que les concessions de diffusion auxquelles elles sont liées.

Art. 125 Utilisation de la redevance pour les médias électroniques

¹ Jusqu'à l'expiration des concessions selon l'art. 123, les mandats de prestations et le sous-titrage selon l'ancien droit (art. 68a, al. 1, let. a, b et e, LRTV³⁵) sont financés par le produit de la redevance pour les médias électroniques.

² Les deux premières années après l'entrée en vigueur de la présente loi, la COMME n'adresse pas de recommandations au Conseil fédéral sur les besoins à prendre en compte pour la fixation du montant de la redevance (art. 78, al. 1).

³ Si, lors de la première fixation du montant de la redevance pour les médias électroniques, des ressources issues de la redevance de radio-télévision sont encore disponibles, celles-ci sont transférées et prises en considération dans le nouveau système.

Art. 126 Procédures de surveillance pendantes

Les autorités compétentes en vertu de l'ancien droit jugent sur la base de l'ancien droit, y compris l'ancien droit de procédure, les procédures de surveillance qui :

- a. sont pendantes au moment de l'entrée en vigueur de la présente loi ; ou
- b. sont ouvertes pendant la période de prolongation des anciennes concessions selon l'art. 123.

Chapitre 3 Référendum et entrée en vigueur

Art. 127

¹ La présente loi est sujette au référendum.

² Le Conseil fédéral fixe la date de l'entrée en vigueur.

...

³⁴ RO 2007 737, 2010 371, 2015 3977, 2016 689 2131

³⁵ RO 2007 737, 2010 371, 2015 3977, 2016 689 2131

I

La loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision³⁶ est abrogée.

II

Les lois fédérales mentionnées ci-après sont modifiées comme suit:

1. Loi du 13 décembre 2002 sur l'égalité pour les handicapés³⁷

Art. 9, al. 3, let. d, chiffre 3
Abrogé

2. Loi du 17 juin 2005 sur le Tribunal fédéral³⁸

Art. 83, let. p, phrase introductive

Le recours est irrecevable contre:

- p. les décisions du Tribunal administratif fédéral en matière de télécommunication et en matière postale qui concernent:

Art. 86, al. 1, let. c

¹ Le recours est recevable contre les décisions:

- c. de l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de médias électroniques;

3. Loi du 9 octobre 1992 sur le droit d'auteur et les droits voisins³⁹

Art. 22a, al. 1, phrase introductive

¹ Sous réserve de l'al. 3, les droits suivants sur les productions d'archives des organismes de diffusion ne peuvent être exercés que par les sociétés de gestion agréées:

Art. 24b, al. 1

¹ Si des phonogrammes ou des vidéogrammes disponibles sur le marché sont utilisés à des fins de diffusion par les organismes de diffusion, le droit de reproduction sur les oeuvres musicales non théâtrales ne peut être exercé que par une société de gestion agréée.

4. Loi du 14 décembre 2001 sur le cinéma⁴⁰

Art. 15, al. 2

² Le produit de la taxe visant à promouvoir la diversité de l'offre, les contributions de fournisseurs de programmes de télévision ainsi que les éventuelles contributions et dons de tiers sont enregistrés dans le compte financier pour être réaffectés à l'encouragement du cinéma.

Art. 19, al. 3

³ L'exploitation par des diffuseurs de programmes de télévision dans des programmes au sens de l'art. 3, let. e, de la loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁴¹ fait exception.

5. Loi du 12 juin 2009 sur la TVA⁴²

Art. 25, al. 2, let. b

² Le taux réduit de 2,5 % est appliqué:

- b. aux prestations des fournisseurs de médias chargés d'une concession ou d'un accord de prestations sur la base de la loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁴³;

³⁶ RO 2007 737, 2010 371, 2015 3977, 2016 689 2131

³⁷ RS 151.3

³⁸ RS 173.110

³⁹ RS 231.1

⁴⁰ RS 443.1

⁴¹ RS ...

⁴² RS 641.20

⁴³ RS ...

Art. 75, al. 2

² Les autorités administratives fédérales, les établissements et entreprises fédéraux autonomes ainsi que toutes les autorités des cantons, des districts, des arrondissements et des communes autres que celles visées à l'al. 1 ont l'obligation de renseigner l'AFC si les renseignements demandés peuvent influencer l'exécution de la présente loi, le recouvrement de l'impôt selon la présente loi ou la perception de la redevance des entreprises selon la loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁴⁴; les renseignements sont communiqués gratuitement. Les documents doivent être remis gratuitement à l'AFC si elle en fait la demande.

Art. 88, al. 2, let. d

² Sont réservées:

- d. la compensation de cet excédent avec les redevances dues selon l'art. 84, al. 4, de la loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁴⁵.

6. Loi fédérale du 21 juin 1932 sur l'alcool⁴⁶

Art. 42b, al. 3, let. a

³ La publicité pour les boissons distillées est interdite:

- a. dans les médias électroniques au sens de la loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁴⁷, ainsi qu'à la radio;

7. Loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications⁴⁸

Art. 2

La présente loi règle la transmission d'informations au moyen de techniques de télécommunication, y compris la transmission d'offres de médias, pour autant que la loi du xx sur les médias électroniques (LME)⁴⁹ n'en dispose pas autrement.

8. Loi du 20 juin 2014 sur les denrées alimentaires⁵⁰

Art. 14, al. 3, let. a

³ Les restrictions imposées par les lois suivantes en matière de remise d'alcool et de publicité pour l'alcool sont réservées:

- a. loi fédérale du xx sur les médias électroniques⁵¹;

44 RS...

45 RS ...

46 RS **680**

47 RS ...

48 RS **784.10**

49 RS ...

50 RS **817.0**

51 RS ...