

15.10.2012 - 16:00 Uhr

## La SSR à l'heure du numérique

Bern (ots) -

La SSR a remanié sa stratégie d'entreprise. La technologie et le comportement des utilisateurs de médias évoluent très vite, le monde des médias est en mutation profonde ; c'est dire que plus que jamais, il importe de suivre une stratégie claire. Outre les objectifs de gestion d'entreprise, la SSR définit pour la première fois les grandes lignes de développement de son offre radio, tv et online. Par souci de transparence, l'entreprise de service public publie intégralement sa stratégie sur internet.

La stratégie remaniée de la SSR - marque les valeurs du service public ; - réaffirme que l'offre audiovisuelle reste la compétence majeure et le but de la SSR ; - définit les objectifs stratégiques de la SSR ; - définit les grandes orientations pour développer l'offre ; - définit des priorités en vue d'un usage toujours plus efficace des ressources ; - réaffirme la volonté de la SSR de collaborer avec des maisons médias privées, là où les intérêts concordent.

Dans le nouvel environnement, l'entreprise médias SSR doit convaincre en tant que prestataire radio-tv (broadcast) et prestataire multimédia (broadband). Car le comportement des téléspectateurs et des auditeurs change : nombre d'entre eux font fi de la grille des programmes et des heures d'écoute ; grâce à l'internet, ils suivent les émissions, les audios et les vidéos quand bon leur semble, selon leurs préférences individuelles. La SSR se doit d'aller au devant des attentes de ceux qui paient la redevance.

Davantage de productions originales suisses, plus proche encore du public La stratégie de la SSR vise à renforcer le caractère unique de son offre de service public et à atteindre les usagers là où ils se trouvent : devant leur radio ou leur télévision ou sur internet. La SSR entend - augmenter le nombre de productions originales suisses ; - augmenter le nombre de retransmissions en direct qui sont la pierre d'angle des chaînes tv et radio ; - développer sans attendre la Smart-TV (dite aussi tv connectée), en donnant la priorité au standard européen HbbTV\* et au second écran ; - intégrer rapidement les nouvelles tendances de la société dans le programme ; - toucher mieux encore le public mobile, en ville et à la campagne ; - cibler le jeune public ; - maintenir l'âge moyen des auditeurs et des téléspectateurs, en dépit du vieillissement de la population.

Le Comité de direction SSR a élaboré la stratégie d'entreprise de concert avec le Conseil d'administration ; ce dernier l'a approuvée en octobre. Elle sera mise en oeuvre au fil des cinq années à venir et actualisée si nécessaire.

### Citations

« La SSR relève les trois grands défis : la technologie numérique, le nouveau comportement des utilisateurs de médias et la concurrence mondiale. » Raymond Loretan, président du Conseil d'administration de la SSR

« Dans le grand bouleversement des médias, la SSR sait où elle va. » Roger de Weck, directeur général de la SSR

### Communication d'entreprise SSR

Vous trouverez la stratégie d'entreprise SSR à l'adresse suivante : <http://www.srgssr.ch/fr/service-public/mandat>

\* Qu'est-ce que la HbbTV ? La « hybrid broadcast broadband television » (HbbTV) est une norme européenne établie pour la télévision connectée ; elle succédera au fur et à mesure au télétexte. La HbbTV permet d'associer les contenus tv et les contenus internet sur les écrans de télévision. Avec sa télécommande, le téléspectateur peut obtenir des informations ou des services complémentaires : approfondissements sur l'émission en cours, vidéo à la demande, réseaux sociaux par exemple. Il lui sera possible en outre d'interagir avec les émissions (le vote, entre autres exemples). HbbTV facilite le visionnage d'un contenu traduit en langue des signes et permettra aux malentendants de voir le journal télévisé de la veille ou d'autres programmes sous-titrés. La SSR a décidé de lancer en Suisse romande son premier projet pilote HbbTV. Voir aussi le communiqué de presse SSR du 21 juin 2012 : <http://www.srgssr.ch/nc/fr/medias/archives/communique-de-presse/date/2012/srg-ssr-le-futur-de-la-tv-sera-hybride/>

### Contact:

Iso Rechsteiner, chef de la Communication d'entreprise SSR,  
079 393 60 73