

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Abteilung Medien und Post
Zukunftstrasse 44
Postfach 252
2501 Biel

Zürich, 14. August 2014

Stellungnahme zur RTVV-Teilrevision und Änderung der SRG-Konzession

Sehr geehrte Damen und Herren

Besten Dank für Ihre Einladung zur Stellungnahme der beiden oben genannten Vernehmlassungen. Von der RTVV-Teilrevision und der Änderung der SRG-Konzession ist SW Schweizer Werbung als Dachorganisation der kommerziellen Kommunikation lediglich in Bezug auf Artikel 23 der Radio- und Fernsehverordnung betroffen. Wir beschränken unsere nachfolgenden Ausführungen deshalb auf diesen Artikel.

Wir begrüssen es grundsätzlich, dass die SRG die Möglichkeit erhalten soll, ab dem kommenden Jahr hybrides Fernsehen (HbbTV) anzubieten und darin Werbung zu platzieren. Eine Einschränkung dieser Werbung in Umfang und Form halten wir dagegen im Sinne einer liberalen Werbeordnung für nicht opportun. Wir erachten es darüber hinaus als widersinnig und kontraproduktiv, lediglich die bisher geltenden Werbemöglichkeiten im Teletext auf das hybride Fernsehen zu übertragen, ohne die Werbeinhalte dem neuen Medium anzupassen. Das wäre vergleichbar mit einer Stadt, die zwar digitale Werbung erlauben würde, aber keine bewegten Bilder.

Da es für unsere Branche essenziell ist, die neuen Medien für die Konsumentenansprache nutzen zu können, ist es auch wichtig, die Werbeinhalte in kohärenter Weise an die neuen Gegebenheiten anzupassen. Wenn das hybride Fernsehen also audiovisuelle Inhalte vermitteln darf, müssen unserer Ansicht nach auch TV-Spots und andere animierte kommerzielle Einblendungen wie Pop-ups erlaubt sein. Wir halten es deshalb für folgerichtig, dass Werbung und Sponsoring im Hybridfernsehen in gleichem Umfang erlaubt sein soll wie in den übrigen Fernsehprogrammen der SRG.

Besten Dank schon im Voraus für Kenntnisnahme und Prüfung unserer oben skizzierten Positionen.

Consultation Révision partielle ORTV et modification concession SSR

Mesdames, Messieurs

Par courrier du 12 juin dernier, l'Office Fédéral de la Communication (OFCOM) a ouvert la procédure de consultation relative à la révision partielle de l'ORTV et à la modification de la concession SSR. Notre association, PS Publicité Suisse, anciennement Publicité Romande, a été invitée à participer à cette consultation. Un délai de réponse a été fixé au 15 août 2014.

En sa qualité de défenderesse des intérêts de la branche publicitaire, Publicité Suisse n'est directement concernée que par la modification de l'article 23 ORTV et limitera ainsi ses commentaires à cet article.

Aussi, nous saluons l'autorisation faite à la SSR de proposer des services de télévision hybride (HbbTV) et la possibilité d'y insérer de la publicité.

Nous rejetons par contre complètement l'idée de limiter la forme de cette publicité.

Si nous comprenons bien le raisonnement fait par les auteurs de ce texte, celui d'un transfert des activités et possibilités de publicité du télétexte vers ce nouveau moyen de communication, il nous semble aussi contre-productif qu'absurde de rénover justement la forme du télétexte sans permettre aux contenus publicitaires de suivre cette même évolution.

C'est finalement comme autoriser, par exemple, l'affichage digital dans une ville mais interdire les images animées.

S'il est essentiel pour notre branche de disposer de nouveaux moyens de contacts avec les consommateurs, il est tout aussi important de pouvoir accompagner les contenus éditoriaux de manière cohérente avec le format de ceux-ci.

Aussi, dès lors que la HbbTV propose des contenus vidéo, les vidéos publicitaires et les insertions commerciales animées doivent pouvoir être autorisées.

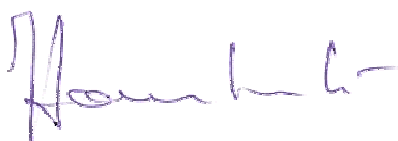
Concrètement, nous proposons ainsi de revoir le projet de texte comme suit :

Art. 23, let. c

c. la publicité et le parrainage sont admis dans le service de télétexte et dans le service hybride de télévision. Sont applicables par analogie les dispositions sur la publicité et le parrainage de la LRTV et de la présente ordonnance valables pour les programmes de la SSR.

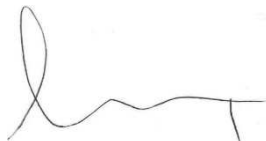
Cette position est celle de PS, Publicité Suisse établie en concertation avec SW, Schweizer Werbung

Freundliche Grüsse
SW Schweizer Werbung



Ständerat Filippo Lombardi
Präsident

Cordiales Salutations
PS Publicité Suisse



François Besençon
Président

Zusatz

In diesem Zusammenhang möchten wir noch folgendes zu bedenken geben:

- Eine unterschiedliche Behandlung der Schweizer und der ausländischen Fernsehprogramme, die keine Einschränkungen der Werbung haben, würde zu einer Verschiebung der Werbeinvestitionen vom Schweizer TV-Markt ins Ausland führen.
- Da die regionalen TV-Sender vom hybriden Fernsehen nicht profitieren können, verhindert diese Asymmetrie ein gesamtschweizerisches Werbeangebot. Mit den SRG-Programmen allein kann die kritische Grösse nicht erreicht werden.
- Wenn die Werbung im Hybrid-TV nicht begrenzt wird, hat das zurzeit noch keinen Einfluss auf die anderen Schweizer Medienanbieter. Denn solche Formate werden in der Schweiz bisher – mit Ausnahme von globalen Anbietern wie Youtube – nur sehr marginal genutzt.

Nous ajouterons encore que :

- La différence de traitement avec les programmes étrangers qui ne sont pas limités dans le choix des formats publicitaires entraînera le transfert d'investissements publicitaires issus du marché suisse vers des acteurs étrangers.
- Une dissymétrie s'installera avec les chaînes de TV régionales dont les formats publicitaires intégrés à l'offre de HbbTV ne seront pas limités. Les chaînes régionales n'en profiteront cependant pas. Cette dissymétrie empêchera la création d'une offre publicitaire suisse de HbbTV car la taille critique ne sera pas atteinte.
- L'absence de limitation des formats de publicité dans l'offre de HbbTV de la SSR n'aura pas d'incidence sur les autres acteurs de la place médiatique suisse, car cette offre publicitaire est actuellement inexistante et que les vidéos publicitaires ne sont que très marginalement commercialisées en Suisse, à l'exception des actions menées par des acteurs globaux étrangers tels que Youtube par exemple.