

Objectifs de la stratégie d'entreprise et d'offre 2019–2020

Dans un monde médiatique en plein bouleversement, global, numérique, la stratégie de la SSR doit assurer la relation avec la société suisse. La SSR est aussi un vecteur de cohésion. Sa stratégie repose sur trois piliers:



Objectifs validés par le Conseil d'administration SRG SSR en juin 2018

Offre

1. Plus de différenciation: nous privilégions nos spécificités, notre valeur ajoutée.



Nous proposons des **contenus journalistiques de qualité**, dans les 4 langues. Le service public contribue à la bonne et à la libre formation de l'opinion publique. Il privilégie le regard croisé sur les réalités régionales suisses. **L'indépendance** et la **diversité des opinions** sont des valeurs centrales. Nos contenus journalistiques proposent aussi des **perspectives**.

Nous développons une **offre culturelle et éducative**, notamment sur les plates-formes numériques et en collaboration avec les acteurs concernés. Pour les séries et les contenus de fiction, nous privilégions les achats européens.

Nous misons **d'abord sur la vidéo et l'audio** dans l'offre news online.

Nous veillons à maintenir le rayonnement international de nos programmes.

Nos programmes suscitent de l'engagement et de l'adhésion.

2. Plus d'offres digitales: nous visons un équilibre à 5 ans, entre l'offre numérique et le broadcast.



Dans une perspective numérique, nous explorons constamment **de nouvelles écritures**, de nouveaux formats, de nouvelles distributions et favorisons la participation du public et l'interaction.

Nous développons des formats et des codes narratifs qui correspondent aux **attentes du jeune public et à celles des personnes consommant les médias en ligne en déplacement**, dans les différents domaines du service public, sur des distributions numériques adéquates. Nous développons nos offres avec des jeunes, non à leur place.

L'identité de la SSR est aussi forte sur ses offres numériques.

3. Plus de «Suisse»: nous mettons l'accent sur la Suisse dans notre offre.



Nous investissons plus dans **la création originale suisse**, notamment dans la production de contenu de fiction. Nous conservons le niveau actuel de production musicale mais développons l'échange inter-régional, particulièrement pour la musique classique et la musique populaire.

Nous valorisons autant que possible le **«Swissness»** au sens de l'ancrage. Nous développons pour cela la collaboration interrégionale dans notre offre.

Relation

4. Cohésion: nos offres de programme touchent et concernent tous les publics.



Nous **rassemblons la société suisse**, avec des événements fédérateurs, sur les plans culturel, sportif, et politique, le plus souvent possible en direct.

Nos différents programmes, sur nos différents vecteurs, intéressent **aussi des publics minoritaires**. Ils sont notamment adaptés aux handicapés sensoriels. En ce sens, **nos offres encouragent la diversité et l'intégration**.

5. Ouverture: nous renforçons une relation ouverte et transparente avec la société suisse.



Notre **posture professionnelle** et les valeurs de service public que nous portons sont claires et partagées dans toutes les régions.

Nous développons une plus **grande proximité avec la société suisse** en échangeant davantage sur ce que nous apportons et sur ce à quoi nous contribuons. Et en intégrant les retours de la société dans nos activités, en collaboration avec notre organisation associative.

Nous développons une «**data policy**» pour encadrer la collecte de données dans le but de mieux comprendre et servir notre public.

Nous contribuons à la conservation de la **mémoire audio et audiovisuelle** du pays. Nous numérisons notre patrimoine, nous le réutilisons dans la production actuelle sous diverses formes, nous l'ouvrons le plus possible au public et encourageons ce dernier à participer pour élaborer un récit historique commun (co-création).

6. Partenariat: nous apportons notre contribution à l'écosystème médiatique suisse.



Nous développons des collaborations utiles à toutes les parties avec les médias privés suisses: radios et télévisions privées, groupes de presse et plate-formes digitales indépendantes («pure players»). Nous mettons à disposition certains contenus libres de droit.

Nous intensifions la collaboration avec les producteurs indépendants.

Lors du développement de nouvelles offres, nous prenons en compte les acteurs privés.

Nous intensifions notre collaboration avec les universités et hautes écoles dans le domaine de l'innovation média.

Nous contribuons à la **transformation digitale** de la société.

Ressources

7. Une culture managériale agile



Nous simplifions l'organisation à tous les niveaux et nous introduisons un management flexible et souple. Notre nouvelle culture managériale accélère la transformation de l'entreprise.

Nous sommes un employeur attractif, y compris pour les « digital natives ». Nous encourageons la formation, la relève, la recherche de talents à tous les niveaux.

Nous soutenons le développement et la mobilité professionnelle de nos collaborateurs.

Nous accordons une grande importance à la diversité et à la présence des femmes dans les positions à responsabilités.

8. Une organisation plus efficiente



L'infrastructure, les supports et la technologie sont au service de l'offre de programme. Nous visons un effort d'efficience, dans tous les domaines, particulièrement dans nos coûts d'infrastructure, d'administration et de technique. Nous revoyons de manière complète et profonde, sans tabou, nos processus et modalités de production (tant au plan de la technique que des programmes) dans la perspective d'alléger nos coûts.

Nous réexaminons les standards de nos équipements et investissements dans le domaine des infrastructures (bâtiments en particulier), des liaisons et de la distribution et nous les adaptons à la réalité des capacités budgétaires (au niveau du groupe comme des UE).

Nous réduisons autant que possible les surfaces utilisées et occupons les espaces de manière plus efficiente. Les sommes économisées sont réinvesties dans l'offre de programme, après les économies récurrentes réalisées.

9. Une entreprise à l'équilibre



La SSR est responsable de moyens publics, qu'elle gère avec efficience et en transparence afin d'assurer son indépendance.

La SSR vise l'équilibre financier sur la moyenne de son plan financier (4 ans). Son flux de trésorerie lui permet de financer ses investissements. Son capital propre lui permet de faire face aux risques.

La SSR contribue au débat sur l'évolution du modèle du service public.