Stratégie SSR 2030 – Enavant

La Suisse a besoin de médias forts. Mais le monde des médias est en pleine mutation. Les plateformes mondiales continuent de gagner en importance. L'intelligence artificielle transforme la manière dont les informations sont recherchées, utilisées et diffusées. L'attention des gens se disperse entre un nombre toujours plus grand d'offres. Les publics-cibles se fragmentent, les besoins en matière de médias évoluent. Dans le même temps, le besoin d'orientation, de confiance et de cohésion sociétale ne cesse de croître.

C'est précisément dans ce contexte que la SSR joue un rôle particulier. Ce qui nous distingue des plateformes mondiales, ce n'est ni notre taille ni notre portée. Ce qui nous distingue, ce sont nos perspectives suisses. Notre ancrage dans toutes les régions linguistiques. Notre proximité avec la population. Notre journalisme indépendant. Notre capacité à mettre en relation les personnes, les opinions et les régions, indépendamment des intérêts commerciaux et politiques.

La SSR accompagne les Suisse.sses au quotidien: avec des podcasts pendant les trajets, les actualités sur smartphone, la radio au travail, le streaming le soir, les grands moments en direct, le sport, la culture et le divertissement.

Cette diversité fait de la SSR le véritable média commun de la Suisse, « le média où l'on se sent chez soi » – un lieu qui informe, rassemble et crée des expériences communes. En tant que partie intégrante d'un paysage médiatique suisse solide, nous contribuons à ce que les contenus, la culture et les points de vue suisses restent visibles, audibles et pertinents à l'avenir également.

C'est sur cela que nous nous appuyons.

En même temps, nous devons continuer à évoluer. En effet, le service public ne peut déployer pleinement ses effets que s'il est présent là où les gens utilisent les médias et où le public évolue. C'est pourquoi nous poursuivons résolument le développement de la SSR pour en faire un service public numérique et moderne, tant au niveau de l'offre que de la technologie et de l'organisation.

La stratégie d'entreprise et d'offre 2027-2030 incarne un service public moderne

- **qui se fonde sur une approche «digital first»** dans la réflexion et dans l'action, pour atteindre les personnes sur les plateformes pertinentes et dans les formats adaptés,
- **qui part systématiquement des besoins de la population suisse**, renforce la proximité, la pertinence et l'expérience utilisateur.trice, et garantit le maintien du lien avec des publics nouveaux et plus jeunes – tout en conservant un niveau de qualité élevé,
- **qui utilise ses ressources de manière ciblée et les déploie efficacement** afin de disposer de la marge de manœuvre financière nécessaire et d'avoir un impact là où la Suisse en a le plus besoin,
- **qui est perçue comme «UNE SSR»** – ancrée dans les régions, reliée au-delà des frontières linguistiques et plus forte grâce à la collaboration dans le développement de contenus, de technologies et de compétences.

En tant que SSR, quelles sont nos valeurs?

La stratégie de la SSR s'appuie sur sa vision, sa mission et ses valeurs. Elles guident nos décisions, notre collaboration et notre contribution en faveur de la Suisse.

Notre vision
La Suisse dans le cœur. Nous rapprochons les personnes, les opinions et les régions pour la diversité et la cohésion.

Notre mission
Nos contenus inspirent, éveillent l'enthousiasme et donnent à entendre et à voir le quotidien de la Suisse. Notre journalisme indépendant apporte des repères et renforce la confiance. Pour cela, nous nous basons sur les besoins du public et de la société.

Nos valeurs
Proximité – responsabilité – indépendance – ouverture – audace – transparence.

Pourquoi la SSR doit-elle changer?

Fondamentalement, quatre évolutions façonnent notre avenir et rendent nécessaire une réorientation du service public.

L'utilisation média passe au numérique
D'ici 2030, une grande partie de l'utilisation média se fera sur des plateformes numériques. Aujourd'hui déjà, la population suisse passe en moyenne 5,7 heures par jour sur Internet, les actualités numériques touchent 97 % de la population, et deux tiers sont actifs quotidiennement dans les médias sociaux. Si la SSR souhaite continuer à toucher le public à l'avenir, elle doit être présente là où évolue de plus en plus le public: dans l'espace numérique.

Les publics-cibles plus jeunes utilisent différemment les médias et la SSR
La SSR continue d'atteindre 57 % des 15-29 ans. Les jeunes s'informent, découvrent des contenus et passent de plus en plus de temps sur des plateformes numériques et mondiales. Pour rester pertinente à l'avenir, la SSR doit considérablement renforcer sa présence et son impact auprès des publics-cibles plus jeunes.

Les nouvelles technologies transforment le monde des médias
L'intelligence artificielle bouleverse profondément le secteur des médias. Elle influence la manière dont les contenus sont produits, trouvés, diffusés et consommés. Dans le même temps, de nouvelles attentes apparaissent en matière de personnalisation, d'accessibilité et d'expérience utilisateur.trice. Pour la SSR, cela signifie ancrer l'IA non seulement comme un outil, mais aussi comme une compétence stratégique clé sur les plans éditorial, technologique et organisationnel.

La marge de manœuvre financière se réduit
Avec la décision de réduire la redevance média, les ressources financières de la SSR diminueront d'environ 270 millions de francs par an d'ici 2029. Dans le même temps, les recettes commerciales de l'ensemble du marché des médias sont sous pression. La SSR doit donc prioriser ses ressources de manière plus rigoureuse, améliorer son efficience et

mobiliser ses ressources là où elles génèrent la plus grande valeur ajoutée sur les plans éditorial et sociétal.

Notre mission reste la même. Mais la manière dont nous la mettons en œuvre doit évoluer. Ce qui est essentiel, c'est que les gens trouvent, utilisent et considèrent comme utiles des informations fiables, des points de vue suisses et des contenus pertinents dans leur quotidien numérique.

Quel est l'objectif de la SSR?

L'ambition stratégique définit la vision de la SSR. Elle résume en une phrase l'orientation stratégique de la SSR et les critères à l'aune desquels elle se mesure.

La SSR est le média commun de la Suisse, «le média où l'on se sent chez soi».

Notre objectif pour l'avenir: que tou.tes les habitantes et habitants de la Suisse utilisent notre offre numérique et soutiennent la SSR en raison de la valeur ajoutée qu'elle leur apporte, tant sur le plan personnel que sociétal.

Un «média où on se sent chez soi» est un lieu fiable et accessible, propice à l'orientation, à l'information et au partage d'expériences. Il rassemble les gens au-delà des régions, des langues et des générations, et met en lumière ce qui fait vibrer la Suisse. Il accompagne les gens dans leur quotidien – en ligne, en direct et sur place.

La SSR souhaite rester pertinente et incontournable pour toutes et tous à l'avenir. Pour ce faire, elle renforce sa présence dans le quotidien numérique, crée des contenus et des expériences utilisateur fiables et apporte une contribution visible à la diversité, à la cohésion et à la démocratie en Suisse.

Nous nous sommes fixé des objectifs par étapes pour 2030:

- **6 personnes sur 10 utilisent les offres numériques** de la SSR plusieurs fois par semaine et les regretteraient si elles n'existaient plus, et
- **7 personnes sur 10 soutiennent la SSR** en raison de la valeur ajoutée qu'elle apporte sur les plans personnel ou sociétal.

Comment y parvenir?

Pour concrétiser notre ambition, nous nous concentrons sur six grands axes stratégiques.

1. La SSR devient un «média où l'on se sent chez soi», axé sur le numérique, en mettant l'accent sur ses propres plateformes, avec Play+ au cœur de son offre
L'avenir de l'utilisation média est numérique. C'est pourquoi la SSR continue de développer ses produits numériques afin d'en faire un point d'accès central à l'information, à la culture, au sport et au divertissement. Parallèlement, elle tire parti des atouts de ses offres linéaires et numériques, de ses propres plateformes et de celles de tiers, et relie entre eux contenus, produits et canaux pour former un écosystème intégré qui accompagne les gens au quotidien et leur offre un média commun «où l'on se sent chez soi».

2. La SSR gère son offre de manière rigoureuse, en s'appuyant sur des données et en se concentrant sur les besoins des utilisateur.trices, créant ainsi des offres innovantes et uniques, en particulier pour les groupe-cibles jeunes. Elle favorise l'échange de contenus entre les régions
La SSR oriente systématiquement le développement, les contenus et la distribution en fonction des besoins des utilisateur.trices. Les données sont exploitées de manière systématique afin d'améliorer en permanence la pertinence, l'impact et l'expérience utilisateur.trice, et d'atteindre de nouveaux publics. Grâce à l'intensification des échanges de contenus entre les différentes régions, la SSR contribue activement à la construction de l'identité suisse.

3. La SSR renforce le genre Information et s'impose dans le domaine numérique comme une offre de référence incontournable en Suisse
Elle transpose systématiquement ses atouts journalistiques dans le domaine de l'information vers l'univers des médias numériques. Elle répond à l'évolution des besoins en matière d'information et aux nouvelles habitudes d'utilisation grâce à des formats innovants, des modes d'accès différenciés et une diffusion de l'information adaptée aux différents publics-cibles. Elle renforce ainsi l'orientation et la confiance dans une société de plus en plus complexe.

4. La SSR considère l'IA comme une compétence-clé sur les plans éditorial, technologique et organisationnel
L'intelligence artificielle devient partie intégrante de la SSR. Elle est utilisée de manière responsable afin de renforcer durablement la qualité, l'innovation, l'efficience et l'impact sociétal.

5. La SSR renforce sa marge de manœuvre financière et son efficacité opérationnelle tout au long de la chaîne de valeur
Elle engage ses ressources de manière ciblée là où elles apportent la plus grande valeur ajoutée sur les plans journalistique et sociétal. Des processus simplifiés, des priorités claires et des investissements ciblés ouvrent la voie à la transformation et aux offres de demain.

6. La SSR développe une culture «UNE SSR» et encourage le leadership, la collaboration, la diversité, la durabilité et la capacité de mise en œuvre
Elle tire parti des atouts de ses régions et de ses communautés linguistiques, tout en agissant de plus en plus comme une entreprise commune. La SSR se positionne ainsi comme «UNE SSR», ancrée au niveau régional, reliée au-delà des frontières linguistiques et collectivement plus efficace pour l'ensemble de la Suisse.