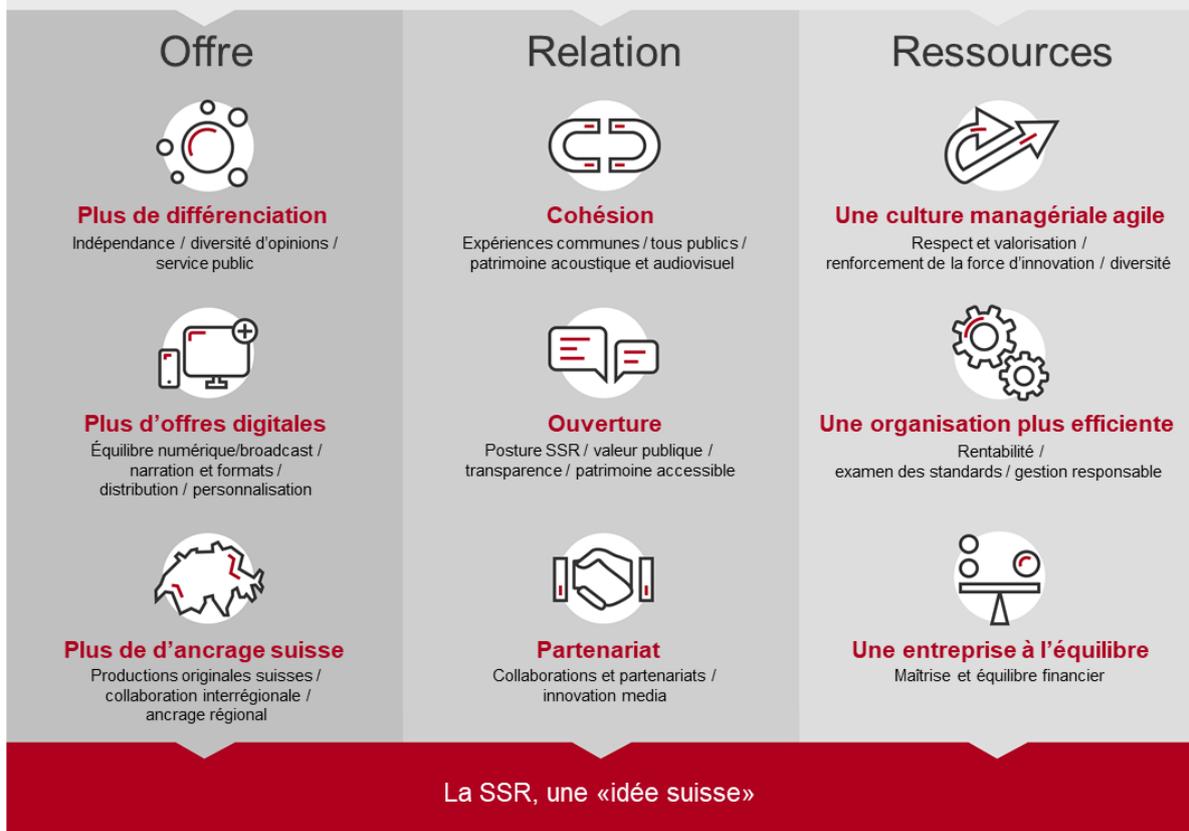


Stratégie d'entreprise et d'offre 2021–2022

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. C'est pourquoi sa stratégie repose sur trois piliers:



Adoptée par le Conseil d'administration SSR le 25 juin 2020.

Offre

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



Notre service public convainc par sa qualité et sa pertinence. Nous investissons dans un journalisme fort, critique et indépendant, et couvrons l'actualité de manière équilibrée. En outre, dans un monde en pleine transformation, nous ouvrons des perspectives avec un journalisme constructif.

Nous développons une offre culturelle et éducative, notamment sur les plateformes numériques et en collaboration avec les acteurs concernés. Pour les séries et les contenus de fiction, nous privilégions les offres originales, à valeur ajoutée.

Dans l'offre d'actualité en ligne, nous nous distinguons par la mise en valeur des vidéos et de l'audio.

Nos offres proposent des standards élevés pour ce qui est de l'originalité et de la narration.

2. Plus d'offres numériques: Nous visons un équilibre à trois ans entre l'offre numérique et le broadcast.



La SSR et ses unités d'entreprise constituent une entreprise transmédia où les différents vecteurs se complètent et se stimulent mutuellement. Nous interagissons avec les différentes communautés et nous développons nos offres de manière concertée avec elles.

Dans les 3 ans, nous visons une perception équilibrée entre nos offres numériques et broadcast. Nous utilisons les possibilités basées sur l'analyse des données telles que celles issues de la personnalisation, afin d'accroître la visibilité de nos contenus et l'attrait de nos plateformes.

Nous développons de nouveaux formats, codes narratifs et formes de distribution qui correspondent aux attentes du jeune public et à celles des personnes consommant les médias en ligne et en mobilité. L'analyse des données du public nous aide à piloter nos offres de programmes.

3. Plus de d'ancrage suisse: Dans nos offres de programmes, nous mettons l'accent sur l'ancrage régional.



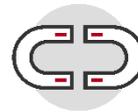
Nous investissons plus dans la création originale suisse, en particulier dans le domaine des séries. Dans le domaine de la production musicale, nous développons les échanges interrégionaux dans tous les genres.

Grâce à notre ancrage régional, nous mettons en valeur ce qui rassemble la Suisse, tout comme sa diversité et ses spécificités régionales. En ce sens, nous promovons l'identité suisse. C'est pourquoi nous veillons à ce que nos offres s'adressent à tou.te.s les habitant.e.s de la Suisse, quelle que soit leur réalité socio-culturelle, et qu'elles les rapprochent.

Notre collaboration interrégionale soutient l'échange des contenus issus des différentes régions et les projets nationaux.

Relation

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



Nous voulons continuer à créer des expériences communes pour les différentes parties de la société suisse – lors d'événements d'envergure nationale, dans les domaines de la culture, du sport, de la politique et du divertissement et ce, en direct le plus souvent possible.

Tou.te.s les habitant.e.s de la Suisse se sentent concerné.e.s par notre offre, indépendamment de leur genre, de leur âge, de leur origine, de leur religion ou de leur orientation sexuelle, de leurs handicaps éventuels et de leurs choix de vie. Nous augmentons le volume de notre offre pour les personnes atteintes de déficiences sensorielles.

Nous contribuons à la création et à la valorisation du patrimoine audiovisuel du pays.

5. Ouverture: Nous contribuons à rendre la société suisse plus ouverte et plus transparente.



Par un dialogue régulier avec la société, nous communiquons et expliquons les valeurs de service public que nous incarnons. En collaboration avec l'organisation institutionnelle de la SSR, nous échangeons régulièrement avec les diverses composantes de la société et développons nos connaissances de leurs besoins et de leurs attentes. Ainsi, nous nous rapprochons de la société suisse et développons sa compréhension et sa confiance envers la SSR.

Nous manions avec soin les données d'utilisation et d'utilisateur, informons de manière transparente sur leur usage et élaborons un cadre adéquat.

Dans la mesure du possible, nous ouvrons nos archives au public pour une utilisation partagée. Nous tenons nos engagements envers les publics actuels et futurs et nous revendiquons une gestion d'entreprise durable.

6. Partenariat: Nous apportons une forte contribution à l'écosystème médiatique suisse.



Nous développons des collaborations avec les médias privés suisses utiles à toutes les parties: radios et télévisions privées, groupes de presse et plateformes numériques indépendantes («pure players»).

Nous soignons la collaboration avec les auteur.e.s et avec l'industrie audiovisuelle.

Nous intensifions notre collaboration avec les start-up, les universités et les hautes écoles dans le domaine de l'innovation (médias, technologie et communication).

Ressources

7. Une culture managériale agile: Nous renforçons la capacité d'innovation de notre personnel.



Nous renforçons le rôle et les aptitudes des responsables et cadres pour garantir un management flexible et dynamique et soutenir la transformation de la SSR en une entreprise transmédia. Nous tirons pleinement profit du potentiel et des connaissances de nos collaboratrices et collaborateurs et mettons tout en œuvre pour qu'elles/ils se perfectionnent en continu.

Respect et valorisation mutuelle sont les fils rouges de notre culture d'entreprise. Au sein de notre organisation, nous promovons activement la compréhension mutuelle des personnes issu.e.s de différentes réalités sociales et professionnelles.

Nous sommes un employeur attractif pour chacun.e, quelle que soit sa réalité, indépendamment de son genre, de son âge, de son origine, de sa religion, de son orientation sexuelle, de ses handicaps éventuels ou de ses choix de vie.

Nous encourageons la culture du savoir avec des offres de formation ciblées et attractives et soutenons la mobilité professionnelle.

Nous veillons à une diversité optimale dans la composition des équipes et accordons de la valeur à l'égalité des chances et à la représentativité équilibrée des genres aux postes à responsabilité.

8. Une organisation plus efficace: Nous gagnons en efficacité et en rentabilité sur toute la chaîne de création de valeur des contenus programmatiques.



Nous activons les leviers potentiels permettant de baisser les coûts. A cette fin, nous développons de nouvelles méthodes de production, vérifions les standards de nos installations et investissons dans le domaine de l'infrastructure et réduisons nos besoins en surfaces, en particulier par le biais de modèles de travail flexibles. Les nouveaux processus de travail doivent gagner en simplicité, en flexibilité et doivent être axés sur les résultats.

Les économies récurrentes sont réinvesties dans l'offre de programme et la transformation numérique.

Nous créons les conditions technologiques nécessaires pour pouvoir tirer le plus grand avantage possible des données existantes et à venir.

Les principes de la gestion responsable («Corporate Social Responsibility») constituent la base de toute décision.

9. Une entreprise à l'équilibre: Nous gérons avec soin et en toute transparence l'engagement des moyens publics.



La SSR garde une certaine souplesse financière et vise un équilibre sur la moyenne de sa planification financière (4 ans). Son flux de trésorerie lui permet de financer ses investissements. Son capital propre lui permet de faire face aux risques.