



Comité sportif contre l'initiative SSR «200 francs, ça suffit!»

Fiche d'information pour les fédérations, les organisateurs et les athlètes

De quoi s'agit-il?

Le **8 mars 2026**, la Suisse votera sur l'initiative intitulée «200 francs, ça suffit!». Un «oui» aurait des conséquences considérables pour le sport suisse. La SSR devrait réduire massivement son offre sportive: de nombreux sports et événements perdraient leur visibilité ou seraient entièrement transférés vers la télévision payante.

Message clé: **Réduire la SSR affaiblit le sport.**

Les enjeux

- **Moins de sport en direct, moins de portée, moins de visibilité pour les sponsors.**
- Un coup d'œil à l'étranger montre l'évolution, voici quelques exemples:
 - Wimbledon entièrement diffusé sur les chaînes payantes en Allemagne.
 - La Coupe du monde de ski en Scandinavie désormais partiellement payante.
 - La Diamond League n'est plus accessible gratuitement dans de nombreux pays.
 - Le hockey sur glace et le football migrent progressivement vers la télévision payante.

Pourquoi la SSR est indispensable au sport suisse

- Environ **9000 heures de sport en direct par an**;
- Environ un tiers de transmissions télévisées en direct de sports féminins, un chiffre très élevé en comparaison internationale;
- Diffusion de **100 sports différents**, dont environ **30 régulièrement en direct**;
- La publicité et le sponsoring ne couvrent **que 10 à 20 % des coûts totaux** liés aux droits, à la production et à la diffusion – **aucune chaîne privée ne peut assumer ces prestations**;
- Les productions de haute qualité de la SSR renforcent les candidatures de la Suisse pour l'organisation de championnats du monde et d'Europe;
- Visibilité pour les sports mineurs, le sport handicap et la relève.



La campagne du sport

SwissTopSport et Swiss Olympic mènent, avec le plus grand nombre possible de fédérations sportives, une campagne indépendante contre l'initiative, **entièrement axée sur le sport**. Nous sommes soutenus dans cette démarche par l'agence Bertakomm (Michael Köpfli et Amir Sahi). L'objectif est de mobiliser les clubs et les fédérations, de convaincre les électrices et électeurs amateurs de sport et de créer une large identification avec le sport.

Déroulement de la campagne

- **Octobre–décembre 2025**: mise en place et préparation (site web, argumentaire, visuels, boîtes à outils)
- **Décembre 2025–janvier 2026**: début de la campagne avec conférence de presse et lancement (site web et réseaux sociaux), boîte à outils pour les fédérations et les événements
- **Janvier–mars 2026**: phase principale de la campagne: activation événements, communication des fédérations, campagne en ligne, témoignages d'athlètes, travail médiatique

Comment les fédérations et les organisateurs peuvent participer?

Il est possible d'adhérer au comité sans aucune obligation. Les fédérations et les athlètes disposent toutefois de nombreuses options pour s'impliquer dans la campagne.

Option minimale

- Adhésion au comité avec nom / logo

Options supplémentaires

- Transmission de nos contenus via des newsletters, des mailings et des publications événementielles
- Reposts du contenu de la campagne sur les réseaux sociaux
- Utilisation de ses propres publications comme magazines ou rapports annuels du club / de la fédération
- Mise à disposition d'images ou de contenus spécifiques à un sport pour des sujets
- Activation lors d'événements sportifs (écrans, textes des speakers, programmes, etc.)

Variante maximale

- Disponibilité pour le travail médiatique (facultatif, selon accord individuel)
- Coopérations lors de grands événements



Comment les athlètes peuvent participer

L'adhésion au comité est possible sans aucune obligation. Chaque participation est coordonnée avec les fédérations et les managements, selon les souhaits. Les besoins individuels sont pris en compte dans la mesure du possible.

Option minimale

- Adhésion au comité avec son nom

Options supplémentaires

- Témoignage sur le site internet et les réseaux sociaux
- Déclaration vidéo pour le site internet et les réseaux sociaux
- Reposts du contenu de la campagne sur les réseaux sociaux

Variante maximale

- Participation à des événements médiatiques ou liés à la campagne

En décembre, les athlètes recevront les premières informations et auront accès au site internet, ce qui leur permettra de prendre une décision définitive quant à leur adhésion. Ils et elles seront visibles publiquement dès janvier 2026, aux côtés d'autres athlètes.

Message pour athlètes

Les messages des athlètes s'inspirent de la campagne pour le NON, mais restent à tout moment factuels et axés sur le sport. Exemples de déclarations possibles:

- «Sans la SSR, mon sport perdrait sa vitrine.»
- «Sans la SSR, de nombreux événements ne seraient plus diffusés que sur les chaînes payantes.»
- «Les modèles à la télévision sont la meilleure façon d'encourager la relève.»

Contacts pour la campagne

Swiss Olympic: Karin Stöckli, 079 787 22 05, karin.stoeckli@swissolympic.ch

SwissTopSport: Luana Bergamin, 079 238 49 67, luana.bergamin@swisstopsport.ch

Gestion de la campagne: Michael Köpfli, 079 743 30 89, michael.koepfli@bertakomm.ch

Mise en œuvre opérationnelle et assistance: Amir Sahi, 079 712 33 38, amir.sahi@bertakomm.ch