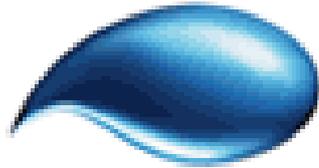


lémanbleu



DEMANDE DE CONCESSION

TV Léman Bleu SA

Carouge, décembre 2007

Table des matières

	Chapitre 1 Résumé et vue d'ensemble	Page 1
	Chapitre 2 Identité du requérant - 2.1 Indications générales concernant le requérant - 2.2 Organisation et composition - 2.3 Activité du requérant dans le domaine des médias	Pages 2-3
	Chapitre 3 Programme - 3.1 Type de programme radio ou télévision prévu - 3.2 Mandat de prestations - 3.3 Production	Pages 4-10
	Chapitre 4 Financement - 4.1 Fonds propres - 4.2 Fonds de tiers - 4.3 Plans - 4.4 Calcul des rendements - 4.5 Résumé avec indicateurs	Pages 11-13
	Chapitre 5 Informations sur les obligations particulières	Page 14
	Chapitre 6 Diffusion	Page 15
	Chapitre 7 Services additionnels	Pages 16-17
	Chapitre 8 Autres remarques et explications	Néant

Récapitulation des annexes



Chapitre 2

Identité du requérant

- Annexe 1 Extrait du registre du commerce
- Annexe 2 Statuts de la société
- Annexe 3 Organigramme Léman Bleu
- Annexe 4 Règlement interne
- Annexe 5 Conseil d'administration et direction
- Annexe 6 Liste des actionnaires
- Annexe 7 Registre des actions Léman Bleu
- Annexe 8 Postpositions créances MM. Philippe Hersant et Stéphane Barbier-Müller
- Annexe 9 Rapport de gestion, compte de résultats et bilan de l'année commerciale écoulée
- Annexe 10 Extrait du registre du commerce (022 Télégenève-Naxoo)
- Annexe 11 Organigramme (022 Télégenève-Naxoo)
- Annexe 12 Extrait du registre du commerce (ESH Editions Suisses Holding SA)



Chapitre 3

Programme

- Annexe 13 Programmes hebdomadaires
- Annexe 14 Boucle de 2 heures
- Annexe 15 Règlement de rédaction
- Annexe 16 Charte rédactionnelle
- Annexe 17 Règlement interne



Chapitre 4

Financement

- Annexe 18 Plan d'investissement et le plan d'amortissement
- Annexe 19 Compte prévisionnel de pertes et profits 2007
- Annexe 20 Bilan prévisionnel 2007
- Annexe 21 Compte prévisionnel de pertes et profits 2008 à 2012
- Annexe 22 Bilan prévisionnel 2008 à 2012
- Annexe 23 Compte prévisionnel de P&P 2008 par trimestres
- Annexe 24 Compte de flux d'espèces (fonds de liquidités)



Chapitre 5

Informations sur les obligations particulières

- Annexe 25 Règles internes TV Léman Bleu SA

Chapitre 6

Diffusion

- Annexe 26 Zone de desserte avec émetteurs

1. Résumé et vue d'ensemble

Depuis trois ans, Léman bleu a véritablement pris une place très importante au cœur de la communauté genevoise. Les mesures prises de 2004 à 2007 ont conduit à un assainissement financier qui s'imposait, à la poursuite des programmes existants, enrichis par la création de nouvelles émissions incontournables, à la consolidation en matière de politique du personnel, à l'explosion de la publicité et à l'accroissement de la promotion et de la notoriété.

Léman bleu suit une route mesurée et le Conseil d'administration a pris pleinement conscience, depuis l'arrivée de nouveaux actionnaires en 2005 et le désengagement partiel de la Ville de Genève, de ses grandes responsabilités. Il poursuit ainsi une stratégie de gestion rigoureuse tout en permettant aux organes de direction de maintenir une qualité de programme reconnue de tous les Genevois.

Ainsi, Léman bleu a aujourd'hui trouvé sa véritable place et une vraie raison d'exister. En 2004, l'audience de Léman bleu stagnait autour de 20'000 zappeurs occasionnels. Avec 60'000 téléspectateurs au quotidien et plus de dix minutes de visionnement chaque jour, la chaîne genevoise est considérée aujourd'hui en 2007 comme le second média genevois incontournable après la Tribune de Genève. Une radio genevoise vient ainsi fermer le trio des acteurs principaux de l'information régionale à Genève.

Ce succès ne doit pas masquer les efforts énormes consentis déjà en termes d'investissements de nos nouveaux actionnaires en vue d'assurer un avenir pérenne à la chaîne.

Ces derniers peuvent être résumés ainsi :

- amélioration des conditions de travail des journalistes (respect des conventions),
- réévaluation salariale pour l'ensemble du personnel en 2005,
- investissements en matière de programme d'information (Genève à chaud),
- achat de matériel pour la production et renouvellement du parc informatique,
- engagement d'une professionnelle du marketing afin d'accroître la notoriété,
- évaluation du programme par des instituts de sondage (enquête de qualité 2006),
- mise en place d'une véritable politique commerciale.

Dans les grandes lignes, la croissance constante de l'audience, la réponse en confiance des annonceurs auprès de la régie publicitaire, la réponse des autorités, Ville et Etat confondus indépendamment de toute considération financière, tous ces éléments mêlés étroitement, renforcent l'idée que le Conseil d'administration dans son ensemble a eu raison de ne jamais baisser les bras après un démarrage de Léman Bleu en 1995 quelque peu chaotique.

C'est avec sérénité que l'année 2007 se clôt et, résolument tournée vers l'avenir, la chaîne que nous faisons vivre chaque jour entre de plain-pied dans le paysage audiovisuel genevois d'une part et suisse romand d'autre part. Le futur de Léman Bleu est déjà tracé avec une continuelle envie d'améliorer les programmes sur le plan de l'information. Si nous nous sommes toujours montrés très agressifs en termes de gestion de l'actualité, il est temps désormais que Léman Bleu passe à l'enquête journalistique et aux magazines d'information plus poussés. Ceci sera pris en compte une fois la société définitivement assainie et grâce à l'apport de la quote-part de redevance.

Finalement, nous souhaiterions aussi faire part d'une observation à l'Office fédéral de la communication. Notre chaîne n'est malheureusement pas captée par l'ensemble des genevois, une grande partie de la rive gauche du canton n'étant pas couverte par notre émetteur du Salève. Aussi, au point 6. de la marche à suivre pour l'octroi de la concession, nous demandons clairement à l'OFCOM de nous octroyer la possibilité de diffuser notre programme en TNT depuis le Salève et la Dôle. Une bonne réception de Léman Bleu est objectivement nécessaire à la bonne évolution de notre entreprise tant sur le plan économique et politique que sur les objectifs fixés par la Confédération en matière de soutien aux médias locaux. Nous espérons vivement que vous pourrez prendre en considération cette remarque.

En conclusion, la société déjà concessionnée va poursuivre les objectifs qu'elle s'était fixés et qui seront renforcés par l'apport financier de la quote-part de redevance soit :

- un assainissement de sa situation financière,
- l'amélioration technique de sa diffusion pour tous les habitants de la région,
- la création d'un plan de formation et de perfectionnement pour les collaborateurs,
- l'accroissement graduel de l'information (nouvelles émissions),
- l'amélioration du contrat de prestation qu'elle remplit déjà avec le Canton et la Ville de Genève

2. Identité du requérant

2.1 Indications générales concernant le requérant

a. Nom ou raison sociale du requérant :

TV LEMAN BLEU SA
Rue des Jeunes 10
1227 CAROUGE
Tél. : 022 309.43.21
Fax 022 301.36.37

b. siège :

LANCY

Annexe 1: Extrait du registre du commerce

c. Représentant ou organe compétent devant l'OFCOM :

M. Philippe LATHION

Président
DUCHOSAL RFF SA
Route de Florissant 4
1211 Genève 12
Tél. : 022 839.66.60
E-Mail : philippe.lathion@duchosalrff.ch

M. Michel CHEVROLET

Directeur
TV LEMAN BLEU SA
Route des Jeunes 10
1227 Carouge
Tél. : 022 309.43.33
E-Mail: michel.chevrolet@lemanbleu.ch

2.2 Organisation et composition

a. Forme juridique :

Société anonyme au capital actions de 3'384'000.- (situation en octobre 2007)

Annexe 2: Statuts de la société

a. Organisation et structures prévues :

L'assemblée générale, le Conseil d'administration et la direction ont les compétences prévues par la loi, les statuts, et le règlement d'organisation de la société. La Direction assure la gestion de la société et réalise les buts que le conseil d'administration lui a fixés.

Annexe 3: Organigramme Léman Bleu

Annexe 4: Règlement interne

b. Composition prévue des organes directeurs :

Annexe 5: Conseil d'administration et direction

b. Pour les sociétés de capitaux

Annexe 6: Liste des actionnaires

Annexe 7: Registre des actions Léman Bleu

Annexe 8: Postpositions créances MM. Philippe Hersant et Stéphane Barbier-Müller

e. Pour les sociétés de personnes et les sociétés de capitaux

Annexe 9: Rapport de gestion, compte de résultats et bilan de l'année commerciale écoulée

2.3 Activité du requérant dans le domaine des médias

a. Activités exercées

Depuis le 21 octobre 1996, TV Léman Bleu SA émet un programme sur le réseau câblé genevois par transmission hertzienne. Il s'agit d'émissions à caractère régional, répondant aux objectifs d'informations, de politique, de divertissement et de culture de proximité. Selon les normes légales, des écrans publicitaires sont diffusés. Parallèlement aux émissions de plateau et aux divers magazines tournés en extérieur, des retransmissions des débats parlementaires sont effectuées.

b. Participation à des entreprises tierces dans les domaines mentionnés

La société ne détient pas de participation dans des entreprises tierces

c. Collaboration avec des entreprises tierces dans les domaines mentionnés

Collaboration publicitaire :	Groupement des Télévisions Régionales Romandes
Collaboration rédactionnelle	Radio ONE FM

2.4 Indications à fournir sur les participations individuelles dans l'entreprise

a. Pour les personnes physiques détentrices d'une part de cinq pour cent au moins du capital ou des droits de vote:

M. Stéphane BARBIER-MUELLER (24.35%)

Chemin de Sierne 15 – 1255 Veyrier

Représentant en Sté simple :

Stéphane Barbier-Müller	82%
Guy Wicht	10%
Patrice Bezos	8%

Actionnaire et administrateur de TV Léman Bleu SA

b. Pour les personnes morales détentrices d'une part de cinq pour cent au moins de part de capital ou des droits de vote:

022 TELEGENEVE – NAXOO (26.89%)

Quai du Seujet 28 – 1211 Genève 11

Directeur : M. Antony MAYER

Conseil d'administration de 11 administrateurs

Composition du capital :

Ville de Genève	51.1%
Cablecom	48.9%

Exploitant du réseau câblé de la ville de Genève

Annexe 10: Extrait du registre du commerce (022 Télégenève-Naxoo)

Annexe 11: Organigramme (022 Télégenève-Naxoo)

ESH Editions Suisses Holding SA (24,35%)

Avenue de Rivoli 3 c/o Me Jean-Yves Hauser – 1700 Fribourg

Président : M. Philippe Hersant

Conseil d'administration de 3 administrateurs

Composition du capital :

M. Philippe Hersant	100%
---------------------	------

Exploitant du réseau câblé de la ville de Genève

Annexe 12: Extrait du registre du commerce (ESH Editions Suisses Holding SA)

c. Pour les personnes physiques et les personnes morales qui assurent au requérant des prêts représentant au moins un quart du capital propre:

Créances postposées : Détails sur point 4.2

M. Stéphane Barbier-Müller	CHF	150'000
ESH Editions Suisses Holding SA	CHF	150'000

3. Programme

3.1 Type de programme radio ou télévision prévu

a. Durée, contenu et structure du programme

Depuis le mois de septembre 2004, Léman bleu a adopté le principe d'une boucle de 2 heures d'émissions, réalisées en direct sur nos divers plateaux situés au 2^{ème} étage du centre commercial de la Praille. La première heure de boucle est consacrée exclusivement à l'information soit de 18h30 à 19h30 :

- <i>le journal</i>	<i>~15 minutes</i>
- <i>le talk show</i>	<i>~30 minutes</i>
- <i>le sport</i>	<i>~15 minutes</i>
Total	~60 minutes (avec publicité et météo)

La deuxième heure de la boucle est consacrée exclusivement au divertissement et aux coproductions ainsi qu'aux reportages publicitaires. Il était important pour Léman Bleu de bien marquer la différence entre le contenu purement rédactionnel et celui pouvant être apparenté à du publiereportage.

Ces deux heures de programme en multidiffusion sont agrémentées de deux heures quotidiennes de magazines divers en provenance des autres télévisions régionales diffusés en semaine entre 16h00 et 18h00. Nous avons également renoncé à la multidiffusion de notre boucle hebdomadaire le week-end entre 20h00 et 00h00 afin d'y diffuser d'autres émissions ou rediffuser des magazines un peu plus longs. A l'avenir, nous projetons également de libérer l'espace du week-end entre 18h00 et 20h00, étant entendu qu'il nous semble encore difficile d'augmenter avec les effectifs actuels la boucle de deux heures quotidiennes. Nous évoluons donc avec une politique de petits pas qui permet ainsi d'augmenter progressivement la qualité de notre antenne sans créer une véritable usine à gaz pouvant générer des problèmes collatéraux (surcharge de travail pour des effectifs parfois insuffisants).

Une réflexion sur la grille des programmes est en cours au sein de la chaîne. Notamment en ce qui concerne les rediffusions de notre boucle hebdomadaire en fin de semaine. L'idée serait effectivement d'offrir des espaces plus nombreux pour d'autres productions le week-end. En ce sens, nous devons encore optimiser ces heures de programme.

En ce qui concerne l'Information, Léman Bleu est à la pointe de ce qui se fait de mieux sur le plan régional, avec les émissions suivantes :

- LE JOURNAL est le navire amiral de la chaîne. Il est diffusé tous les jours à 18h30. A 18h00, les titres du journal sont évoqués en compagnie d'un journaliste de la Tribune de Genève qui donne les principales informations de l'édition du lendemain. Notre journal est composé d'une dizaine de reportages ainsi que de nombreux acteurs de la vie genevoise. Le journal donne un aperçu général de l'actualité genevoise. Nous collaborons avec ONE FM et la TSR pour la réalisation des reportages. Sa durée est de 15 minutes par jour et nous traitons déjà de l'actualité Nyonnaise lorsque cela se justifie. Nous prévoyons une collaboration avec VAUD TV et NRTV pour la couverture de la région faisant partie de notre zone de concession. (équipe RP, 18h30 quotidienne) **cf. Grille des programmes**
- GENEVE A CHAUD est l'émission de référence politique du canton de Genève et de notre région. La popularité de Pascal Décaillet et son professionnalisme ont fait leur preuve ! Du 4 septembre 2006 au 30 juin 2007, soit pendant les dix premiers mois de son existence, l'émission « Genève à chaud », sur TV Léman Bleu, a reçu 1049 invités en direct sur son plateau. Parmi eux, 29 conseillers fédéraux, et plus d'une centaine de personnalités politiques provenant d'autres cantons que Genève : Pierre-Yves Maillard, Pascal Broulis, Christophe Darbellay sont des habitués de notre plateau. Mais aussi Karin Keller-Sutter, Ruth Genner, Pierre Triponez, Jean-Noël Rey etc. Bref, « Genève à chaud », loin de se contenter de l'actualité genevoise, se veut une véritable émission de politique suisse, ouverte aux grands débats fédéraux. Le carnet d'adresses de son équipe de production est sans doute l'un des meilleurs parmi les rédactions de Suisse romande. Sans compter l'incalculable : la richesse et la qualité des contacts personnels avec le monde bernois. La durée de « Genève à chaud » est de 30 minutes (Pascal Décaillet, 18h45, quotidienne) **cf. grille des programmes**
- LE SPORT connaît depuis de nombreuses années un succès important. Les deux seuls médias qui développent le mieux le sport à Genève sont la Tribune de Genève et Léman Bleu. Notre équipe sportive traite de quasi tous les sujets sportifs importants. Il traite également les sports abandonnés par la TSR et rend par conséquent le produit très populaire aux yeux de ceux qui ne pratiquent ni le football, ni le hockey ou le ski. (Equipe sport, 19h15, quotidienne) **cf. grille des programmes**

En ce qui concerne les magazines, au cours de ces quatre dernières années, nous avons produit ou coproduit les émissions suivantes :

- CULTURE CLUB est un magazine hebdomadaire de 30 minutes consacré à la culture genevoise et à la présentation des événements culturels importants de notre région. (Olivier Delhoume, mardi 18h00, hebdo) **cf. grille des programmes**
- AUTREFOIS GENEVE est un magazine retraçant l'histoire de notre canton à travers des vieux films d'archives prêtés par les téléspectateurs ou trouvés dans les archives de l'Etat. L'émission parcourt en 26 minutes l'histoire de Genève à travers de très anciennes images filmées ou photos. C'est une émission très appréciée diffusée mensuellement, vu son coût de production élevé. (Stéphane Thiébaud, jeudi 18h00, mensuelle) **Cf. grille des programmes**
- Y A LE FEU AU LAC est une émission de divertissement en direct sur le plateau principal de Léman Bleu. Elle accueille trois fois par semaine ceux qui font l'actualité du moment à Genève. Les informations sont traitées de manière ludique et divertissante. Il ne s'agit pas d'une émission d'information à proprement parler. L'agenda des manifestations à Genève est intégré à ce talk show. (Michel Chevolet, LU/ME/VE 18h00, trois fois par semaine) **Cf. grille des programmes**
- LES FEUX SACRES retrace la vie ou le parcours de vie d'une personnalité célèbre ou non qui fait notre région. C'est une émission culturelle diffusée deux fois par mois. (Viviane de Witt, SA/DI 20h00, bimensuelle) **Cf. grille des programmes**
- SINGULARITES est une émission d'information réalisée en collaboration avec la Fondation Clair Bois qui traite du handicap. Nous avons voulu associer très tôt les personnes handicapées à notre programme. Une fois par mois, une équipe de jeunes vidéastes amateurs handicapés préparent une émission d'une demi-heure consacrée à la vie des personnes handicapées. Il s'agit là d'une parfaite stratégie de notre chaîne pour intégrer les personnes handicapées dans le monde du travail et une belle preuve de collaboration et de coproduction avec une institution publique.
- GENEVE EN IMAGES est la séquence préférée des Genevois. Cette capsule de 4 minutes en fin de boucle est une rétrospective en image des différents événements qui se déroulent à Genève. C'est une séquence sans commentaires tournée par une de nos nombreuses caméras en balade dans le canton. Cette séquence est très appréciée et a contribué à l'essor de la chaîne en faisant passer à l'antenne le maximum de Genevois et de manifestations.
- SOIREES CITOYENNES est le programme pédagogique du Parlement genevois. Avant chaque séance, les journalistes de Léman Bleu traitent de sujets brûlants d'actualité parlementaire. Autour de quatre invités nos journalistes font un bref aperçu de l'ordre du jour et expliquent aux citoyens téléspectateurs, les enjeux des débats. Cette émission est mensuelle, diffusée avant la séance du Grand-Conseil.
- LE BAR DE LA PRESSE est l'émission éditoriale de Léman Bleu, une fois par mois les quatre rédacteurs en chef de la presse romande commentent l'actualité qui a animé la République. C'est une émission très appréciée des journalistes et des politiques qui se retrouvent confrontés aux critiques et à l'autocritique du métier. (Michel Chevolet, SA/DI 20h30, mensuelle)
- COULISSES est le magazine par excellence de l'Information. Une fois par mois les journalistes de la chaîne préparent un reportage d'actualité qui s'insère dans un magazine de 26 minutes composé de cinq reportages sur un thème d'actualité. (divers, JE 18h00, mensuel)

b. Part des émissions dont le contenu est lié directement à la zone de diffusion

Le 100% de notre contenu est lié directement à notre zone de concession. Nous n'achetons aucun programme étranger. Nous considérons que les émissions qui traitent de la Suisse romande et produites par les autres télévisions régionales sont également intéressantes pour les Genevois.

Annexe 13 : Programmes Hebdomadaires

Annexe 14 : Boucle de 2 heures

3.2 Mandat de prestations

Notre société est en parfaite adéquation de pensée avec les exigences imposées par le nouveau mandat de prestation. En effet, garantir une information de qualité exige que certains critères soient respectés - bien que ceux-ci puissent être parfois subjectifs en raison notamment de l'autonomie en matière de programme, garantie par la Constitution - et que ces derniers ne peuvent pas non plus être décrits de manière rigide. Nonobstant ces arguments, nous nous efforçons depuis l'arrivée de la nouvelle direction en 2004 de parvenir à dépasser dans certains domaines les critères fixés par la nouvelle loi alors que dans d'autres domaines, les exigences pourront être et devront être à l'avenir améliorées. La quote-part de redevance et l'aide aux investissements à travers le pourcentage technologique pourraient notamment nous permettre d'améliorer notre diffusion (lacunaire dans certaines communes) et permettre grâce aux nouvelles technologies la rationalisation de certaines procédures comme nous le décrivons plus loin au point 5 de la demande de concession. Par conséquent, nous pouvons dire qu'à l'heure actuelle, la plupart des prestations fixées par la Constitution sont fournies au-delà du minimum exigé alors que d'autres prestations seront prochainement fournies dans le cadre de cette procédure d'adjudication, ce qui, par voie de conséquence devrait augmenter les probabilités d'obtention de notre nouvelle concession.

Inputs

En ce qui concerne les **INPUTS**, les exigences en matière organisationnelles sont remplies. Notre chaîne fait ainsi un véritable travail rédactionnel au quotidien à l'aide de procédures définies dans le règlement de rédaction (**en annexe 15**).

- Séances de rédaction tous les matins
- Débriefing tous les soirs
- Débriefings hebdomadaires
- Séances mensuelles de débriefing avec tous les collaborateurs

Les mesures préventives existent déjà ! Elles ont déjà fait leurs preuves. Par exemple, notre société a remis, depuis trois ans, la séparation entre le commercial et le rédactionnel au centre de ses préoccupations. Nous pouvons dire que désormais la séparation est réelle et efficace. Une charte rédactionnelle (**en annexe 16**) a été remise à tous les journalistes afin qu'ils comprennent qu'ils ne sont pas tenus d'obéir à des ordres provenant du service commercial. Nous pouvons dire que depuis 2004, nous n'avons jamais rencontrés d'incidents dans ce domaine là. Par ailleurs, le nouveau directeur de Léman Bleu est un journaliste professionnel depuis plus de 10 ans et se refuse à toute concession et intrusion du service commercial dans le département de l'information. Ce qui est à notre sens un grand gage de liberté et d'indépendance pour la profession. Les journalistes sont également astreints à des droits mais aussi à des devoirs. Ils travaillent donc en toute connaissance de cause.

Notre équipe est ainsi constituée de véritables journalistes professionnels, dotés des moyens adéquats pour remplir leur mission. Sur ce point, nous respectons d'ores et déjà les recommandations en termes **d'inputs**. Notre règlement de rédaction explique quelles sont les procédures et les comportements à adopter en toutes circonstances. Les journalistes sont ainsi libres d'accepter et de refuser des ordres émanant de la direction sans risque de mesures de coercition. Ces documents sont en main des journalistes et sont approuvés par le Conseil d'administration.

Nous possédons également un règlement interne (**en annexe 15**) pour la rédaction qui permet aux journalistes de vérifier leur travail au quotidien. C'est une marche à suivre pour la réalisation du journal et qui va de paire avec la Charte rédactionnelle.

En matière **d'inputs** également, la dotation en personnel est aujourd'hui au-delà des normes requises par le nouveau mandat de prestation comme vous pourrez le constater dans la liste ci-dessous. Notre rédaction compte plus de trois journalistes pour un stagiaire en formation comme prévu dans les exigences minimales. Les journalistes sont formés au CRFJ (centre romand de formation des journalistes) et nous respectons aussi les normes en matière de rémunération. Nous devons encore signer prochainement la convention collective de travail. Bien que nous ne l'ayons jamais paraphée, nous faisons en sorte de respecter les normes implicitement.

Michel Chevrolet	Rédacteur en chef	RP	100%
Laurent Keller	Rédacteur en chef adjoint	RP	100%
Pascal Décaillet	Rédacteur	RP	100%
Marina Wutholen	Rédactrice	RP	60%
Pascal Mathieu	Rédacteur sport	RP	60%
Michel Robadin	Rédacteur sport	RP	50%
Aurore Chery	Stagiaire en formation		100%
TOTAL	Journalistes RP		470%
	Stagiaires RP		100%

Formation

Pour ce qui est de la formation continue, plusieurs contacts sont en cours depuis 2006 avec la TSR, où nous envoyons régulièrement nos stagiaires pour un stage de perfectionnement. Nous avons prévu de travailler de paire avec le CFTV (Centre de formation TV) afin de former encore mieux nos journalistes. Une somme de CHF 25'000.- a été prévue au budget 2008. Par ailleurs, nos journalistes sont astreints à participer au cours de leur première année à des séances de rédaction dans d'autres médias afin de parfaire leurs connaissances ainsi que leurs sens critique. Le journalisme étant un métier empirique, c'est aussi au contact des plus expérimentés que l'on acquiert une expérience solide du terrain. Un formateur sera prochainement nommé pour une période déterminée au sein de la chaîne ainsi qu'un formateur externe qui pourra le cas échéant travailler sur appel. Tous nos formateurs sont professionnels et gagnent une partie significative de leur revenu dans cette fonction. Un plan de formation pour les collaborateurs est également en préparation.

Les entretiens avec les collaborateurs et les fixations d'objectifs par écrit sont d'ores et déjà réalisés avec les journalistes en début de chaque année. (en annexe 17)

Gestion de la qualité

En ce qui concerne l'introduction d'un système de gestion complet de la qualité, nous avons entrepris encore de :

- Mandater une société de sondage afin d'apprécier chaque année le contenu de nos programmes d'information,
- Constituer au sein de la chaîne une commission des programmes avec des consultants externes,
- Mettre en place un BSC (Balanced Scorecard), qui nous permettra de mesurer notre performance sur le long terme.
- Réaliser un bilan annuel de nos performances avec une institution en mesure d'examiner l'état du système de la qualité.

Conditions de travail

Les journalistes sont tous rémunérés selon les directives imposées par la convention collective de travail des journalistes (IMPRESSUM). Les collaborateurs de Léman Bleu sont également rémunérés selon le barème de la convention. Les collaborateurs profitent de 4 à 5 semaines de vacances. Dans ce sens, le nombre de collaborateurs est suffisant pour exécuter le mandat de prestation. Il s'agira d'évaluer exactement les besoins en personnel dès l'année prochaine si nous souhaitons notamment améliorer nos programmes.

Output

Léman Bleu diffuse quotidiennement un programme qui fournit une information portant sur les réalités politiques, économiques et sociales de la région. Le mandat de prestation est ainsi déjà rempli mais nous nous engageons à poursuivre nos efforts afin d'améliorer le contenu de nos programmes. Ainsi, aux heures de grande écoute, soit de 18 heures à 24 heures, notre station diffuse :

- Le téléjournal de 15 minutes qui inclut un invité sur l'actualité importante du jour et une dizaine de reportages illustrés. Tous les thèmes genevois y sont traités (économie, politique, culture, réalités sociales). Les thèmes traités sont variés et représentent une grande diversité d'opinion et d'intérêts. Nous tenons par ailleurs des statistiques informatiques très précises sur les invités du journal qui attestent que la diversité est le maître mot de notre travail au quotidien.
- Le talk show est une émission qui permet à un grand nombre de personnes et de groupes de s'exprimer, il reflète les événements et les sensibilités de l'ensemble de notre zone de desserte.
- Un débat politique quotidien : Dans un style bien à lui, Pascal Décaillet décrypte l'actualité quotidienne avec ses nombreux invités. En moyenne, une dizaine de citoyens de Genève et de Suisse se bousculent pour participer à l'émission de Pascal Décaillet chaque jour
- Le Sport est largement traité sur Léman Bleu. Il fait partie intégrante du programme quotidien. Durant une quinzaine de minutes quotidienne, l'équipe des sports traite de tout : résultats du week-end, compétitions, agenda.

A ce titre, la direction s'engage à poursuivre les efforts déjà entrepris afin d'améliorer grandement le programme. Une nouvelle émission économique est d'ailleurs déjà en préparation ainsi qu'une nouvelle émission culturelle. Une réflexion sur la grille est également en cours d'étude pour libérer certains espaces occupés aujourd'hui par des rediffusions. Léman Bleu.

Malgré ses petits moyens, Léman Bleu peut s'enorgueillir d'avoir une palette d'émissions d'information de bonne qualité, journalistiquement irréprochables et ayant pris pied pleinement dans le paysage médiatique genevois. Nos informations sont variées et reflètent les opinions et les intérêts différents de notre population. Nous donnons la parole à un grand nombre de groupes et de personnes différentes. La présence de nombreux intervenants dans nos journaux nous permet d'affirmer que nous reflétons parfaitement la diversité des événements que se déroulent dans notre zone de desserte dans tous les domaines qu'ils soient politiques, économiques, culturels, de la société et du sport.

Conclusions

Nous sommes convaincus d'être aujourd'hui d'ores et déjà en mesure d'exécuter le mandat de prestations. Les financements de l'exploitation et les investissements nécessaires pour la diffusion du programme sont assurés. Nous nous engageons à respecter le droit du travail et les conditions de travail usuelles dans la branche ainsi que le droit applicable, notamment toutes les charges et les obligations liées à la concession. Le Conseil d'administration s'engage aussi à séparer les activités commerciales des activités purement rédactionnelles. Enfin, nous garantissons que la variété des opinions et de l'offre sera le fer de lance de notre station.

3.3 Production

a. Nombre, taille et emplacement des studios

Plateau & Studio

Studio ONE FM	12 m2	(3x4m)	dans les bureaux Léman Bleu
Studio TV Actu :	15 m2	(5x3m)	dans les bureaux Léman Bleu
Plateau TV Principal	80 m2	(10x8m)	local dans le centre commercial La Praille
Plateau public (mise a disposition gratuitement par la Praille)	80 m2	(10x8m)	Plateau ouvert dans le centre commercial

Production :

Bureau du chef d'antenne	12 m2	(3x4m)	dans les bureaux Léman Bleu
Montages MAC (6postes)	10,5 m2	(3,5x3m)	dans les bureaux Léman Bleu
Montages BANC CUT (2)	12 m2	(3x4m)	dans les bureaux Léman Bleu
Local Matériel + Caméras	16 m2	(4x4m)	dans les bureaux Léman Bleu
Local maquillage	8 m2	(2x4m)	dans les bureaux Léman Bleu

Régies :

Régie finale de prod. TJ + Diff-	18 m2	(6x3m)	dans les bureaux Léman Bleu
Régie de diffusion Antenne	15 m2	(5x3m)	dans les bureaux Léman Bleu

Rédaction:

Open Space (10pers)	40 m2	(8x5m)	dans les bureaux Léman Bleu
---------------------	-------	--------	-----------------------------

a. Nombre d'emplois prévus, classés d'après les catégories

"Rédaction (infos)"	4 journalistes RP <i>dont 1 engagé par One FM</i> 2 stagiaires Journalistes RP <i>dont 1 engagé par One FM</i>
"Rédaction (sports)"	2 journalistes RP 3 pigistes
"Rédaction (politique)"	2 journalistes RP
"Rédaction (culture)"	1 Journaliste / présentateur

TOTAL Journaliste RP **8 employés dont 1 engagé par One FM**
TOTAL Stagiaires CRFJ **2 employés dont 1 engagé par One FM**

"Technique"	1 chef d'antenne 2 réalisateurs et technique 2 responsables diffusion & son 3 monteurs / reporters images 1 maquilleuse 5 caméramans
-------------	---

"Administration"	1 directeur 1 responsable Promotion 1 responsable Admin. Finances & R.H. 1 Secrétaire/téléphoniste/réceptionniste
------------------	--

"Acquisition de publicité"	1 directeur commercial 3 attachés commerciaux 1 secrétaire administrative & commerciale
----------------------------	---

b. Indications concernant les diffuseurs avec lesquels une collaboration régulière est prévue dans le domaine des programmes.

Description de la nature (information, culture, divertissement) et de l'étendue de la collaboration prévue; indications sur la provenance régulière d'autres éléments de programme qui ne sont pas des productions propres (producteurs de programmes).

Collaboration rédactionnelle régulière avec ONE FM

La rédaction de cette dernière étant intégrée physiquement à celle de Léman Bleu

GTRR – Groupement des Télévisions Régionales Romandes

Collaboration avec les autres télévisions régionales en qualité de membre du GTRR, pour l'échange d'émissions tel que diffusion du Paléo Festival, Montreux Jazz Festival, Minutes boursières etc.

4. Financement

4.1 Fonds propres

Pour garantir les fonds propres, il convient de fournir les documents suivants:

- a. NEANT
- b. **Société déjà existante:**
 - o **les derniers comptes annuels révisés**
Annexe 9
 - o **une justification des réserves**
Pas de réserves tacites
 - o **une justification des fonds propres au moment de la demande**
Annexe 9 : c.f. Bilan
 - o **un plan d'assainissement, pour autant que la société doive être préalablement assainie**
Les actionnaires privés (ESH Editions Suisses SA et M. Stéphane Barbier-Müller) se sont engagés, lors de leur entrée en 2005, à couvrir le déficit des 5 années suivantes, soit au 30 juin 2010.
A cette date, ces actionnaires consentiront à une avance correspondante au cumul net des résultats enregistrés sur cette période. L'assainissement comptable de la société interviendra ainsi au 31 décembre 2010 au plus tard.

4.2 Fonds de tiers

Pour garantir les besoins en crédit supérieurs aux fonds propres:

- o **des accords d'emprunt avec les banques**
NEANT
- o **des engagements fermes illimités dans le temps pour les prêts dépassant 25% des fonds propres (y compris conditions)**
c.f. point 4.1 alinéa b

4.3 Plans

- a. **Les plans suivants doivent être établis pour une période de cinq ans:**
 - o **le plan d'investissement et le plan d'amortissement**
Annexe 18
 - o **le compte prévisionnel de pertes et profits 2007**
Annexe 19
 - o **le bilan prévisionnel 2007**
Annexe 20
 - o **le compte prévisionnel de pertes et profits de 2008 à 2012**
Annexe 21
 - o **le bilan prévisionnel de 2008 à 2012**
Annexe 22
- b. **Le premier plan annuel doit être divisé en trimestres.**
Annexe 23
- c. **Le compte de flux d'espèces doit montrer le cash flow lié aux activités, aux investissements et au financement et doit concorder avec les liquidités.**
 - o **le compte de flux d'espèces (fonds de liquidités) de 2008 à 2012**
Annexe 24

4.4 Calcul des rendements

Structure publicitaire

Sur Léman Bleu Télévision, nous trouvons principalement deux catégories de produits publicitaires :

- la publicité traditionnelle TV sous forme de spots
- le sponsoring d'émissions

SPOTS

Dans la boucle actuelle de 2 heures, nous disposons de 9' par heure de publicité, (soit 18' pour les 2 heures). Ce temps à disposition est rempli par des spots publicitaires de durée variable (15", 20", 30", etc..), des coproductions et des publiereportages. La boucle des programmes est rediffusée toutes les 2 heures, ce qui représente un temps de diffusion global/maximum par jour (24h) de 216'.

TARIF SPOTS

La structure de la boucle comporte 6 blocs différents dont les emplacements et les tarifs sont les suivants :

- bloc A 17h57 - 16 multiday/jour prix CHF HT 30.- la seconde
- bloc B 18h25 - 16 multiday/jour prix CHF HT 30.- la seconde
- bloc C 17h45 - 8 multiday/jour prix CHF HT 45.- la seconde
- bloc D 19h11 - 16 multiday/jour prix CHF HT 30.- la seconde
- bloc E 19h26 - 16 multiday/jour prix CHF HT 30.- la seconde
- bloc F 19h44 - 8 multiday/jour prix CHF HT 25.- la seconde

TARIFS TV REPORTAGES - par jour de diffusion

- 1 minute CHF HT 650.-
- 2 minutes CHF HT 1'300.-
- 3 minutes CHF HT 1'950.-
- 4 minutes CHF HT 2'600.-

PARTENARIAT D'EMISSIONS

La plupart des émissions (hors les émissions politiques, d'actualités ou d'infos), sont sponsorisables. Chaque émission à son propre tarif, qui dépend de la durée, du type et de la fréquence de diffusion à l'antenne.

POOL PUBLICITAIRE TV LEMAN BLEU & TRC POOL DES TV ROMANDES

TV Léman Bleu fait partie du pool TRC TELE ROMANDIE COMBI

L'attrait des TV de proximité

Le pool publicitaire Tele Romandie Combi a été mis en place par les 7 télévisions régionales qui sont membres de l'association nationale TéléSuisse et couvrent la Suisse romande. La diffusion des publicités inclut un huitième émetteur pour assurer une couverture optimale. Le Tele Romandie Combi permet de toucher un public qui apprécie sa télévision de proximité, soit :

- Canal 9, télévision régionale valaisanne, 200'000 téléspectateurs potentiels ;
- Léman Bleu, télévision régionale de Genève et environs, 446'000 téléspectateurs potentiels ;
- TVRL, télévision de la région lausannoise, 239'000 téléspectateurs potentiels ;
- ICI-TV, télévision de la Côte lémanique, 122'000 téléspectateurs potentiels ;
- Canal-NV, télévision du nord-vaudois, 80'000 téléspectateurs potentiels ;
- Max-TV, télévision de Morges et environs, 70'000 téléspectateurs potentiels ;
- TeleBielingue, télévision de Bienne et environs, 210'000 téléspectateurs potentiels ;
- Canal Alpha, télévision régionale neuchâteloise, 200'000 téléspectateurs potentiels

Les télévisions de proximité ont un impact important dans leur région. Leur journal quotidien d'informations est particulièrement apprécié, en raison de sa spécialisation pour une région bien définie et de l'accès à l'expression télévisuelle, offert à une large partie du public

L'offre Tele Romandie Combi en chiffres

Audience potentielle : 1,6 millions de Suisses Romands.
Prix à la seconde : CHF 84.-.

4.5 Résumé avec indicateurs

Le calcul des indicateurs suivants sur la base des plans: chiffre d'affaires; profits (pertes); rendement sur chiffre d'affaires; rendement de l'actif total; rendement du capital (retour sur investissement); immobilisations à terme; taux de financement étranger; rotation des créances.

Calcul des indicateurs	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rendement du Chiffre d'affaires Résultat / CA	-23.95%	-7.24%	24.18%	21.43%	19.11%	23.80%
Rendement de l'actif Résultat / Actif Ø	-34.70%	-10.73%	37.72%	30.06%	22.20%	22.37%
Rendement du capital Résultat / Ø capital investi	-34.70%	-10.73%	37.72%	30.06%	22.20%	22.37%
Ratio des immobilisations corporelles Investissements corporels / Total actif	8.31%	10.42%	21.85%	16.65%	10.68%	4.46%
Ratio des immobilisations incorporelles Investissements incorporels / Total actif	62.79%	70.01%	41.32%	16.35%	0.00%	
Rotations des créances Ventes à crédit / Débiteurs Ø	4.8	7.7	9.5	9.2	8.8	8.5

5. Informations sur les obligations particulières

- a. Nous nous engageons à respecter le droit en vigueur, en particulier les dispositions relevant du droit du travail et des conditions de travail usuelles dans la branche.

Annexe 25 : Règles internes TV Léman Bleu SA

Part de l'ensemble des coûts d'exploitation consacrés au personnel :

	Montant <i>Total budget</i> 2008	%	Montant <i>Total budget</i> 2009	%	Montant <i>Total budget</i> 2010	%	Montant <i>Total budget</i> 2011	%	Montant <i>Total budget</i> 2012	%
Chiffre d'affaires	3'267'811	100.00%	3'326'329	100.00%	3'403'622	100.00%	3'432'336	100.00%	3'462'355	100.00%
Charges de personnel	1'347'451	41.23%	1'418'681	42.65%	1'571'353	46.17%	1'662'729	48.44%	1'826'617	52.76%

- b. Le requérant explique comment il entend introduire un système complet de gestion de qualité.

Voir Point 3.2 – pages 6 à 8

Annexes: documents sur la gestion de qualité (Voir annexes 15 et 16)

- c. Le requérant indique comment il entend séparer les activités rédactionnelles et les activités économiques de l'entreprise.

La séparation entre la rédaction et le service commercial existe déjà sur Léman Bleu. La charte rédactionnelle régit les règles internes de fonctionnement au sein de l'entreprise. Par ailleurs le Conseil d'administration adopte la charte rédactionnelle et considère cette dernière comme une réglementation importante à utiliser à l'interne. Depuis quatre ans, il n'y a pas eu d'incidents entre le service commercial et la rédaction grâce à l'existence de cette charte rédactionnelle. Le Conseil d'administration ne s'occupe en ce sens pas d'affaires rédactionnelles puisque cette tâche est entièrement déléguée au rédacteur en chef. Par ailleurs, il existe deux directeurs distincts. L'un est directeur de la chaîne et l'autre de la régie commerciale. Il n'y a donc pas d'interaction entre les diverses sociétés. Le directeur commercial n'a aucune autorité envers la direction de la chaîne et envers le rédacteur en chef. Par ailleurs, le directeur Michel Chevrolet est journaliste depuis plus de 10 ans et n'accepte pas tout que l'on interfère commercialement dans sa rédaction.

- d. NEANT

- e. NEANT

6. Diffusion

Notre programme est actuellement diffusé par ligne via les téléseaux et par voie hertzienne à l'aide d'un émetteur analogique situé sur le Salève.

Si la transmission par ligne donne satisfaction, la transmission hertzienne présente de sérieuses lacunes de couverture. Dans les conditions techniques d'attribution de la nouvelle concession zone Genève, l'OFCOM a prévu de remplacer la diffusion hertzienne analogique par une transmission numérique (TNT).

Afin d'éviter de rencontrer les mêmes problèmes qu'aujourd'hui et à la vue de notre expérience, nous avons prévu d'installer un émetteur sur le Salève et un autre à La Barillette (Dôle) sur le même canal. Le fait de travailler sur la même fréquence devrait simplifier considérablement les problèmes de coordination.

Il est à relever que la SSR utilise déjà ces deux sites afin de couvrir de manière optimum la région genevoise. Bien entendu, cette réalisation se fera avec l'approbation des services compétents de l'OFCOM.

Nous continuerons bien entendu à diffuser nos programmes par le biais des téléseaux.

Quant au délai de réalisation, nous ne pouvons l'estimer de manière précise du fait que les différentes procédures administratives peuvent prendre plus ou moins de temps en fonction de facteurs que nous ne maîtrisons pas. Il semble, compte tenu du fait que les sites sont existants, qu'un délai de 6 mois à réception de la concession technique soit raisonnable.

Annexe 26 : Zone de desserte avec émetteurs

7. Services additionnels

Promotion de LMBTV

Chapitre I : Partenariats sur les manifestations régionales

La promotion de la chaîne vise en premier lieu à conclure des partenariats dans le cadre d'événements populaires, associatifs, sportifs ou culturels, tels que la Course de l'Escalade, la Fête des Ecoles (promotions scolaires), le Supercross, la Lake Parade, etc. Près de 50 partenariats sont conclus chaque année. Chaque partenariat fait l'objet d'un contrat de partenariat promotionnel. Dans le cadre de ces partenariats, des concours sont mis en place, afin de favoriser l'interactivité avec les téléspectateurs.

Des contrats de partenariats rédactionnels sont également conclus avec les principaux clubs sportifs de la région (env. 30 clubs sportifs).

Chapitre II : Communication extérieure de LMBTV

Léman Bleu se déplace régulièrement sur des manifestations d'envergure à Genève et diffuse des émissions spéciales, réalisées en direct et en extérieur, par exemple :

- Été 2006 : Emissions spéciales au cœur des Fêtes de Genève : images des Fêtes, invités en plateau autour d'un animateur, chroniques, micro-trottoirs.
- Décembre 2006 : Emission diffusée en direct à l'occasion de la Course de l'Escalade, course mythique et populaire : commentaires des courses, réactions à chaud, interviews en plateau. En décembre 2007, plus de 6h de direct seront proposés aux téléspectateurs de Léman Bleu, avec un déroulement des courses de la journée, débats en plateau sur des thèmes liés au sport, réactions au cœur de la foule.
- Juin 2007 : la Fête des Ecoles est célébrée dans tout le canton, et les écoles se rencontrent au centre de Genève, défilant en cortège. Léman Bleu y installe un plateau et traite de thèmes autour de l'instruction publique en présence d'invités. Micro-trottoirs au cœur de la foule.
- Grandes émissions marathon lors d'élections populaires : plus de 6h de direct au cœur de l'Université, récoltes des résultats des votes en direct, invités et personnalités politiques en plateau. Ce fut le cas le 25 mars 2007 avec les élections municipales genevoises, le 29 avril avec les élections du Conseil administratif et le 21 octobre avec les élections fédérales.

Chapitre III : Communication extérieure de LMBTV

La visibilité de la marque de LMBTV est assurée via divers canaux de communication :

- Annonces dans la presse régionale et spots radios sur les radios principales, communiquant nos programmes, les émissions spéciales, les concours.
- Envoi du programme TV quotidien aux divers magazines et journaux
- Logo Léman bleu associé sur les supports de communication des diverses manifestations, salles de spectacles
- Banderoles aux couleurs de LMBTV sur les sites des manifestations, lieux de réunion, clubs sportifs, etc.

Chapitre IV : Relations presse

Les relations presse constituent un travail régulier d'information aux médias locaux et régionaux, tels que :

- Rédaction et envois réguliers de communiqués de presse (env. 20 par année)
- Tenue d'un dossier de presse
- Organisation de conférences de presse dans le cadre d'opérations spéciales ou de la rentrée des programmes (1-2 par année)
- Suivi quotidien de la revue de presse (plus de 100 coupures de presse par an)

Chapitre V : Site web www.lemanbleu.ch

Le site internet www.lemanbleu.ch est mis à jour quotidiennement. Il contient une trentaine de pages, relatant le programme à l'antenne, les descriptifs des émissions, l'équipe de LMBTV, etc.

Les émissions produites par LMBTV sont quotidiennement archivées et mises en ligne tous les soirs sur le site internet. Les internautes ont également la possibilité de visionner en live nos émissions sur internet.

Chaque semaine, une newsletter, « La Lettre Bleue », contenant le programme de la semaine, est envoyée aux abonnés et aux partenaires de la chaîne par email.

Chapitre VI : Teletext

Sur le Teletext du réseau câblé genevois Naxoo, LMBTV dispose de sa page de programmes, et a la possibilité de diffuser les résultats des élections, les résultats sportifs des dernières compétitions, etc.

8. Autres remarques et explications

NEANT