

DEMANDE DE CONCESSION

Arc jurassien

Zone 6

Concession II



TABLE DES MATIERES

- 0. Préambule
 - 0.1 Préambule ARC FM et BNJ FM
 - Annexe 1 (aperçu des groupes médias en Suisse)
 - Annexe 2 (tableau des concurrents de l'Arc jurassien)
 - Annexe 3 (article Le Monde 13.11.07)
 - Annexe 4 (article SNP 27.09.07)

- 1. Résumé et vue d'ensemble
 - 1. a Courte description du projet

- 2. Identité du requérant
 - 2.1 Indications générales concernant le requérant
 - a. Raison sociale du requérant
 - b. Siège
 - Annexe 5 (acte authentique)
 - Annexe 5 bis (extrait RC ARC FM SA)
 - Annexe 6 (PV de l'assemblée extraordinaire du 30.11.2007)
 - c. Représentants vis-à-vis de l'OFCOM

 - 2.2 Organisation et composition
 - 2.2 a 1 Forme juridique choisie par le requérant
 - Annexe 7 (statuts de la société anonyme ARC FM SA)
 - 2.2 a 2 Organisation et structures prévues
 - 1. Organigramme des processus de ARC FM SA
 - 2. Organigramme fonctionnel de ARC FM SA
 - 3. Règlement du Conseil d'administration de ARC FM SA
 - 4. Règlement des signatures de ARC FM SA
 - 5. Règlement d'exploitation et matrice des activités de ARC FM SA
 - 6. Règlement du Conseil de direction de ARC FM SA
 - 7. Règlement interne de ARC FM SA
 - 8. Cahier des charges
 - a de l'administrateur délégué
 - b du directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - c de la chargée de relations publiques
 - d du directeur des ventes
 - e du directeur opérationnel
 - f du directeur financier
 - 9. Liste des fonctions
 - a Cahier des tâches d'un journaliste
 - b Cahier des tâches d'un animateur selon la tranche
 - 2.2 b 1 Composition des organes directeurs
 - 1. Composition du conseil d'administration
 - 2. Composition du conseil de direction
 - 2.2 b 2 Répartition et engagements des actionnaires
 - Annexe 8 (extrait acte authentique)

- 2.3 Activités du requérant dans le domaine des médias
 - 2.3 a Activités prévues dans le domaine des médias
 - 2.3 b Organigramme global et liens entre les sociétés
 - 2.3 c Collaboration de ARC FM avec d'autres entreprises médias
 - Annexe 9a (contrat d'affermage)
 - Annexe 9b (extrait RC BNJ Publicité SA)
- 2.4 Indications à fournir sur les participations individuelles dans l'entreprise
 - 2.4 a Personne physique

3. Programme

- 3.1 Type de programme radio prévu
 - 3.1 a Durée, contenu et structure du programme
 - 1. Introduction
 - 2. Rédaction
 - 3. Animation
 - 4. Programmation musicale de ARC FM
 - 5. Grille du programme
 - 6. Détails programme **CONFIDENTIEL**
 - 7. Conducteur standard ARC FM
 - 8. Complémentarité entre ARC FM et BNJ FM
 - 3.1 b Part des émissions dont le contenu est lié directement à la zone de diffusion
- 3.2 Mandat de prestations et gestion des processus (4.3.1)
 - 3.2 a Gestion de la qualité rédactionnelle
 - 3.2 a 1 Objectifs et normes de qualité
 - 1. Charte de ARC FM SA
 - 2. La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste
 - 3. Directives relatives à la « Déclaration »
 - 4. Directives et modalités d'utilisation d'Internet / Intranet
 - 3.2 a 2 Vérification des objectifs qualité
 - 1. Séances d'information
 - 2. Débriefing animation
 - 3.2 a 3 Dotation en personnel suffisante
 - 3.2 b Conditions de travail
 - 1. CCT en négociation **CONFIDENTIEL**
 - 2. Echelle des salaires actuelle et future dès signature CCT **CONFIDENTIEL**
 - 3. Règlement du fonds de maternité
 - 4. Contrats de travail
 - a) directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - b) journaliste
 - c) animateur
 - 3.2 c Formation et perfectionnement
 - 1. Préambule / formation
 - 2. Règlement du fonds de formation continue
 - 3. Fiche de salaire
 - 4. Budget formation et jours de formation
 - 5. Budget et planification du projet système qualité
 - 6. Exemple d'un certificat animatrice CRFJ
 - 7. Logiciel de décompte

- 3.3 Production
 - 3.3 a 1 Nombre, taille et emplacement des studios
 - Plans des locaux : Delémont
 - 3.3 a 2 Nombre d'emplois et taux de travail
 - 3.3 b Collaboration avec d'autres diffuseurs

- 4. Financement
 - 4.1 Fonds propres
 - 4.1 a 1. Engagements fermes illimités (voir annexe 8)
 - 2. Rapport de fondation (voir annexe 8)

 - 4.2 Fonds de tiers
 - Annexe 10 (attestation de financement)

 - 4.3 Plans
 - 4.3a 1. Plan des investissements & amortissements
 - 2. Compte prévisionnel de pertes et profits
 - 3. Bilan prévisionnel
 - 4. Voir pts 4.3b et 4.3c
 - 4.3b Plan 1^{ère} année en trimestres
 - 4.3c Flux d'espèces sur 5 ans et cash flow

 - 4.4 Calcul des rendements
 - 1. Nombre de secondes par type de publicité ARC FM
 - 2. Les tarifs ARC FM
 - 3. Les partenaires publicitaires

 - 4.5 Résumé avec indicateurs

- 5. Informations sur les obligations particulières
 - 5a 1 Articles extraits de l'ordonnance 2 relative à la loi sur le travail (OLT 2)

- 6. Diffusion
 - 6.1 1. Plan de desserte
 - Service FM
 - Desserte par links, etc.
 - Schéma de diffusion
 - Schéma du réseau fibre optique
 - 2. Calendrier d'aménagement de la zone de desserte
 - Exemples de demandes de permis de construire
 - Annexe 11 (demande de permis de construire du canton de Berne)
 - Annexe 12 (demande de permis de construire du canton de Neuchâtel)
 - Annexe 13 (demande de permis de construire du canton du Jura)
 - Annexe 14 (demande de permis de construire du canton de Vaud)
 - 3. Financement des émetteurs
 - Coût total du réseau des émetteurs
 - Coût total du réseau des émetteurs des tunnels
 - Attestation de financement – voir annexe 10
 - 4. Inventaires des moyens de production et de diffusion
 - Architecture du système de diffusion Dalet
 - Annexe 15 (système de diffusion Dalet +)
 - Annexe 16 (régie Lyra)
 - Annexe 17 (traitement de son)
 - Annexe 18 (émetteur Aumix)

Annexe 19 (amplificateur Aumix)
Annexe 20 (tuner Aumix)
Annexe 21 (link Sagem F)
Annexe 22 (Ares-M)
Annexe 23 (Scoopy)
Annexe 24 (décodeur Aumix)

7. Services additionnels

8. Autres remarques et explications

8.1 Chronologie de la mise en place

8.2 Nombre d'habitants selon l'OFS
Annexe 25 (lettre OFS)

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 :	pt	0.1	Aperçu des groupes médias en Suisse
Annexe 2 :	pt	0.1	Tableau des concurrents de l'Arc jurassien
Annexe 3 :	pt	0.1	Article Le Monde 13.11.07
Annexe 4 :	pt	0.1	Article SNP 27.09.07
Annexe 5 :	pt	2.1 b	Acte authentique
Annexe 5 bis :	pt	2.1 b	Extrait du Registre du commerce pour ARC FM SA
Annexe 6 :	pt	2.1 b	PV de l'assemblée extraordinaire du 30.11.2007
Annexe 7 :	pt	2.2 a 1	Statuts de la société anonyme ARC FM SA
Annexe 8 :	pt	2.2 b 2	Extrait acte authentique
Annexe 9a :	pt	2.3 c	Contrat d'affermage
Annexe 9b :	pt	2.3 c	Extrait du Registre du commerce pour BNJ Publicité SA
Annexe 10 :	pt	4.2	Attestation de financement
Annexe 11 :	pt	6.1 2.	Demande de permis de construire du canton de Berne
Annexe 12 :	pt	6.1 2.	Demande de permis de construire du canton de Neuchâtel
Annexe 13 :	pt	6.1 2.	Demande de permis de construire du canton du Jura
Annexe 14 :	pt	6.1 2.	Demande de permis de construire du canton de Vaud
Annexe 15 :	pt	6.1 4.	Système de diffusion Dalet +
Annexe 16 :	pt	6.1 4.	Régie Lyra
Annexe 17 :	pt	6.1 4.	Traitement de son
Annexe 18 :	pt	6.1 4.	Emetteur Aumix
Annexe 19 :	pt	6.1 4.	Amplificateur Aumix
Annexe 20 :	pt	6.1 4.	Tuner Aumix
Annexe 21 :	pt	6.1 4	Link Sagem F
Annexe 22 :	pt	6.1 4	Ares-M
Annexe 23 :	pt	6.1 4	Scoopy
Annexe 24 :	pt	6.1 4	Décodeur Aumix
Annexe 25 :	pt	8.2	Lettre OFS

0.

PREAMBULE



0.1

PRÉAMBULE ARC FM ET BNJ FM

Dans son message, le Conseil fédéral a souligné sa volonté de voir le paysage radio se dessiner dans la continuité, tout en favorisant la diversité. Sur la base de l'article 44, alinéa 3 de la nouvelle loi Radio/TV, l'Arc jurassien fait toutefois l'objet d'un nouveau découpage. Particularité : l'Arc jurassien est en fait la seule région à connaître un tel redécoupage, avec, à la clé, l'octroi possible de deux concessions.

Dans ce contexte, deux options s'offraient aux responsables des trois radios régionales RFJ, RTN et RJB :

- La première option aurait consisté à requérir une concession pour RTN et une concession pour le tandem RFJ/ RJB
- La seconde option consistait à grouper les trois stations et à requérir une seule concession (avec possibilité de requérir ou non une seconde concession pour un second programme)

Le présent dossier est bâti **sur la seconde option**.

- Une première concession BNJ FM (concession I de l'Arc jurassien) est requise pour les stations RJB, RTN et RFJ, avec octroi d'un mandat de prestations et droit à une quote-part de la redevance.
- En parallèle, les promoteurs sollicitent l'octroi d'une seconde concession ARC FM (concession II de l'Arc jurassien) avec mandat de prestations, mais sans droit à la redevance. Les deux demandes de concession portent sur la même zone de diffusion.

La démarche des requérants est motivée pour l'essentiel par le remodelage des zones de concession (cf. prise de position lors de la procédure de mise au concours des zones de concession, 19.01.2007). Ce remodelage, loin de renforcer l'assise économique des diffuseurs régionaux, les a placés devant un choix (voir ci-dessus). Fort de leur expérience dans le domaine, les responsables des trois stations concernées estiment en effet qu'il ne serait pas judicieux, tant au niveau de l'aspect économique que de la diversité programmatique, d'octroyer deux concessions à deux promoteurs concurrents. Une telle approche ne favoriserait pas la diversité souhaitée, mais obligerait les deux diffuseurs à produire des programmes plus ou moins semblables, en concurrence directe l'un avec l'autre. Par ailleurs, l'étroitesse du marché publicitaire, l'extension de la concession TV et la

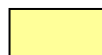
situation économique-sociale des régions concernées rendent difficile une telle cohabitation et mettraient en danger la continuité voulue par le législateur.

Sur un plan plus général, l'analyse du paysage médiatique suisse (voir annexe 1 - Aperçu des groupes médias en Suisse) et la diversité de la presse dans l'Arc jurassien (voir annexe 2 – Tableau des concurrents) autorisent, aux yeux des requérants, l'octroi de deux concessions à un seul diffuseur. La décision du Conseil fédéral de ne créer qu'une seule zone renforce cette appréciation.

Se fondant sur la complémentarité des deux concessions requises et sur le cadre financier imposé à la fois par le législateur et par la situation économique-sociale de leur région, les requérants souhaitent ainsi promouvoir la diversité tout en inscrivant leur démarche dans la continuité.

APERÇU DES GROUPES MÉDIAS EN SUISSE

Annexe 1



en jaune, les groupes indicatifs

Tamedia

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total des charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail internet
Tages Anzeiger	Telezüri						
Sonntagszeitung		Radio 24	1'121'300	5'548'810	3'861'533	770'608	Partnerwinner.ch
20 minutes/20 Minuten							Piazza.ch
Das Magazin							
Facts							
Schw. Familie							
Finanz und Wirtschaft							
Stellen Anzeiger							
Annabelle							
Züritipp							
Huber							
Berner Zeitung	TeleBärn	Capital FM	334'300	2'986'429	1'719'970	26'992	Solothurn.ch
Thuner Tagblatt							
Berner Oberländer							
Solothurner Tagblatt							
Der Bund							
Berner Bär							
Solothurner Woche							

Remarque : Basilisk, Basel One et Regenbogen se partagent la même régie publicitaire à majorité Tamedia.

NZZ

Pour davantage d'infos sur le groupe nzz : <http://verlag.nzz.ch/ger/unternehmen/firmenstruktur.html>

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
NZZ		Pilatus Luzerner Zeitung majoritaire (51%). NZZ possède le 51% de la LZ.	477'300	8'055'875	3'228'192	929'554	
		Zürisee (partiel) env 20%	435'000	3'754'246	1'837'387	106'986	
St-Galler Tagblatt		Aktuell (majoritaire) 97% projet de fusion avec radio Ri (env. 1/3 NZZ, 1/3 IP, 1/3 autres))	124'900 + 323'300	2'897'948 2'056'885	1'798'332 1'090'085	257'009 987	

Ringier

Pour davantage d'infos sur le groupe Ringier : <http://www.ringier.ch/index.cfm?kat=28>

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices	Portail internet
Blick							
Sonntags Blick							
CASH							
Le Temps							
Edelweiss							
Schweizer Illustrierte							
L'Illustré							
L'Hebdo							
TV8							
Sport Magazin							
FdH – Magazine santé							
Heute / gratuit du soir							
	Sat.1 (50 % du capital)						
		Be1 (81 % du capital)	334'300	3'934'185	1'729'024	792'998	
		NRJ Zurich (51 % du capital)	902'500	9'271'603	2'831'481	1'636'194	

Südostschweiz Newmedia (Lebrument)

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices	Portail internet
Bündner Tagblatt	Tele Südostschweiz	Grischa	175'046	2'800'383	1'207'666	468'815	High5
La Quotidiana		Engiadina	32'641	979'733	395'976	-156'834	
Oberseenachrichten							
Die Südostschweiz							

2 x redevance – 2 zones

M. Wagner (privé)

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices	Portail internet
		Radio Basilisk	438'500	3'310'113	2'323'577	255'604	

Radios en Suisse romande

Arc Lémanique

Groupe A. de Raemy

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
		Lausanne FM	657'000	1'944'146	1'881'085	393'213	
		One FM	1'029'000	2'464'229	1'140'543	293'776	

Groupe G. de Montfalcon

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
		Rouge FM	1'029'000	3'969'653	1'441'045	- 491'412	
		Radio Lac	1'029'000	2'509'242	1'122'499	2'606	

Groupe Philippe Hersant

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
L'Express	Léman Bleu						
L'Impartial	TVM3						
L'Arc Hebdo	Canal Alpha (accord de collaboration)						
Le Courrier du Val-de-Ruz							
La Côte							
L'Echo Rollois							
Le Journal du District de Cossonay							
La Région Nord Vaudois							

Arc jurassien / Seeland / Fribourg

Groupe Pierre Steulet

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
		RTN	167'000	3'695'703	2'529'706	12'171	
		RFJ	103'000 *	2'399'718	1'701'328	106	
		RJB	75'100	1'238'487	862'839	1'003	

* Y compris La Chaux-de-Fonds et Le Locle

Bienne/Seeland

M. Gassmann et M. Cortesi, Radio Bilingue SA

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
Journal du Jura Biel – Bienne	Tele- Bilingue	Canal 3 - d Canal 3 - f	149'600 22'500	1'852'680	993'988	- 466'066	

Fribourg

Imprimerie St-Paul

Journaux, magazines	TV	Radio	Nbre auditeurs potentiels	Total charges (2005)	Personnel (2005)	Pertes et bénéfices (2005)	Portail Internet
La Liberté Le Quotidien Jurassien (50%)		Fribourg / Freiburg	369'000	4'859'329	3'021'969	245'381	

Annexe 2

TABLEAU DES CONCURRENTS DE L'ARC JURASSIEN

ARC FM aura de nombreux concurrents directs. Les différents médias du Jura, Jura bernois et Neuchâtel défendent tous leur part du gâteau publicitaire. L'arrivée supplémentaire d'une concession radio ainsi qu'une concession TV sur tout l'Arc jurassien aura des conséquences très importantes sur les entrées publicitaires futures pour les radios existantes.

Ce sont surtout les quotidiens locaux (*Le Quotidien Jurassien, le Journal du Jura, L'Express et L'Impartial*) qui représentent une forte concurrence.

Le groupe de Philippe Hersant détient ou participe au capital des médias suivants : L'Express, L'Impartial, l'Arc Hebdo, Le Courrier du Val-de-Ruz, La Côte, La Région Nord Vaudois, L'Echo Rollois, le Journal du District de Cossonay, Léman Bleu, TVM3 et probablement à Canal Alpha. Il semble vouloir, avec d'autres, concourir pour obtenir la concession II de l'Arc jurassien. La volonté expansionniste du Groupe Hersant, à ce stade par des participations minoritaires dans les médias électroniques, ne fait pas l'ombre d'un doute (voir article Le Monde du 13.11.07).

Marc Gassmann est propriétaire des quotidiens Journal du Jura et Bieler Tagblatt, et actionnaire principale de la TV locale TeleBilingue et de la radio régionale (Canal 3 f/d).

Les gratuits locaux comme l'Arc hebdo ou la Gazette dans le canton du Jura et *Le Courrier Neuchâtelois* – sans parler des « Matin bleu » et « 20 Minutes » –, vont vouloir défendre leur part de marché publicitaire en s'alliant à d'autres partenaires. Idem pour l'hebdomadaire gratuit biennois *BielBienne* diffusé, à Bienne, dans le Seeland et dans le Jura bernois dont le tirage s'élève à plus de 105 000 exemplaires.

Entreprise	Description	Forces
Concession TV Arc jurassien zone 4	Télévision régionale Emettra sur les cantons de Neuchâtel, du Jura, le Jura bernois ainsi que le Nord-Vaudois Environ 336 000 téléspectateurs potentiels	

Entreprise	Description	Forces
Telebilingue, Bienne Propriété de Gassmann, et Cortesi	Télévision locale SA fondée en 1998 Première émission en 1999 Bilingue F/D Emet sur Bienne, le Jura bernois et le Seeland 210 000 téléspectateurs potentiels	Bilingue Ancrée dans la région biennoise Infrastructures assez modernes
Canal 3, Bienne Propriété de Radio Bilingue SA Actionnaire principal Marc Gassmann	Radio locale Lancée en 1984 Bilingue F/D Emet sur la ville de Bienne, une partie du Jura bernois et le Seeland (30 000 auditeurs francophones 190 000 alémaniques potentiels	Bilingue Ancrée en ville de Bienne
Le Journal du Jura, Bienne (JDJ) Propriété de Marc Gassmann	Journal quotidien de la région biennoise Créé en 1863 Tiré à 12 000 exemplaires Distribué sur Bienne, le Jura bernois et le Seeland	Seul quotidien du Jura bernois Axé sur l'actualité régionale Rapprochement avec l'Express/l'Impartial début 2007
Le Quotidien Jurassien, Delémont (LQJ) Propriété de Michel Voisard (D+P)	Journal quotidien jurassien Né de la fusion du Pays et du Démocrate en 1993 Tiré à 22 000 exemplaires Distribué sur tout le canton du Jura et une partie du Jura bernois	Seul quotidien du canton du Jura Axé sur l'actualité régionale et cantonale
L'Express, Neuchâtel Propriété du français Philippe Hersant depuis 2002 (ex-Wolfrath)	Journal quotidien du bas du canton de Neuchâtel Fondé au XVIIIe s. Tiré à 25 000 exemplaires Distribué sur le canton de Neuchâtel Fusion avec l'Impartial en 1997	Premier des deux quotidiens neuchâtelois Axé sur l'actualité régionale Rapprochement avec le JDJ début 2007
L'Impartial, La Chaux-de-Fonds Propriété du français Philippe Hersant depuis 2002 (ex-Wolfrath)	Journal quotidien du haut du canton de Neuchâtel Fondé en 1881 Tiré à 16 000 exemplaires Distribué dans les environs de La Chaux-de-Fonds Fusion avec l'Express en 1997	Second des deux quotidiens neuchâtelois Axé sur l'actualité régionale Rapprochement avec le JDJ début 2007
La Région Nord vaudois Participation récente au capital du français Philippe Hersant	Bi-hebdomadaire.	

Entreprise	Description	Forces
Le Franc-Montagnard, Saignelégier	Paraît 3 fois par semaine. Tiré à 2200 exemplaires	
Feuille d'Avis du District de Courtelary	Parution hebdomadaire	Feuille officielle des communes du District de Courtelary, avec publicité
Le Progrès/Le Courrier, Bienne	Tirage 1665 exemplaires	

Concession I radio de l'Arc jurassien	Radio régionale(avec mandat de prestations mais avec redevance) Emettra sur le canton de Neuchâtel, du Jura, sur la région du Jura bernois et sud du lac de Neuchâtel Environ 330 000 auditeurs potentiels (francophones)	
--	--	--

BielBienne, Bienne Propriété de Cortesi	Journal hebdomadaire gratuit Fondé en 1978 Bilingue F/D Tiré à 105 600 exemplaires Distribué chaque semaine dans tous les ménages de Bienne, du Jura bernois du Seeland et de la ville de Granges	Plus grand journal de la région Gratuit de qualité Très apprécié Bilingue Publicité importante
Autres gratuits régionaux : l'Arc Hebdo (propriété de Philippe Hersant)	Hebdomadaires gratuits tiré à 72'000 exemplaires, distribué dans les ménages du Jura et des Montagnes neuchâteloises.	Assez large distribution Beaucoup de publicité
La Gazette de la région (propriété des Editions D+P SA)	Tiré à 49'400 exemplaires, distribué dans les ménages du Jura et du Jura Bernois partiel	Beaucoup de publicité
La Semaine Propriété de l'Imprimerie Juillerat et Chervet SA à Bévilard et St-Imier	Nouvel hebdomadaire à paraître dès le 5.12.07. Tiré à 12'000 exemplaires. Distribution dans le District de Moutier	
Le Courrier Neuchâtelois	tiré à 91'000 exemplaires, distribué dans les ménages de Neuchâtel	Assez large distribution Beaucoup de publicité

Entreprise	Description	Forces
Presse quotidienne romande Le Temps Le Matin semaine Le Matin Dimanche	Quotidien suisse romand Fondé en 1998 Tiré à 46 000 exemplaires Tiré à 70'000 exemplaires Tiré à 210'000 exemplaires	Implanté dans toute la Suisse romande Journal de qualité Implanté dans toute la Suisse romande Axés sur le peuple
Presse gratuite romande Le Matin Bleu, Edipresse 20 Minutes, Tamedia	Gratuits suisses romands Lancés en 2005 et 2006 Tiré à 183'000 exemplaires Tiré à 210'000 exemplaires	Couvrent toute la Suisse romande Axés sur le peuple Beaucoup de publicité !
Télévision Suisse Romande, Genève (TSR) TSR 1, TSR2	Télévision nationale de service public Emet sur toute la Suisse romande	Implantée dans toute la Suisse romande Reconnue de service public Bureaux régionaux
Radio Suisse Romande, Lausanne (RSR) RSR1, Espace 2, Couleur 3, Option Musique	Radio de service public. Emet sur toute la Suisse romande et une partie de la Suisse alémanique	Implantée dans toute la Suisse romande. Reconnue de service public Mainmise sur presque tout le parrainage national. Bureaux régionaux.
Radios et TV françaises	Radios et TV françaises	Arroser toute la Suisse romande Intérêt pour la publicité nationale
Internet	Informations en ligne planétaires	Informations diverses et variées à moindre coût

1.

RESUME ET VUE D'ENSEMBLE



1. a

COURTE DESCRIPTION DU PROJET

ARC FM

But du dossier

Obtenir la concession II de l'Arc jurassien (radio) assortie du mandat de prestation telle que mise au concours par l'OFCOM dans le cadre de la nouvelle LRTV.

Zone concernée

La zone 6, dite Arc jurassien, comprenant l'entier des cantons de Neuchâtel et du Jura, le Jura bernois, Bienne romande, Yverdon-les-Bains et le sud du lac de Neuchâtel.

Implantation

Le siège social de ARC FM SA est à Delémont. Le studio principal est installé à Delémont. Mais ARC FM pourra bénéficier des infrastructures de BNJ FM SA en particulier des locaux et postes de montage de RJB à Tavannes, RTN à Marin et RFJ à Delémont

Public cible

ARC FM est une radio qui s'adresse en particulier au 19-45 ans sans exclure les autres catégories d'âge de sa zone de diffusion.

Programme

Le programme de ARC FM a été conçu pour compléter le programme de BNJ FM. La programmation musicale représente env. 80% du temps d'antenne. ARC FM veut offrir une grande diversité de musique, orientée Rock pop mais ouverte sur les artistes locaux et les musiques du monde. Le programme d'informations est axé principalement sur l'actualité politique, économique, culturelle, sportive et de la société en général.

Ces thèmes seront abordés tour à tour en veillant à la diversité des sujets locaux et régionaux. Une attention particulière sera donnée à l'équilibre entre les différentes composantes de manière à diffuser une information variée dans des journaux et des émissions répondant à des intérêts, des opinions, des classes d'âge, etc. différents. Le pourcentage des thèmes sera cependant largement dicté par l'actualité elle-même. D'autre part, le programme recherche la complicité avec l'auditeur en lui offrant une présence à l'antenne sur toute la journée ainsi qu'en début de soirée. Les animateurs vont divertir et présenter avec pertinence des sujets intelligents comme l'écologie, la culture, la politique ou les responsabilités civiques. Le but est d'être en phase avec les auditeurs de 19 à 45 ans qui s'engagent dans la vie active, reçoivent leurs premiers salaires, fondent une famille... bref, des auditeurs qui découvrent leurs responsabilités.

Les journaux d'information et les flashes traiteront et développeront les sujets les plus importants. Le principe des brèves, infos complémentaires, permettra de produire un nombre élevé d'informations diffusées. L'information, suprarégionale, aura une grande importance sur ARC FM. En plus d'être présente dans les rendez-vous fixes (12 flashes et trois journaux quotidiens), l'information sera également traitée en continu. Ainsi, une actualité d'importance interrégionale, nationale ou internationale sera donnée à l'antenne dans les 5 minutes suivant sa parution, même entre les rendez-vous traditionnels d'information. Cela constitue une innovation dans le paysage radiophonique de l'Arc jurassien.

Il est prévu d'avoir accès aux textes et sons des rédactions des trois fenêtres de programme de BNJ FM SA. Seules les informations provenant de l'agence 7RR au Palais fédéral seront en partie partagées avec d'autres radios.

Le programme de la concession Il est identique dans toute la zone de diffusion. ARC FM s'adressant à un public cible relativement jeune, par conséquent mobile et qui se forme dans les écoles et hautes écoles (écoles des métiers, écoles de commerce, HEG, HES, Université de Neuchâtel, etc.) il est logique que le programme de ARC FM soit identique sur toute la zone. Des décrochages régionaux ne seront effectués que lors d'événements majeurs.

Seule la publicité sera segmentarisée, il y aura des blocs de publicité nationaux, suprarégionaux et régionaux.

Ressources humaines

Une attention particulière est accordée aux savoir-faire, savoir-être, respect des règles et usages de la branche et du métier. De bonnes formations initiales, complémentaires et continues ainsi que des conditions de travail négociées avec les partenaires sociaux, une information transparente alliée à une dotation suffisante en personnel doivent garantir la qualité des prestations fournies.

Moyens de production

Un studio principal à Delémont, mais des studios secondaires à Tavannes et Marin, pourront produire un programme commun qui tient compte de la diversité de l'Arc jurassien.

Transmission et diffusion

Un système de 24 émetteurs et de 10 tunnels permettront de diffuser un programme commun mais aussi des blocs publicitaires différenciés sous 2 ou 3 régions et

ponctuellement 2 ou 3 fenêtres (élections cantonales ou autes). Les principaux émetteurs sont alimentés par des faisceaux hertziens et les émetteurs secondaires soit par ballemfang, soit par ligne ou encore par les téléseaux qui ont l'obligation de diffuser nos programmes dans la zone de concession. Ce sont principalement les réseaux câblés de Cablecom, de Vidéo 2000 et d'EBL ainsi que quelques réseaux plus petits qui sont concernés. Une collaboration avec d'autres acteurs du câble tel Bluewin-TV est envisagée.

Accompagné par d'autres services, le programme sera disponible « on demand » par sujet, émission, etc. sur le web.

Les échanges avec l'extérieur passeront par le système d'interconnexion reliant les acteurs de la branche et le centre des médias du Palais fédéral, etc.

Particularités :

ARC FM SA pourra bénéficier de l'accès à toutes les informations acquises par BNJ FM SA et les retravailler à la façon ARC FM. Le traitement de l'info en continu va nécessiter une écriture totalement différente de l'info et créera une réelle émulation.

Stricte séparation information / vente

L'externalisation de la vente de la publicité et du parrainage (facturation et encaissement) à une entité commerciale performante ancrée de longue date dans la zone de diffusion ainsi que la sous-traitance de la comptabilité assureront une séparation stricte des activités d'information de celles de la publicité, du sponsoring et de leurs flux financiers.

2.

IDENTITE DU REQUERANT



2.1

INDICATIONS GENERALES CONCERNANT LE REQUERANT

2.1 a

RAISON SOCIALE DU REQUERANT

**ARC FM SA
20, RUE DU 23-JUIN
2800 DELEMONT**

2.1 b

SIEGE

DELEMONT

ACTE AUTHENTIQUE

ACTE CONSTITUTIF D'UNE SOCIETE ANONYME

(Fondation simple)

Minute no 5811

Du 6 novembre 2007

Par devant
Me Jean-Jacques DROZ
Notaire de la République et Canton du Jura
avec Etude à Delémont

comparaissent

Monsieur **Pierre Steulet**, de et à Rossemaison,

Madame **Marie-Louise Steulet née Kaempf**, de et à Rossemaison,

Monsieur **Dominique Bugnon**, de Torny-le-Grand à Delémont,

Monsieur **Philippe Zahno**, de Tavel et Guin à Delémont

lesquels comparants déclarent :

I. Fondation de la société anonyme

Sous la raison sociale

ARC FM SA

nous constituons une société anonyme avec siège à Delémont ayant pour but de promouvoir le développement de la radio locale dans le respect du pluralisme des opinions. Elle traite toutes les affaires se rattachant directement ou indirectement à ce but.

Elle peut s'intéresser à toutes opérations financières et commerciales se rattachant directement ou indirectement à ce but social et prendre des participations et s'intéresser à des sociétés qui favorisent son but. Elle peut également acquérir, gérer et vendre des immeubles.

II. Etablissement des statuts

Nous arrêtons d'un commun accord les statuts qui régiront la société et qui sont annexés à la présente minute.

III. Souscription d'actions

Nous souscrivons la totalité des 3000 actions nominatives de la société d'une valeur nominale de Fr. 100.– (cent francs) chacune. Les actions sont émises au pair et libérées à concurrence de 20 % chacune au moment de la fondation.

Nous prenons l'engagement inconditionnel de verser en espèces les apports correspondant au prix d'émission comme suit :

	Apports promis	Apports à payer lors de la fondation
1. <u>Monsieur Pierre Steulet</u> 2997 actions nominatives de Fr. 100.–	Fr. 299'700.–	Fr. 59'940.–
2. <u>Madame Marie-Louise Steulet-Kaempf</u> 1 action nominative de Fr. 100.–	Fr. 100.–	Fr. 20.–
3. <u>M. Dominique Bugnon</u> 1 action nominative de Fr. 100.–	Fr. 100.–	Fr. 20.–
4. <u>M. Philippe Zahno</u> 1 action nominative de Fr. 100.–	Fr. 100.–	Fr. 20.–
	<hr/>	<hr/>
	Fr. 300'000.–	Fr. 60'000.–
	<hr/>	<hr/>

IV. Constatations accompagnant la souscription

Nous constatons que :

- la totalité des 3000 actions nominatives de la société, d'une valeur nominale de Fr. 100.– chacune, ont été valablement souscrites;
- les apports promis de Fr. 300'000.– au total correspondent au prix total d'émission.

V. Constatations relatives aux versements des apports

Nous constatons :

- a) qu'au moment de la fondation un montant de Fr. 60'000.– est déposé auprès de la Banque Cantonale du Jura à Delémont et tenu à la disposition exclusive de la société dès l'accomplissement des formalités d'inscription, ainsi qu'en fait foi une déclaration de cet Etablissement bancaire du 5 novembre 2007.
- b) que de ce fait les apports ont été versés en espèces conformément aux exigences légales et statutaires.

Les comparants attestent que le présent acte ne constitue pas une fondation qualifiée au sens de la loi, ils confirment n'effectuer aucun apport en nature, ni aucune reprise de biens mobiliers ou immobiliers.

VI. Organes - Elections

1. Conseil d'administration

Nous nommons en qualité de membres du conseil d'administration pour une durée statutaire d'une année, M. Pierre Steulet, Mme Marie-Louise Steulet-Kaempf, M. Dominique Bugnon et M. Philippe Zahno, qui déclarent accepter leur mandat.

Le conseil d'administration s'organise comme suit :

- M. Pierre Steulet, président,
- Mme Marie-Louise Steulet-Kaempf, secrétaire,
- M. Dominique Bugnon, membre,
- M. Philippe Zahno, membre,

La société sera engagée par la signature individuelle de M. Pierre Steulet et de Mme Marie-Louise Steulet-Kaempf et par la signature collective à deux de M. Dominique Bugnon et de M. Philippe Zahno.

2. Organe de révision

Nous désignons la Fiduciaire Jean-Claude Courtet SA, à Delémont en tant qu'organe de révision, laquelle a également accepté son mandat, ainsi qu'en fait foi une lettre du 6 novembre 2007 qui demeurera annexée à la présente minute.

VII. Dispositions finales

1. Pièces justificatives

Le notaire constate que les pièces justificatives suivantes ont été soumises aux fondateurs :

- a) les statuts établis par les fondateurs;
- b) la confirmation de la Banque Cantonale du Jura, Office de consignation, du 5 novembre 2007;
- c) la déclaration d'acceptation de l'organe de révision du 6 novembre 2007.

2. Annexes

Les pièces justificatives mentionnées sous chiffre VII. 1 lit. a - c sont annexées en original à la présente minute.

Expédition d'acte

Le présent acte sera expédié en deux exemplaires, dont un à l'intention du Registre du commerce de la République et Canton du Jura à Delémont, comme pièce justificative, l'autre à celle de la société comme moyen de preuve.

Clôture

L'acte qui précède est lu par le notaire aux comparants qui lui sont connus et qui déclarent que cet acte renferme bien l'expression de leur volonté; puis ils le signent avec le notaire.

Les personnes participant à la réception de l'acte sont présentes pendant toutes les opérations qui ont lieu à Delémont, en l'Etude, le six novembre deux mille sept.

D.d. 6 novembre 2007

Les fondateurs :

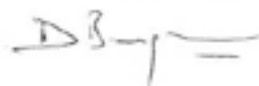
M. Pierre Steulet :




Mme Marie-Louise Steulet-Kaempf :



M. Dominique Bugnon :



M. Philippe Zahno



Le notaire :




Registre du commerce du Jura - Registre principal

No. registre	Nature juridique	Inscript.	Radiation	Report de:	
CH-670.3.004.441-5	Société anonyme	28.11.2007		sur:	1

Toutes les inscriptions

in ra	Raison sociale	réf	Siège
1	ARC FM SA	1	Delémont

réf	Capital-actions(CHF)	Capital libéré(CHF)	Répartition des actions	réf	Adresse
1	300'000.--	60'000.--	3'000 actions nominatives de CHF 100.--	1	c/o Fréquence Jura S.A. Rue du 23-Juin 20 2800 Delémont
réf	Capital-parti.(CHF)	Capital libéré(CHF)	Bons de participation (BP)		

in ra	But	réf	Adresse administrative
1	Promouvoir le développement de la radio locale dans le respect du pluralisme des opinions. La société traite toutes les affaires se rattachant directement ou indirectement à ce but.		

in ra	Observations	réf	Date des statuts
1	Communications aux actionnaires: par lettre recommandée.	1	06.11.2007
1	Restriction à la transmissibilité des actions nominatives: selon statuts.		

in ra	Faits particuliers	réf	Organe de publication
		1	FOSC

in ra	Succursale	in ra	Succursale	in ra	Succursale	in ra	Succursale

S	réf	No journ.	Date journ.	No FOSC	Date FOSC	Page	S	réf	No journ.	Date journ.	No FOSC	Date FOSC	Page
AV	1	1162	28.11.2007	(autorisation OFRC)									

ins	mod	rad	Indications personnelles	Fonction	Mode de signature
1			Steulet, Pierre, de Rossemaison, à Rossemaison	président	signature individuelle
1			Steulet-Kaempf, Marie-Louise, de Rossemaison, à Rossemaison	membre et secrétaire	signature individuelle
1			Bugnon, Dominique, de Tornay-le-Grand, à Delémont	membre	signature collective à deux
1			Zahno, Philippe, de Tavel FR et Guin, à Delémont	membre	signature collective à deux
1			Fiduciaire Jean-Claude Courtet S.A, à Delémont	organe de révision	

Delémont, 29.11.2007 13:37

Cet extrait du registre du commerce n'est pas valable sans l'attestation du préposé apposée ci-dessous. Il contient toutes les inscriptions valables actuellement pour cette raison sociale ainsi que toutes celles qui ont été radiées. Cet extrait a été imprimé avant sa publication dans la Feuille Officielle Suisse du Commerce avec l'autorisation de l'Office fédéral du registre du commerce

Extrait certifié conforme

29 NOV. 2007

Delémont, la Préposée:
Frédérique Rais Rasmann



PROCES-VERBAL DE L'ASSEMBLEE EXTRAORDINAIRE
DE ARC FM SA, LE 30 NOVEMBRE 2007
AU RESTAURANT DE L'ETOILE A COURROUX

Nombre d'actionnaires présents ou représentés : 3

Nombre d'actions représentées : 3'000 actions soit la totalité des actions

Actionnaires présents : Pierre Steulet
Philippe Zahno
Dominique Bugnon

M. Pierre Steulet, président du conseil d'administration, ouvre la 1ère assemblée extraordinaire de ARC FM SA à 18h30 et remercie les personnes présentes de participer à l'assemblée.

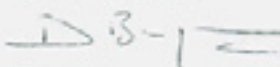
L'assemblée générale peut se tenir conformément à l'art CO qui autorise la tenue d'une assemblée dès lors que tous les actionnaires sont présents.

Les actionnaires proposent d'élire trois nouveaux membres au Conseil d'administration de ARC FM SA, soit M. Claude Gisiger, M. Jean-Claude Liechti et M. Philippe Maquelin. Au vote, les trois nouveaux membres sont élus à l'unanimité.

La parole n'est plus demandée, l'assemblée est close à 18h40.

ARC FM SA
Le président :

Pierre Steulet

Le secrétaire :

Dominique Bugnon

2.1 c

REPRESENTANTS VIS-A-VIS DE L'OFCOM

Pierre Steulet
Es Planches 10
2842 Rossemaison
Tél. : 032 421 70 70
Portable : 079 250 43 43
Courriel : psteulet@arc-fm.ch

Nathalie Rochat
Hauptstrasse 54
2576 Lüscherz
Tél. : 032 338 31 09
Portable : 079 745 43 43
Courriel : nrochat@arc-fm.ch

2.2

ORGANISATION ET COMPOSITION

2.2 a 1

FORME JURIDIQUE CHOISIE PAR LE REQUERANT

ARC FM SA
Société anonyme

Personne physique :

Pierre Steulet

de la société anonyme

ARC FM SA

I. RAISON SOCIALE, BUT, SIEGE ET DUREE

Article 1 Raison sociale

Sous la raison sociale

ARC FM SA

il est fondé une société anonyme régie par les présents statuts et subsidiairement par les dispositions du titre XXVI du Code des obligations.

Article 2 Siège

Le siège de la société est à Delémont.

Article 3 But

La société a pour but de promouvoir le développement de la radio locale dans le respect du pluralisme des opinions. Elle traite toutes les affaires se rattachant directement ou indirectement à ce but.

Elle peut s'intéresser à toutes opérations financières et commerciales se rattachant directement ou indirectement à ce but social et prendre des participations et s'intéresser à des sociétés qui favorisent son but. Elle peut également acquérir, gérer et vendre des immeubles.

Article 4 Durée

La durée de la société est indéterminée.

II. CAPITAL-ACTIONS

Article 5 Montant nominal - Division

Le capital-actions est fixé à la somme de **Fr. 300'000.-** (trois cent mille francs). Il est divisé en 3000 (trois mille) actions nominatives de **Fr. 100.-** (cent francs) chacune, libérées à concurrence de 20%. Le conseil d'administration peut exiger en tout temps la libération partielle ou totale des actions.

Tant que le capital-actions n'est pas entièrement libéré, chaque actionnaire doit s'engager par écrit à verser le montant non libéré. Cette déclaration est déposée auprès de la société et ne peut être aliénée ou grevée d'une quelconque manière par celle-ci.

Les actionnaires qui ne libèrent pas leurs actions en temps utile doivent des intérêts moratoires. Lorsqu'ils ne tiennent pas compte de la sommation du conseil d'administration, reçue par lettre recommandée, de s'exécuter dans le délai maximum d'un mois, le conseil d'administration est en outre autorisé à déclarer les actionnaires en demeure déchu des droits résultant de leurs actions sur lesquelles ils n'ont pas effectué les versements demandés et à émettre des nouvelles actions. L'ancien actionnaire demeure engagé envers la société pour le montant non couvert par l'émission tandis que le bénéfice lui sera versé après déduction des intérêts moratoires et des frais contre restitution des titres annulés.

Article 6 Actions

Les actions sont numérotées. Elles sont signées par deux membres du conseil d'administration.

Elles peuvent être l'objet de certificats représentant plusieurs actions.

La société tient un registre des actions qui mentionne le nom et l'adresse des propriétaires et des usufruitiers.

Est considéré comme actionnaire à l'égard de la société celui qui est inscrit au registre des actions.

Lorsqu'une action est la propriété de plusieurs personnes, celles-ci doivent désigner un représentant commun qui est inscrit au registre des actions.

Article 7 Transfert des actions

Le transfert d'une action par acte juridique s'opère par l'endossement du titre ou en vertu d'une déclaration écrite et, dans l'un et l'autre cas, par la remise du titre.

L'approbation est du ressort du conseil d'administration.

Article 8 Approbation du transfert

La société peut refuser d'approuver le transfert d'actions dans l'un ou l'autre des cas suivants :

- a) s'il existe un juste motif au sens de l'article 685 b alinéa 2 du Code des obligations, à savoir si la réalisation du but social ou l'indépendance économique de la société peuvent être mises en danger par l'acquéreur, ou si le transfert d'actions s'effectue en faveur de concurrents, ou de personnes économiquement ou juridiquement liées à des concurrents, ou encore à des personnes qui pourraient ne pas respecter la lettre comme l'esprit de la concession de diffusion au sens de la LRTV ;
- b) si la société offre à l'aliénateur de reprendre les actions pour son propre compte, pour le compte d'autres actionnaires ou pour celui de tiers, à leur valeur réelle au moment de la requête;
- c) si l'acquéreur n'a pas déclaré expressément qu'il reprenait les actions en son propre nom et pour son propre compte.

Si les actions ont été acquises par succession, partage successoral, en vertu du régime matrimonial ou dans une procédure d'exécution forcée, la société ne peut refuser son approbation que si elle offre à l'acquéreur de reprendre les actions en cause à leur valeur réelle.

Il est expressément entendu que la valeur réelle au sens de l'alinéa qui précède est la valeur vénale à dire d'expertise au moment de la demande de transfert, et la société est liée par la dite valeur vénale. En cas de désaccord, la valeur réelle prévue par le présent article sera déterminée par une société fiduciaire indépendante choisie et mandatée en commun par le vendeur et l'acquéreur. En cas de litige quant à la désignation de l'expert, celui-ci sera désigné par le Président du Tribunal Civil de première instance de la République et Canton du Jura. La société supporte les frais d'évaluation.

Si l'acquéreur ne rejette pas l'offre de reprise dans le délai de 60 jours après qu'il a eu connaissance de la valeur réelle, l'offre est réputée acceptée.

Article 9 Droit d'acquisition prioritaire

Si un actionnaire aliène une ou plusieurs actions, les autres actionnaires ont un droit d'acquisition prioritaire. Est considéré comme aliénation tout acte juridique de transfert, notamment tout apport en nature, vente, échange ou donation, sauf si l'acquéreur est le conjoint ou un descendant de l'aliénateur.

Saisi par un actionnaire d'une requête d'approbation de transfert, le conseil

d'administration la transmet aux autres actionnaires en leur impartissant un délai d'un mois pour exercer leur droit d'acquisition. Le droit n'est valablement exercé que si l'acquisition porte sur toutes les actions aliénées.

Si plusieurs actionnaires se portent acquéreurs, les actions aliénées sont réparties entre eux proportionnellement au nombre d'action qu'ils possèdent. L'attribution des restes éventuels a lieu par tirage au sort.

Le prix d'achat est égal à la valeur réelle. Il est expressément entendu que la valeur réelle au sens de cet alinéa est la valeur vénale à dire d'expertise au moment de la demande de transfert, et la société est liée par la dite valeur vénale. En cas de litige quant à la désignation de l'expert, celui-ci sera désigné par le Président du Tribunal Civil de première instance de la République et canton du Jura. L'acquéreur supporte les frais d'évaluation.

Le droit d'acquisition des actionnaires prime celui de la société.

Article 10 Bons de jouissance

La société peut attribuer des bons de jouissance notamment à ses fondateurs conformément à l'article 657 du Code des obligations.

III. ORGANES

Article 11

Les organes de la société sont :

- a) L'assemblée générale
- b) Le conseil d'administration
- c) L'organe de révision

L'ASSEMBLEE GENERALE

Article 12 Attribution

L'assemblée générale est le pouvoir suprême de la société.

Elle a le droit inaliénable :

1. d'adopter et de modifier les statuts;
2. de nommer et de révoquer les membres du conseil d'administration et de l'organe de révision;

3. d'approuver le rapport annuel et les comptes de groupe;
4. d'approuver les comptes annuels et de déterminer l'emploi du bénéfice résultant du bilan, en particulier de fixer le dividende et les tantièmes;
5. de donner décharge aux membres du conseil d'administration;
6. de prendre toutes les décisions qui lui sont réservées par la loi ou les statuts.

Article 13 **Convocation**

L'assemblée générale est convoquée en séance ordinaire une fois par année, dans les six mois qui suivent la clôture de l'exercice, pour procéder à toutes opérations légales et statutaires, notamment se prononcer sur la gestion du conseil d'administration et sur les comptes de l'exercice.

Elle se réunit en séance extraordinaire notamment chaque fois que le conseil d'administration le juge utile ou nécessaire ou à la demande d'un ou de plusieurs actionnaires représentant au moins le dixième du capital-actions. L'organe de révision, les liquidateurs et, le cas échéant, les représentants des obligataires ont également le droit de convoquer l'assemblée générale.

Article 14 **Mode de convocation**

La convocation est faite vingt jours au moins avant la date choisie, par lettre recommandée adressée à chaque actionnaire. Elle mentionne l'ordre du jour et les propositions du conseil d'administration, ainsi que, le cas échéant, celles des actionnaires qui ont demandé la convocation de l'assemblée ou l'inscription d'un objet à l'ordre du jour.

La convocation à l'assemblée générale ordinaire mentionne en outre la mise à disposition des actionnaires, au siège de la société, du rapport de gestion et du rapport de révision.

Article 15 **Assemblée universelle**

Les actionnaires ou les représentants de la totalité des actions peuvent, s'il n'y a pas d'opposition, tenir une assemblée générale sans observer les formes prévues pour sa convocation. Aussi longtemps qu'ils sont tous présents, l'assemblée a le droit de statuer valablement sur tous les objets qui sont de son ressort.

Article 16 **Constitution - Présidence**

L'assemblée générale est valablement constituée quel que soit le nombre des actions représentées.

Elle est présidée par le président du conseil d'administration ou son remplaçant.

Article 17 **Décisions – droit de vote - représentation**

Les actionnaires exercent leur droit de vote proportionnellement à la valeur nominale de toutes les actions qui leur appartiennent.

Sous réserve des dispositions contraires de la loi ou des statuts, l'assemblée générale prend ses décisions et procède aux élections à la majorité absolue des voix attribuées aux actions représentées.

Une décision de l'assemblée générale recueillant au moins les deux tiers des voix attribuées aux actions représentées et la majorité absolue des valeurs nominales représentées est nécessaire pour :

1. la modification du but social;
2. l'introduction d'actions à droit de vote privilégié;
3. la restriction de la transmissibilité des actions nominatives;
4. l'augmentation autorisée ou conditionnelle du capital-actions;
5. l'augmentation du capital-actions au moyen des fonds propres, contre apport en nature
6. la limitation ou la suppression du droit de souscription préférentiel;
7. le transfert du siège de la société;
8. la dissolution de la société sans liquidation.

A l'assemblée générale, un actionnaire ne peut être représenté que par un autre actionnaire.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Article 18 **Composition - Durée des fonctions - Organisation**

Le conseil d'administration de la société se compose d'un ou de plusieurs membres.

Les membres du conseil d'administration sont élus pour une année et rééligibles. La durée de fonction se termine le jour de la prochaine assemblée générale ordinaire. Demeurent réservées la démission préalable ou la révocation. Les nouveaux membres terminent la durée de fonction de ceux qu'ils remplacent.

Le conseil d'administration désigne son président et son secrétaire, lequel peut être choisi en dehors de son sein.

Article 19 **Attributions**

Le conseil d'administration a tous les pouvoirs que la loi ou les statuts ne réservent pas expressément à l'assemblée générale ou à un autre organe.

Il gère les affaires de la société dans la mesure où il n'en a pas délégué la gestion.

Il a les attributions intransmissibles et inaliénables suivantes :

1. exercer la haute direction de la société et établir les instructions nécessaires;
2. fixer l'organisation;
3. fixer les principes de la comptabilité et du contrôle financier, ainsi que le plan financier pour autant que celui-ci soit nécessaire à la gestion de la société;
4. nommer et révoquer les personnes chargées de la gestion et la représentation;
5. exercer la haute surveillance sur les personnes chargées de la gestion pour s'assurer notamment qu'elles observent la loi, les statuts, les règlements et les instructions données;
6. établir le rapport annuel, préparer l'assemblée générale et exécuter ses décisions;
7. informer le juge en cas de surendettement.

Article 20 Délégation de la gestion

Le conseil d'administration peut déléguer tout ou partie de la gestion à un ou plusieurs de ses membres (délégués) ou à des tiers (directeurs) conformément au règlement d'organisation.

Article 21 Représentation de la société

Le conseil d'administration fixe le mode de représentation de la société. Il peut déléguer le pouvoir de représentation à un ou plusieurs de ses membres (délégués) ou à des tiers (directeurs, fondés de procuration, mandataires commerciaux).

Article 22 Décisions

Si le conseil d'administration se compose de plusieurs membres, la majorité de ceux-ci doit être présente pour qu'il puisse prendre des décisions; ces décisions sont prises à la majorité des voix des administrateurs présents.

Les décisions du conseil d'administration peuvent également être prises, à la majorité des voix des membres du conseil, sous la forme d'une approbation donnée par écrit à une proposition, à moins qu'un membre ne demande la discussion.

Article 23 Convocation - Procès-verbal

Le conseil d'administration siège aussi souvent que les affaires l'exigent, sur convocation de son président.

Les délibérations et les décisions du conseil d'administration sont consignées dans un procès-verbal signé par le président et le secrétaire.

L'ORGANE DE REVISION

Article 24

L'assemblée générale désigne chaque année un réviseur dont les attributions sont celles prévues par la loi. Il doit être inscrit au registre du commerce.

Le réviseur doit avoir les qualifications nécessaires à l'accomplissement de sa tâche auprès de la société.

Le réviseur doit être indépendant du conseil d'administration et d'un éventuel actionnaire disposant de la majorité des voix.

Le réviseur doit être présent à l'assemblée générale ordinaire sauf si celle-ci l'en dispense par une décision unanime.

IV. COMPTABILITE - BENEFICE

Article 25 Exercices comptables

Les exercices comptables sont annuels; le conseil d'administration fixe la date de leur clôture.

Article 26 Comptes annuels

Les comptes annuels comprenant le compte de profits et pertes, le bilan et l'annexe sont établis en conformité des dispositions du Code des obligations.

Article 27 Affectation du bénéfice

L'assemblée générale décide de l'affectation du bénéfice ressortant des comptes, sans préjudice des versements obligatoires au fonds de réserve légal tels qu'ils sont prévus par l'article 671 du Code des obligations.

V. PUBLICATION

Article 28

Les publications de la société sont valablement faites par insertion dans la Feuille officielle suisse du commerce.

VI. DISSOLUTION

Article 29

Si l'assemblée décide la dissolution de la société, la liquidation a lieu par les soins du conseil d'administration, à moins que l'assemblée ne désigne d'autres liquidateurs.

L'actif restant après le paiement des dettes sociales est affecté au remboursement des actions à concurrence de leur valeur nominale; le solde éventuel est mis à la disposition de l'assemblée générale, qui décide de son affectation.

VII. FOR

Article 30

Les contestations entre les actionnaires et la société ou ses organes et les contestations entre les actionnaires eux-mêmes en raison des affaires de la société sont soumises au juge du siège de la société.

Statuts originaux adoptés en assemblée constitutive, à Delémont, le 6 novembre 2007

Les fondateurs :

D. B. F.

A. W. Steiner
Mahner

Annexé à la minute no 58 11
Le Notaire



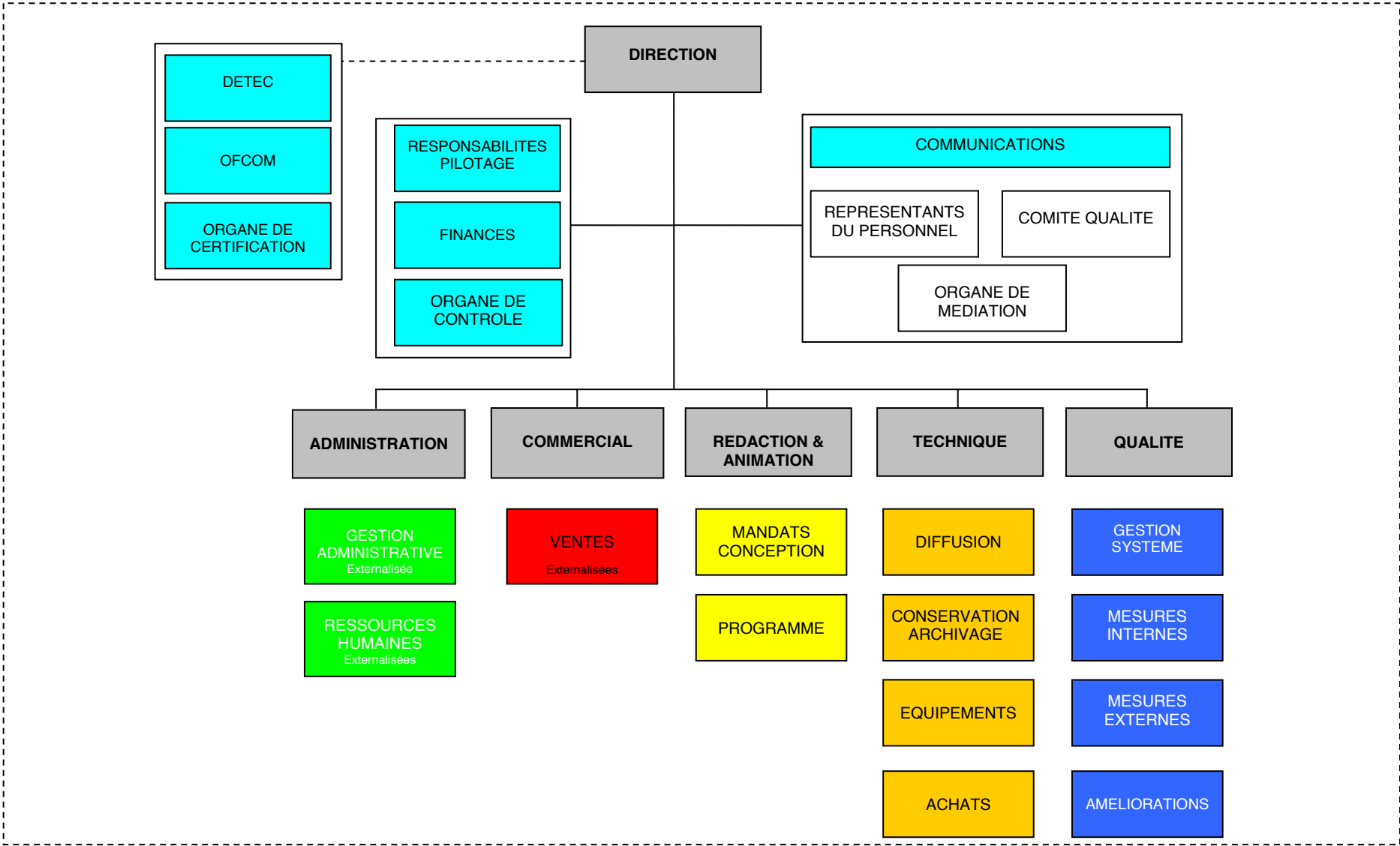
2.2 a 2

ORGANISATION ET STRUCTURES PREVUES

1. Organigramme des processus de ARC FM SA
2. Organigramme fonctionnel de ARC FM SA
3. Règlement du Conseil d'administration de ARC FM SA
4. Règlement des signatures de ARC FM SA
5. Règlement d'exploitation et matrice des activités de ARC FM SA
6. Règlement du Conseil de direction de ARC FM SA
7. Règlement interne de ARC FM SA
8. Cahier des charges
 - a) de l'administrateur délégué
 - b) du directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - c) de la chargée de relations publiques
 - d) du directeur des ventes
 - e) du directeur opérationnel
 - f) du directeur financier
9. Liste des fonctions (il existe un cahier des tâches pour chaque fonction à l'exception des membres de la direction qui sont régis par un cahier des charges)
 - a) d'un journaliste
 - b) d'un animateur selon la tranche

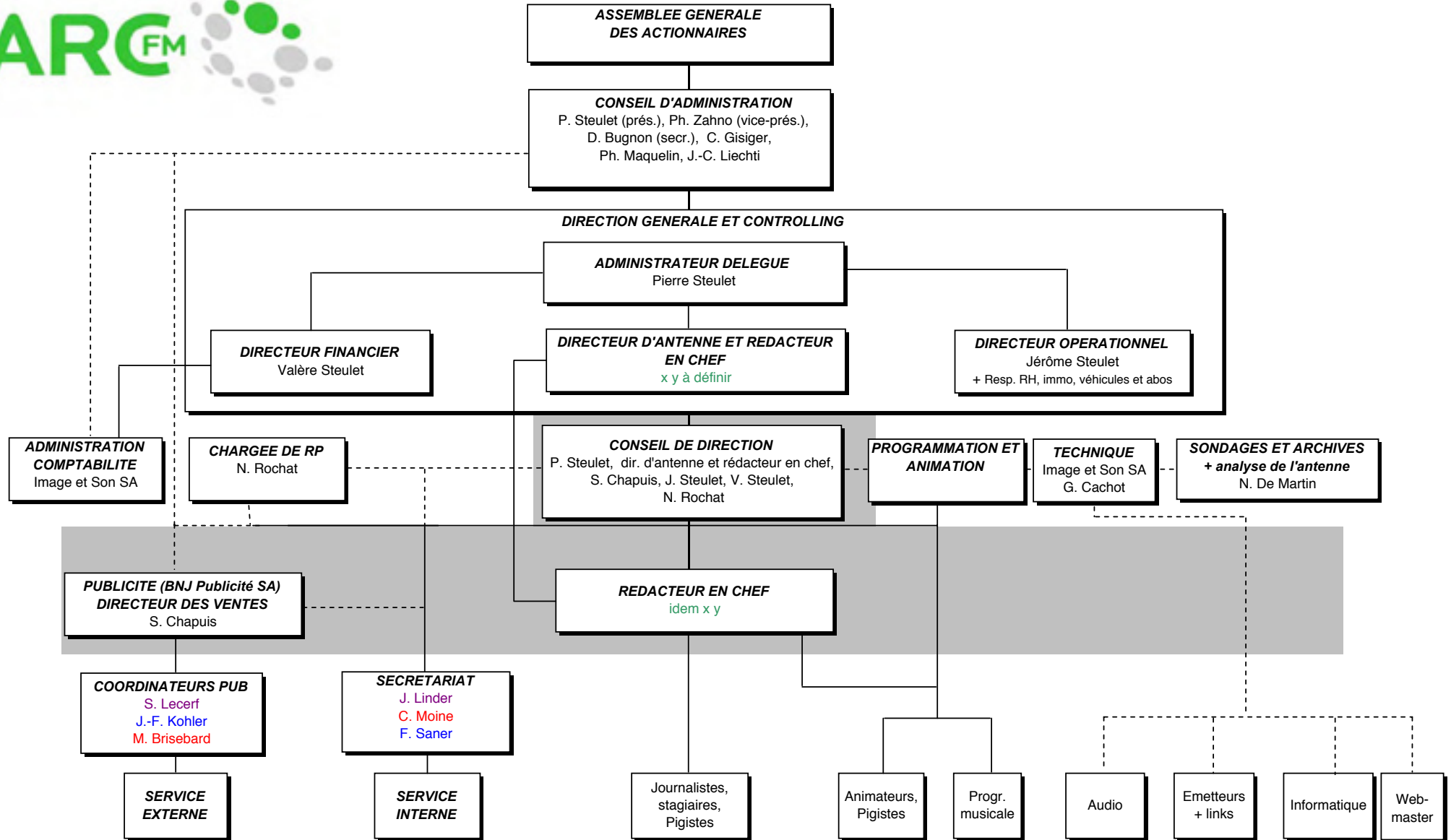
Les règlements, les cahiers des charges et les cahiers des tâches sont des projets qui seront adoptés prochainement par le Conseil d'administration

ORGANIGRAMME DES PROCESSUS DE ARC FM SA



Organigramme fonctionnel d'ARC FM SA

2.2 a 2
2.



2.2 a 2

3.

REGLEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE ARC FM SA

1. REGLEMENT D'ADMINISTRATION
2. REGLEMENT D'ORGANISATION
3. DISPOSITIONS FINALES

1. REGLEMENT D'ADMINISTRATION

1.1 COMPOSITION DU CONSEIL

1.1.1 GENERALITES

L'administration se compose de un ou plusieurs membres élus par l'assemblée générale pour une durée d'une année, l'année étant le laps de temps compris entre une assemblée générale ordinaire et la prochaine. Ils sont rééligibles.

1.1.2 REPARTITION DES FONCTIONS

a) Le conseil d'administration se compose comme suit :

- M. Pierre Steulet, président
- M. Philippe Zahno, vice-président
- M. Dominique Bugnon, secrétaire
- M. Claude Gisiger, membre
- M. Jean-Claude Liechti, membre
- M. Philippe Maquelin, membre
- Mme Marie-Claire Sanglard, secrétaire PV, sans droit de vote

b) Fondés de procuration ou membres à titre consultatif

- MM. Valère Steulet et Jérôme Steulet, fondés de procuration, avec signature collective à deux avec un administrateur.

Les fondés de procuration et les membres à titre consultatif sont convoqués soit par le président, soit à la demande expresse de trois membres du CA.

1.1.3 ORGANISATION

Le président, en son absence le vice-président, dirige les séances dudit conseil. Chaque séance fait l'objet d'un procès-verbal signé par le secrétaire et le président ou leurs remplaçants et est remis à chaque membre au plus tard 10 jours avant la prochaine séance. Le président du conseil d'administration se charge de l'envoi de celui-ci. La prochaine date de convocation sera mentionnée dans le procès-verbal.

1.1.4 SIGNATURES SOCIALES

La société est engagée par la signature individuelle du président et par la signature collective à deux des administrateurs ou d'un administrateur et d'un fondé de procuration, inscrits au RC.

1.2 CONVOCATIONS

Les dates des séances sont fixées à l'avance pour toute l'année (en principe 4 par année). Le président est chargé de les coordonner avec les autres membres du conseil.

Les convocations se font par écrit. Toute convocation fait l'objet d'un ordre du jour, envoyé 10 jours avant la séance. Le président, en son absence le vice-président, est responsable de l'exécution de cette tâche.

Trois membres du conseil peuvent demander la convocation du conseil d'administration en tout temps. Ils adresseront leur demande par écrit, en formulant les objets qu'ils souhaitent traiter, au président (en cas d'absence au vice-président) qui fixera une date de convocation dans un délai maximum de vingt jours, dès réception de la demande.

Le conseil d'administration se réunit aussi souvent que les affaires l'exigent.

Des séances peuvent être convoquées sous forme de circulaire ou de conférence téléphonique dans un délai de 24 heures. Dans ce dernier cas, tous les membres doivent être consultés.

1.3 DECISIONS

Les décisions du conseil d'administration sont prises à la majorité des voix des membres du conseil et sont inscrites comme tel dans le procès-verbal.

En cas d'égalité, la voix du président est prépondérante.

Dans la règle, le vote a lieu à main levée. Un vote ou une élection au scrutin secret n'a lieu qu'à la requête d'un tiers des membres du conseil d'administration.

Les décisions font l'objet d'une communication écrite aux membres, sous forme d'un procès-verbal signé par le président et le secrétaire.

1.4 DIVERS

1.4.1 REMUNERATION

En plus du remboursement de leurs débours, les administrateurs peuvent toucher une indemnité annuelle qui sera fixée par le conseil, indépendante du résultat de l'exercice.

1.4.2 RENSEIGNEMENTS, INFORMATIONS

Chaque membre du conseil d'administration a le droit d'obtenir des renseignements sur toutes les affaires de la société. Les détails sont régis par l'article 715a CO.

Les livres et la correspondance ne peuvent être consultés qu'en vertu d'une autorisation expresse du conseil d'administration.

2. REGLEMENT D'ORGANISATION

2.1 ATTRIBUTIONS DU CONSEIL

Le conseil d'administration a les attributions intransmissibles et inaliénables suivantes :

- a) exercer la haute direction de la société et établir les instructions nécessaires;
- b) fixer l'organisation du conseil;
- c) fixer les principes de la comptabilité et du contrôle financier ainsi que le plan financier, pour autant que celui-ci soit nécessaire à la gestion de la société;
- d) nommer et révoquer les personnes chargées de la gestion et de la représentation;
- e) exercer la haute surveillance sur les personnes chargées de la gestion pour s'assurer notamment qu'elles respectent la loi, les statuts, les règlements et les instructions données;
- f) établir le rapport de gestion, préparer l'assemblée générale et exécuter ses décisions;
- g) informer le juge en cas de surendettement;
- h) adopter le budget;
- i) se prononcer sur le positionnement du média;
- j) adopter le cadre général de la grille des programmes;
- k) fixer la ligne rédactionnelle.

2.2.1 NOMINATION DES RESPONSABLES

Le conseil d'administration nomme l'administrateur délégué et définit son cahier des charges. Sur proposition de l'administrateur délégué, le conseil d'administration nomme les membres du conseil de direction.

Le conseil de direction est composé :

- de l'administrateur délégué
 - du directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - de la chargée de relations publiques
 - du directeur des ventes
 - du directeur opérationnel
 - du directeur financier
- Sur demande, d'autres collaborateurs participent aux séances, le rédacteur en chef adjoint, le responsable technique, le directeur d'antenne adjoint, les secrétaires d'antenne, etc.

2.2.2 REGLEMENTS DES CAHIERS DES CHARGES

Un contrat, complété d'un cahier des charges, est établi pour chaque membre du conseil de direction. Ils sont préparés par l'administrateur délégué et approuvés par le conseil d'administration. Ces documents sont établis en trois exemplaires et signés par chacun des intéressés.

Le cahier des charges comportera les points suivants :

1. Désignation de la fonction
2. Remplacement
3. Tâches, responsabilités et compétences
4. Conclusion

2.2.3 MODE DE SIGNATURE ET COMPETENCES ENVERS LES TIERS

Voir le règlement des signatures qui fait foi.

2.2.4 TACHES ET RESPONSABILITES DU CONSEIL DE DIRECTION

Les tâches et responsabilités au sein du conseil de direction sont définies dans un règlement adéquat.

Chaque modification devra être présentée au conseil d'administration pour accord.

3. DISPOSITIONS FINALES

3.1 ADOPTION DU REGLEMENT

Le présent règlement est adopté par le conseil d'administration dans sa séance du

3.2 MISE EN VIGUEUR

Il entre en vigueur immédiatement.

3.3 MODIFICATIONS

Il peut être modifié en tout temps par une nouvelle décision du conseil d'administration. Ce dernier examine chaque année, après l'assemblée générale, si une modification du règlement est nécessaire.

ARC FM SA

Le président :

Le vice-président :

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Delémont, le

2.2 a 2

4.

REGLEMENT DES SIGNATURES

1. La signature sociale est réservée aux administrateurs inscrits au RC selon règlement CA pt 1.1.4.

1.1 **SIGNATURE INDIVIDUELLE DE L'ADMINISTRATEUR DELEGUE**

- a) Pour les débits auprès des instituts financiers (banques, La Poste, etc.) ;
- b) Pour les contrats de travail des collaborateurs ne faisant pas partie des cadres ;
- c) Pour tout ce qui engage la société dans la gestion courante (gestion de contentieux, etc.) ;
- d) Pour les paiements et dépenses renouvelables ;
- e) Pour les contrats de location et de leasing.

1.2 **SIGNATURE COLLECTIVE A DEUX**

- des administrateurs ;

- d'un administrateur et d'un fondé de procuration ;

- a) Pour les débits auprès des instituts financiers (banques, La Poste, etc.);
- b) Pour les contrats de travail des collaborateurs ne faisant pas partie des cadres ;
- c) Pour tout ce qui engage la société dans la gestion courante (gestion de contentieux, etc.) ;
- d) Pour les paiements et dépenses renouvelables ;
- e) Les contrats de location et de leasing.

1.3 SIGNATURE COLLECTIVE A DEUX

- de l'administrateur délégué et d'un administrateur ;

- des administrateurs ;

- d'un administrateur et d'un fondé de procuration ;

a) Pour les contrats de travail des membres du conseil de direction ;

b) Pour tout ce qui engage juridiquement la société et qui relève d'une décision du Conseil d'administration;

c) Pour tout ce qui concerne l'engagement de la société dans les domaines stratégiques, dans la structure de fonctionnement et dans les politiques commerciale, technique, financière et administrative, selon règlement CA pt 1.1.4.

2. Les signatures engageant la société devront être déposées au Registre du Commerce. Elles seront radiées au départ des personnes concernées.

3. Le présent règlement entre en vigueur dès le.....

ARC FM SA

Le président :

Le secrétaire :

Pierre Steulet

Dominique Bugnon

Delémont, le

2.2 a 2

5.

REGLEMENT D'EXPLOITATION ET MATRICE DES ACTIVITES DE ARC FM SA

du 1^{er} janvier 2008

(Entrée en vigueur : dès l'obtention de la concession)

Le Conseil d'administration de ARC FM SA,

Vu la nouvelle loi Radio et Télévision (LRTV) entrée en vigueur au 1^{er} avril 2007

et

Vu la nouvelle ordonnance (ORTV) y relative,

a établi le règlement suivant :

1. **DISPOSITIONS GENERALES**

1.1 **CHAMP D'APPLICATION ET DEFINITIONS**

Le présent règlement régit l'ensemble des activités, en particulier opérationnelles, du programme de ARC FM SA.

1.2 **DROITS**

Le concessionnaire a le droit de diffuser un programme de radio régionale dans la zone 6 (zone de desserte n° 6 de l'annexe 1 à l'ORTV) conformément aux dispositions de la LRTV et de l'ORTV.

Le programme est diffusé dans la zone de desserte par voie hertzienne terrestre en mode analogique sur fréquence OUC. Le concessionnaire peut aussi diffuser son programme sans aucune modification en mode numérique sur les fréquences OUC qui lui ont été assignées.

1.3 **OBLIGATIONS**

Le concessionnaire s'engage à respecter le mandat de prestation qu'il a mis en place.

1.4 SYSTEME DE GESTION DE LA QUALITE

Le concessionnaire procédera à la certification selon les exigences de l'OFCOM.

2. ORGANISATION DE LA RADIO

2.1 GENERALITES

ARC FM SA est une société anonyme. Le Conseil d'administration a la haute direction de la société anonyme.

Le Conseil d'administration veille à mettre à disposition de la radio, le personnel et les installations techniques nécessaires.

L'administrateur délégué, en collaboration avec le directeur général, le rédacteur en chef et les membres de la direction, assume la responsabilité de la diffusion des émissions.

2.2 TACHES PRINCIPALES D'EXPLOITATION

ARC FM SA est indépendante et favorable au pluralisme démocratique. Elle ne sert aucun parti politique, aucune tendance religieuse, aucun groupe d'intérêts. Elle vise à mettre ses auditeurs en mesure de se faire une opinion.

ARC FM SA met surtout l'accent sur la vie locale, régionale et cantonale. Mais elle ne saurait rester insensible aux événements nationaux et internationaux, en particulier à ceux qui peuvent avoir des répercussions sur la vie de la collectivité de l'Arc jurassien.

Aux heures de grande audience (jours ouvrables de 6h30 à 8h30, de 11h00 à 13h00, de 17h à 19h), ARC FM SA s'assure que cette information locale et régionale:

- porte en premier lieu sur des aspects importants ayant trait à la politique, à l'économie, à la culture, à la société et au sport;
- soit variée;
- représente une grande diversité d'opinions et d'intérêts;
- permette à un grand nombre de personnes ou de groupes de s'exprimer;
- reflète les événements et les sensibilités de l'ensemble de la zone de desserte.

ARC FM SA s'engage à respecter le droit du travail et observe les conditions de travail usuelles dans la branche. La société régit au moins le salaire, le temps de travail, les vacances, la formation et le perfectionnement de ses employés fixes et de ses stagiaires (voir CCT, pt 3.2b 1).

Les règlements ci-dessous :

- Règlement du Conseil d'administration
- Règlement des signatures
- Règlement du Conseil de direction
- Règlement interne

- Cahier des charges de l'administrateur délégué, du directeur d'antenne et rédacteur en chef
- Cahier des tâches de la rédaction et de l'animation

font parties intégrantes de ce règlement d'exploitation.

2.3 DIFFUSION

ARC FM SA s'engage à couvrir la zone de desserte selon les modalités au sens du chiffre 3.3 de l'annexe 1 à l'ORTV.

2.4 EXERCICE DE LA FONCTION

Le Conseil d'administration, les journalistes et le personnel sont tenus au secret professionnel. Ils s'interdisent donc de révéler à des tiers la source d'une information reçue par la station. Le personnel observe, à propos des affaires de la radio, la plus grande discrétion.

Le Conseil d'administration et le personnel veillent à résister aux pressions des groupes politiques, économiques ou idéologiques, des annonceurs et des auditeurs.

Les membres du personnel, en collaboration avec le directeur d'antenne et rédacteur en chef et les membres de la direction, sous la responsabilité de l'administrateur délégué, assurent la meilleure présentation de la grille des programmes.

Les journalistes s'efforcent d'analyser les faits avec rigueur et honnêteté intellectuelle. Ils rassemblent, pour traiter un sujet, le plus grand nombre possible d'éléments d'appréciation de tous ordres avant de prendre position ou de conclure. La manière de présenter et d'exposer un sujet doit être adaptée à la compréhension du public le plus large.

Dans leurs commentaires, les journalistes s'efforcent d'être avant tout explicatifs, et de dénouer clairement l'écheveau de l'événement, plutôt que d'affirmer sans démonstration convaincante.

3. DISPOSITIONS FINALES

3.1 Durée de la concession

La concession est valable jusqu'au 31 décembre 2019.

ARC FM SA
L'administrateur délégué :

Pierre Steulet

Activités principales par processus	CA	CD	ADM	COM	R+A	TEC	QUA	OM	RP	CQ
Vision, orientation, lignes directrices de ARC FM SA	E	C								
Adoption des objectifs de ARC FM SA (budget, indicateurs divers,)	E	C								
Surveillance de la gestion de ARC FM SA	E	C								
Etablissement du rapport de gestion, préparation de l'AG et exécution des décisions	E	C								
Définition de la politique qualité et des principes éthiques	D	E								
Planification des activités de ARC FM SA	D	E	C	C	C	C	C			
Organisation, responsabilités et fonctions, ressources en personnel	D	E	C	C	C	C	C			
Fixation des objectifs	D	E	C	C	C	C	C			
Surveillance financière (fonds propres, de tiers, plans financiers,)	D	E	C	C	C	C	C			
Revue de direction : analyse des performances du système de management de la qualité	D	E	C	C	C	C	C			
Responsabilisation de la veille légale (OFCOM)	D	E	I	I	I	I	C			
Garantie de la promotion de ARC FM SA	D	E	I	C	I	I	I			
Garantie des relations avec les parties prenantes	D	E	I	C	I	I	I			
Garantie du fonctionnement des organes de communication	D	E						C	C	C
Gestion de l'informatique de gestion		D	E	I	I	I	I			
Fonctionnement du secrétariat et de la réception		D	E	I	I	I	I			
Traitement de la comptabilité (débiteurs et créanciers)		D	E	I	I	I	I			
Gestion de l'économat		D	E	I	I	I	I			
Gestion des salaires		D	E							
Engagement du personnel après mise au concours ou audition		D	E	C	C	C	C	I	I	
Formation et perfectionnement du personnel		D	E	C	C	C	C	I	I	
Evaluation du personnel		D	E	C	C	C	C	I	I	
Règlement du personnel		D	E	I	I	I	I	I	I	
Gestion de la publicité		D		E	C	C				
Recherche et suivi des parrainages		D		E	C	C				
Gestion des redevances		D		E	C	C				
Gestion des autres types de recettes		D		E	C	C				
Conception des prestations de ARC FM SA		D		C	E	C				
Recherche de l'information		D		C	E	C				
Tri de l'information		D		C	E	C				
Structure de la grille des programmes		D		C	E	C				
Montage		D		C	E	C				
Gestion des équipements de production (studios, installations, véhicules, régie, ...)		D			E	C				
Gestion de l'informatique de production et diffusion		D		I	I	E				
Gestion de la grille de diffusion		D			C	E				
Gestion des achats de matériels : sélection, commande et évaluation		D			C	E				
Gestion des équipements de diffusion (Emetteurs, links internes, téléseaux, ...)		D			I	E				
Enregistrements des émissions		D			I	E				
Tri, stockage et archivage		D	E	E	E	E				
Gestion du système documentaire		D	I	I	I	I	E			I
Traitement des mesures externes (audience, sondages, réclamations,...)		D		C			E			I
Traitement des mesures internes (performances des processus, audits internes,...)		D	C		C	C	E			I
Gestion des dysfonctionnements (non-conformité, réclamations,...)		D	C	C	C	C	E			C
Gestion des actions correctives, préventives et améliorations		D	C	C	C	C	E			C
Etablissement du tableau de bord pour revue de direction		D	C	C	C	C	E			I

CA : Conseil d'administration **CD** : Conseil de direction
QUA : Qualité **OM** : organe de médiation
D : Décide **E** : Exécute

ADM : Administration **COM** : Commercial
RP : Représentants du personnel
C. Collabore **I** : est Informé

R+A : Rédaction & Animation **TEC** : Technique
CQ : Comité Qualité

2.2 a 2

6.

REGLEMENT DU CONSEIL DE DIRECTION DE ARC FM SA

1. **COMPOSITION** :
 - Pierre Steulet, administrateur délégué
 - x y, directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - Nathalie Rochat, chargée de relations publiques
 - Sébastien Chapuis, directeur des ventes
 - Jérôme Steulet, directeur opérationnel
 - Valère Steulet, directeur financier

2. **MODE DE DECISION** :
 - Par consensus, à défaut l'administrateur délégué décide.
 - En cas de désaccord sur le fond, l'un des membres peut interpellier le conseil d'administration pour avis.

3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**
 1. Coordonne toutes les activités de la station.
 2. Assume la responsabilité du contenu du programme.
 3. Structure la grille des programmes et décide de la charpente des émissions.
 4. Nomme le personnel après mise au concours et audition des meilleures candidatures.
 5. Décide des licenciements à l'exception des membres du conseil de direction.
 6. Gère le temps de travail des employés et prend les mesures nécessaires à la régularisation.
 7. Met sur pied des cours de formation dans les divers secteurs.
 8. Fixe les vacances du personnel.
 9. Veille au respect de la loi RTV et de l'ordonnance.
 10. Assume les relations avec les partenaires.

3. TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES (suite)

11. Assure la promotion de ARC FM et décide de la dotation des jeux.
12. Se réunit chaque fois que les affaires l'exigent, en principe une fois par semaine.
13. Modifie le programme en cas d'urgence.

ARC FM SA

Le vice-président :

Philippe Zahno

Le secrétaire :

Dominique Bugnon

Les membres du Conseil de direction :

L'administrateur délégué :

Pierre Steulet

Le directeur d'antenne et rédacteur en chef :

x y

La chargée de relations publiques :

Nathalie Rochat

Le directeur des ventes :

Sébastien Chapuis

Le directeur opérationnel :

Jérôme Steulet

Le directeur financier :

Valère Steulet

Delémont, le 6 novembre 2007

2.2 a 2

7.

REGLEMENT INTERNE DE ARC FM SA

Le présent règlement a pour objet :

- de fixer les règles internes applicables en matière d'hygiène et de sécurité au sein de l'entreprise
- de déterminer les règles générales et permanentes relatives à la discipline.

Il s'applique à tous les collaborateurs, où qu'ils se trouvent (dans les locaux, à l'extérieur dans le cadre professionnel, lors de déplacement avec les véhicules de l'entreprise, etc.), y compris aux intérimaires et aux stagiaires.

Toute autre prescription générale, portée à la connaissance du personnel par note de service, sera considérée comme adjonction au présent règlement et aura force d'application. Des mises à jour de ce règlement seront faites en fonction de l'évolution de l'entreprise.

Ce document est remis pour approbation à chaque nouveau collaborateur, lors de son embauche. Il est affiché dans l'entreprise. Tous les collaborateurs doivent se tenir informés des modifications de ce règlement.

1. ACCES ET HEURES D'OUVERTURE

1.1 LOCAUX

Les locaux sont accessibles au personnel à toute heure. Les présences entre 21h00 et 03h00 doivent correspondre aux exigences de la tâche.

1.2 CARTES D'ACCES

L'utilisation des cartes d'entrée est prescrite pour ouvrir les portes principales.

1.3 HORAIRES

Les horaires de travail du personnel peuvent varier selon leur fonction au sein de l'entreprise (journalistes, animateurs, administratifs, etc.). Chacun est tenu de les respecter.

1.4 DIVERS

Les personnes externes à l'entreprise n'y ont pas accès, sauf pour des visites organisées ou des rendez-vous professionnels.

Tout animal de compagnie est interdit dans les locaux de l'entreprise.

2. UTILISATION DES RESSOURCES LOGISTIQUES ET INFORMATIQUES

2.1 UTILISATION

Internet, l'intranet, le téléphone, le fax et la messagerie électronique de l'entreprise peuvent être employés pour un usage personnel, à condition d'être utilisés de bonne foi, occasionnellement seulement.

Les collaborateurs ayant accès à Internet ne doivent pas diffuser d'informations sensibles ou confidentielles sur les activités de l'entreprise.

L'utilisation d'Internet doit se faire dans le respect des règles de sécurité et des dispositions légales relatives notamment au droit de propriété, à la diffamation, aux fausses nouvelles, aux injures et provocations.

La charte d'utilisation d'Internet/Intranet règle en détails tous les points qui ne figurent pas dans le présent règlement.

2.2 ESPACES INDIVIDUELS SUR LES SERVEURS

Les espaces individuels de stockage des données informatiques sur les serveurs de l'entreprise (OUTLOOK, DALET) doivent être considérés comme les places communes au sein de l'entreprise. A ce titre les « objets virtuels » (mails, sons, documents informatiques, etc.) seront triés au fur et à mesure de leur utilisation.

Les archives sonores personnelles, liées au fonctionnement radiophonique de l'entreprise, doivent être transférées sur support adéquat dans les plus brefs délais.

Des mesures de nature à protéger l'outil principal de fonctionnement de l'entreprise seront prises plusieurs fois par année en accord avec chacun des collaborateurs. (Ex : suppression des mails vieux de plus de 6 mois, suppression des sons dans le DALET ayant plus de 6 mois d'inactivité).

2.2 ORDINATEURS

Les sessions d'exploitation individuelles doivent être fermées lorsque le collaborateur quitte sa place de travail.

Les écrans des ordinateurs doivent être éteints lorsque le collaborateur a fini son travail.

3. EXECUTION DU TRAVAIL

3.1 ABSENCE

Toute absence doit être signalée et justifiée dès que possible, mais avant l'heure d'entrée en fonction, auprès de la direction et du responsable de service dont dépend le collaborateur.

Aucun collaborateur ne peut s'absenter de son poste de travail sans motif valable.

3.2 PAUSES

Les pauses peuvent être prises à tout moment, mais elles ne doivent pas entraver la bonne marche de l'entreprise. Les pauses ne font pas partie du temps de travail.

3.3 VACANCES

En règle générale, les vacances sont accordées pendant l'année de service correspondante; elles comprennent au moins une période de deux semaines consécutives. L'employeur ou le responsable direct fixe la date des vacances en tenant compte des désirs de l'employé, dans la mesure où ils sont compatibles avec les intérêts de l'entreprise.

Les vacances portant sur une période de plus de deux semaines consécutives doivent être fixées et acceptées au moins trois mois à l'avance.

4. HARCELEMENT

4.1 DISPOSITIONS RELATIVES A L'ABUS D'AUTORITE EN MATIERE SEXUELLE ET MORALE DANS LE TRAVAIL

Harcèlement sexuel

L'art. 4 de la Loi sur l'égalité définit le harcèlement sexuel comme tout comportement de caractère sexuel ou tout autre comportement fondé sur l'appartenance sexuelle qui porte atteinte à la dignité de la personne sur son lieu de travail, en particulier le fait de proférer des menaces, de promettre des avantages, d'imposer des contraintes ou d'exercer des pressions de toute nature sur une personne en vue d'obtenir d'elle des faveurs de nature sexuelle.

Mobbing

Le mobbing (harcèlement psychologique) constitue une forme particulière d'atteinte à la personnalité du travailleur. Il fait donc l'objet de la protection de l'art. 328 CO.

Le Tribunal fédéral le définit un peu plus précisément par un ensemble d'actions négatives d'ordre relationnel qui est dirigé contre une personne et qui, très souvent, se produit pendant une longue période, caractérisant ainsi un rapport de bourreau à victime.

Dans ces deux cas, aucun collaborateur ne peut être sanctionné par l'employeur s'il se sent victime et qu'il dénonce de tels agissements.

5. AUTRES DISPOSITIONS

5.1 BOISSONS ET RESTAURATION

Les boissons et tout autre aliment sont interdits dans les régies techniques.

Pour les personnes à l'antenne, le traditionnel verre d'eau est accepté. Il doit être impérativement tenu à l'écart de la régie.

En principe, la consommation d'alcool est interdite durant les heures de travail.

5.2 TABAC

Il est interdit de fumer dans les locaux et les couloirs de l'entreprise. Toutefois, des endroits spécifiques sont réservés aux fumeurs.

Il est recommandé de fumer avec modération dans les lieux autorisés.

Des dérogations ponctuelles pourront être accordées sur demande expresse, notamment à l'occasion de réception.

Vider les petits cendriers dans les grands cendriers métalliques réservés à cet effet, à la fin de chaque journée de travail.

5.3 RANGEMENT ET PROPRETE

Les locaux de l'entreprise doivent être maintenus propres ; les sanitaires en particulier.

Toute personne ayant accès aux locaux doit respecter l'ordre, éviter de faire du bruit dans les couloirs, les salles de travail, les salles de détente, pour favoriser le bon déroulement des activités de l'entreprise.

Les places de travail, même personnelles, doivent être tenues propres et dégagées de tout objet n'ayant pas de lien direct avec l'activité professionnelle quotidienne. Les piles de papier en tout genre, les piles de disques, les tas de journaux n'ont rien à faire sur les bureaux.

Les armoires, tiroirs et bureaux mis à la disposition des collaborateurs doivent être maintenus propres. Les documents ou les objets stockés doivent être rangés et classés.

Les vêtements et autres accessoires personnels doivent être rangés dans les endroits prévus à cet effet.

Ne rien déposer sur les armoires ou par terre : ni sac personnel, ni valise de matériel, ni paperasse, ni carton, etc.

Utiliser les supports adéquats pour fixer des affiches ou autres (scotch et punaises sont inadéquats).

Fixer les documents avec des aimants sur les armoires et les tableaux prévus à cet effet.

Utiliser des étiquettes plastiques style Dymo et éviter les étiquettes autocollantes en papier.

5.4 MATERIEL

Le matériel de l'entreprise mis à disposition des collaborateurs doit être traité avec soin.

Signaler sans attendre les problèmes ou panne à « support@nomdel'entreprise.ch ».

5.4.1 ENREGISTREURS NUMERIQUES

Ils doivent être manipulés avec soin et être remis en charge régulièrement.

Les pannes, défauts ou pertes doivent être signalées rapidement à « support@nomdel'entreprise.ch ».

5.4.2 DISQUES

Les disques sous forme de CD ou de vinyle doivent être entretenus, classés et rangés dans la discothèque.

5.5 VEHICULES DE L'ENTREPRISE

Les collaborateurs doivent éviter d'utiliser leur véhicule privé pour les déplacements professionnels lorsque des véhicules de l'entreprise sont libres. Pour les longues distances, les véhicules de l'entreprise sont obligatoires. Ils doivent être utilisés avec précaution et maintenus propres tant à l'extérieur qu'à l'intérieur.

Les carnets de suivi des véhicules doivent être dûment remplis après chaque utilisation.

Surveiller l'état des pneus et les petits dégâts. Avertir le responsable des voitures pour obtenir l'autorisation d'engager des frais.

Les changements saisonniers de pneus sont organisés par le responsable des véhicules pendant le mois de novembre et pendant le mois d'avril. Tous les pneus des voitures du groupe seront changés aux dates arrêtées par le responsable des véhicules.

Selon l'état des pneus d'hiver, le responsable des véhicules décidera de les « finir ».

Utiliser impérativement les places de parc réservées à ARC FM. Ne pas parquer devant les portes d'entrée.

Surveiller à quel moment le service d'entretien doit être fait pour les véhicules de l'entreprise à disposition de tous les collaborateurs. Mille kilomètres avant l'échéance, avertir le responsable des véhicules.

Pour les véhicules de l'entreprise à usage personnel, les services sont à faire par le conducteur principal. Avertir le responsable des véhicules avant de réaliser toute démarche.

6. APPLICATION

Toute violation de ce règlement, en fonction de sa nature et de sa gravité, pourra entraîner des sanctions de la part de l'employeur.

7. ENTREE EN VIGUEUR ET MODIFICATION

Ce règlement entre en vigueur le 6 novembre 2007.

Il est mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs sur l'intranet et affiché dans l'entreprise.

Toute modification ultérieure du règlement interne sera signalée par courrier électronique à l'ensemble des collaborateurs.

ARC FM SA

L'administrateur délégué :

Pierre Steulet

Delémont, le

2.2 a 2

8a

CAHIER DES CHARGES DE L'ADMINISTRATEUR DELEGUE

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : administrateur délégué

2. **REPLACEMENT** : le directeur d'antenne et rédacteur en chef

3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**

3.1 **GENERALITES**

- L'administrateur délégué est nommé par le conseil d'administration.
- Il applique les directives du conseil d'administration.
- Il est membre du conseil de direction.

3.2 **ORGANISATION**

L'administrateur délégué :

- Répond devant le conseil d'administration du bon fonctionnement général de la société auquel il veille.
- Fait appliquer les décisions du conseil de direction et du conseil d'administration au sein de l'entreprise.
- Assume la responsabilité de diffuseur.
- Prépare et préside les séances du conseil d'administration.
- Veille à la régularité et au bon déroulement des séances du conseil d'administration et du conseil de direction.

3.2 ORGANISATION (suite)

- Soumet au conseil d'administration les demandes d'avis d'un membre de la direction.
- Répond de la gestion devant le conseil d'administration.
- Prépare et présente le budget et les comptes de l'entreprise devant le conseil d'administration.
- Procède, dans le cadre du budget, aux investissements nécessaires au bon fonctionnement de la station.
- Décide des salaires dans le cadre du budget adopté par le conseil d'administration.
- Fait signer à chaque employé un contrat de travail en double exemplaire.
- Assure la relation avec les institutions : Etat, Banques, OFCOM, Suisa, etc...
- Détermine, avec BNJ Publicité SA, les prix des espaces publicitaires et de la mise en ondes et veille à l'application des tarifs.
- Propose les orientations générales de la station, collaboration RRR, Pool info, synergie entre radios, etc...
- Décide de tous les contrats-échanges, quel que soit le but (achat de matériel, matériel de promotion, cadeaux, etc.).
- Veille au bon fonctionnement des relations publiques.

4. CONCLUSION

La liste des tâches et responsabilités n'est pas exhaustive et peut évoluer avec les besoins de l'entreprise.

ARC FM SA

L'administrateur délégué :

Le vice-président :

Le secrétaire

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Dominique Bugnon

Delémont, le 6 novembre 2007

2.2 a 2

8b

CAHIER DES CHARGES DU DIRECTEUR D'ANTENNE ET REDACTEUR EN CHEF

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : Directeur d'antenne et rédacteur en chef

2. **REPLACEMENT** : Responsable adjoint

3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES** :

3.1 **GENERALITES**

- Le directeur d'antenne et rédacteur en chef est nommé par le conseil d'administration dont il dépend. Il assiste aux séances du conseil d'administration quand celui-ci le lui demande.
- Il assume le respect de la charte et de la ligne générale de l'antenne, ligne fixée en priorité par le conseil d'administration.
- Il a pour mission de participer et veiller à la réalisation des objectifs fixés par le conseil d'administration et l'administrateur délégué de ARC FM SA.
- Il applique les directives de l'administrateur délégué et du conseil de direction.
- Il est membre du conseil de direction et dirige la séance hebdomadaire de celui-ci.
- Il dirige le personnel de la rédaction et de l'animation et délègue les charges qui peuvent l'être selon les compétences du personnel.
- Il applique et fait appliquer les règlements, les conventions avec d'autres organismes, la loi sur la radio et la télévision (LRTV), l'ordonnance (ORTV) et le mandat de prestations.

3.2 ORGANISATION DE LA REDACTION ET RESPONSABILITES

Le directeur d'antenne et rédacteur en chef :

- met sur pied, en principe 5 fois par semaine, une séance rédaction/animation pour gérer l'organisation du travail.
- recherche et planifie l'information.
- contrôle et veille à la qualité du travail.
- représente les intérêts de la station auprès des autres médias, si nécessaire en collaboration avec le conseil de direction.
- veille au suivi quotidien d'Internet.
- assiste, chaque fois que c'est nécessaire, aux séances des différents secteurs afin de coordonner les directives.
- évalue et gère le temps de travail de la grille et des employés en collaboration avec l'administrateur délégué et les responsables des secteurs.
- collabore à la création et au maintien des bonnes relations avec les partenaires institutionnels de la radio, en concertation et en complémentarité avec l'administrateur délégué;
- veille à la qualité de l'accueil des invités et visiteurs dans la maison.
- veille à la bonne information des membres de la rédaction et de l'animation, à la qualité de leur collaboration, ainsi qu'à leur formation initiale et continue. Il participe à l'évaluation et à la promotion du personnel.
- assume toutes les tâches et responsabilités inhérentes à sa fonction.
- donne un préavis à l'administrateur délégué pour l'engagement ou le licenciement du personnel de la rédaction. Il prépare les auditions des candidats lors des mises au concours.
- participe aux auditions des candidats en collaboration avec l'administrateur délégué.
- gère les archives (sons + textes) de la station, sur la base du logiciel disponible.

3.3 EMISSIONS SPECIALES

Le directeur d'antenne et rédacteur en chef met sur pied les émissions spéciales, votations, élections, manifestations, etc.

3.4 CONTROLE DE L'ANTENNE

Le directeur d'antenne et rédacteur en chef :

- écoute systématiquement les émissions, ainsi que celles d'autres stations et fait la critique au personnel concerné.
- participe et veille à l'amélioration du travail : interviews, montages, présences à l'antenne, etc. Il surveille et corrige les stagiaires en collaboration avec le personnel qualifié.

- planifie et met sur pied des magazines réguliers en collaboration avec les journalistes et animateurs.
- organise et dirige les séances d'information de la rédaction, si nécessaire en collaboration avec l'administrateur délégué et le responsable des sports.
- exige une mise en ondes qui correspond à la ligne de ARC FM SA.
- décide de la diffusion ou non d'un document sonore. Dans les situations très épineuses, il demande l'avis de l'administrateur délégué.
- veille à l'amélioration de la grille des programmes en collaboration avec le conseil de direction.
- assume la ligne musicale en collaboration avec l'administrateur délégué, le secrétaire d'antenne et le programmeur.
- veille à la bonne diffusion de la publicité et des documents sonores promotionnels.
- peut être appelé à faire des remplacements à l'antenne.

3.5 ADMINISTRATION DE LA STATION

Le directeur d'antenne et rédacteur en chef :

- résout les problèmes administratifs courants et définit le travail du secrétariat.
- contrôle, au besoin modifie selon le règlement, les planifications des vacances, afin d'éviter d'une part, les perturbations de programme et d'autre part, les conflits personnels.
- rapporte à l'administrateur délégué ou au conseil d'administration les problèmes qu'il n'est pas à même de résoudre et présente son point de vue.
- engage dans les limites du budget et en accord avec l'administrateur délégué, les collaborateurs occasionnels nécessaires.
- vise ou établit les décomptes mensuels, et les fournit à l'administrateur délégué.
- contrôle la bonne utilisation du matériel (voiture, magnétophones autonomes, etc.).
- fait maintenir ordre et propreté à la rédaction dans les régies et les studios.
- propose à l'administrateur délégué des plans de formation en accord avec les responsables du Règlement de formation.
- préserve l'unité, la solidarité et l'efficacité des équipes en place.
- partage et véhicule auprès de l'ensemble du personnel les valeurs et la culture de l'entreprise.

4. CONTRAT

Il s'agit d'un contrat de cadre. Le directeur d'antenne et rédacteur en chef doit être d'une grande disponibilité lors d'événements ou de problèmes particuliers.

5. **COMPETENCES ET CAPACITES REQUISES**

Exigences pour le poste :

- formation universitaire ou équivalente
- journaliste chevronné(e), de préférence avec expérience radiophonique
- bonnes connaissances de l'actualité en général et de la vie jurassienne en particulier
- aptitudes à conduire une équipe de rédaction
- sens des responsabilités et disponibilité.

6. **DIVERS**

Défend les intérêts de la radio et ne peut collaborer à d'autres médias sans l'autorisation expresse du conseil d'administration.

7. **CONCLUSION**

Le présent cahier des charges complète les termes du contrat d'engagement et les directives ont force obligatoire. La liste des tâches et responsabilités n'est pas exhaustive et peut évoluer avec les besoins de l'entreprise.

Ce poste exige à la fois discrétion et confidentialité, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur de l'entreprise.

ARC FM SA

Le directeur d'antenne et
rédacteur en chef :

xy

Le président :

Pierre Steulet

Le vice président :

Philippe Zahno

Delémont, le

2.2 a 2

8c

CAHIER DES CHARGES DE LA CHARGÉE DE RELATIONS PUBLIQUES

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : Chargée de relations publiques
2. **REPLACEMENT** : Directeur opérationnel
3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**

3.1 **GENERALITES**

La chargée de relations publiques

- est nommée par le conseil d'administration. Elle assiste aux séances du conseil d'administration sur demande du président.
- applique les directives de l'administrateur délégué et des différents conseils de direction dont elle dépend.
- participe et veille activement à la réalisation des objectifs du groupe et des différentes entreprises.
- en coordination avec l'administrateur délégué et le directeur d'antennes, élabore et assure l'information externe et interne au sein de chaque société ou du groupe.
- gère les relations avec les partenaires institutionnels de la radio, en collaboration avec l'administrateur délégué et le directeur d'antenne.
- partage et véhicule auprès de l'ensemble du personnel les valeurs et la culture de l'entreprise.

3.2 **FONCTIONNEMENT ET ENCADREMENT**

La chargée de relations publiques

- entretient et facilite les contacts avec tous les partenaires potentiels.
- prépare et gère les conférences de presse, communiqués et autres interventions en matière de communication et de relations publiques.
- représente, à sa demande, l'administrateur délégué.
- veille à l'accueil des visiteurs, des invités et du public.

3.3 COMMUNICATION

La chargée de relations publiques

- définit, en collaboration avec l'administrateur délégué, la stratégie de communication apte à renforcer l'image de marque de chacune des radios du groupe et formule des propositions à cet effet.
- établit un lien de confiance et développe un réseau de contacts avec les institutions politiques, économiques, sociales, CCIJ, CCIN, les organisations sportives, les sociétés, les associations et les organisateurs de manifestations.
- participe à l'élaboration ou à l'évolution des logos et du matériel de promotion de chaque radio du groupe en collaboration avec l'administrateur délégué.
- veille à la gestion du matériel promotionnel en collaboration avec Image et Son SA (montgolfière, panneaux, etc...).

3.4 ANTENNE

La chargée de relations publiques

- représente les radios sur l'Arc jurassien et au-delà si nécessaire.
- définit les concepts de communication lors des émissions à l'extérieur et veille à leur bonne application.
- assure une permanence sur les manifestations ou directs externes.
- organise, à la demande du conseil de direction, des Events sur les stands.
- suit, analyse avec le directeur d'antenne les sondages réalisés par Publica Data et organise les sondages maison.
- participe aux séances grilles et aux séances cadres et assure le suivi en matière de communication.
- assiste, chaque fois que c'est nécessaire, aux séances des conseils de direction et des différents secteurs afin de définir et coordonner les aspects liés à la communication.
- développe les actions nécessaires pour atteindre les objectifs promotionnels fixés par les conseils de direction.
- établit en collaboration avec les différents responsables des bilans et des prévisions des opérations spéciales.
- écoute toutes les émissions afin de bien comprendre les critiques externes et en fait part au conseil de direction

3.5 GESTION DU PERSONNEL

La chargée de relations publiques

- gère la stratégie de communication interne en favorisant la transparence et une bonne information du personnel.
- accueille les nouveaux employés, organise à leur intention la présentation des radios et explique le fonctionnement des différents secteurs.
- apporte son concours à la formation.
- procède à la mise en place d'une communication de valorisation du travail de chacun à l'intérieur et à l'extérieur.
- favorise et développe la culture d'entreprise et veille à l'instauration d'un bon climat de travail (organisation d'activités annexes, de rencontres, etc.)
- gère les stages en entreprise des jeunes de la région intéressés par la radio.

- entretient des relations avec les institutions publiques ou privées (écoles, administrations) dans le but de mieux faire connaître le média radio et ses débouchés.

4. CONCLUSIONS

Le présent cahier des charges ne change pas les termes du contrat d'engagement et les directives ont force obligatoire. La liste des tâches et responsabilités n'est pas exhaustive et peut évoluer avec les besoins de l'entreprise.

ARC FM SA

La chargée de relations publiques :

Le président :

Le vice-président :

Nathalie Rochat

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Delémont, le 27 novembre 2007

2.2 a 2

8d

CAHIER DES CHARGES DU DIRECTEUR DES VENTES

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : Directeur des ventes
2. **REPLACEMENT** : Coordinateur des ventes
3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**

3.1 **GENERALITES**

Le directeur des ventes gère l'équipe de vente de BNJ Publicité SA.

Le directeur des ventes :

- est nommé par le conseil d'administration dont il dépend.
- applique les directives du président.
- est membre du conseil de direction de ARC FM.
- motive l'équipe de vente.
- défend avec détermination les nouveaux projets décidés par la direction.
- établit la stratégie marketing de l'équipe de vente en concertation avec le directeur d'antennes et les responsables des différents secteurs concernés.
- assure des liens et des soutiens en collaboration avec la chargée de relations publiques, avec les partenaires économiques, sociaux, politiques, sportifs, culturels et associatifs.
- élabore tous les instruments permettant d'évaluer l'évolution du secteur de la vente. A cet effet, il rédige le plan marketing et le soumet au président.

- applique et fait appliquer les règlements de la société, les conventions avec d'autres organismes, l'ordonnance (ORTV) et la loi sur la radio et télévision (LRTV).
- est responsable des objectifs de l'équipe de vente.
- prépare dans les délais un projet de rapport annuel pour les besoins de l'assemblée générale de la société.

3.2 SECRETARIAT

Le directeur des ventes :

- assure l'information interne et la coordination entre les différents secteurs pour tout ce qui touche à la vente de la publicité et au sponsoring.
- veille au bon classement et à l'archivage des documents sonores de la publicité.
- assiste, chaque fois qu'il est nécessaire ou sur demande, aux séances des différents secteurs afin de coordonner les directives qui relèvent de la vente.
- veille au suivi de la production, de la facturation et de la planification des messages à diffuser.

3.3 GESTION DU PERSONNEL

Le directeur des ventes :

- propose au président le volume des ressources humaines nécessaire à l'équipe de vente.
- organise avec Image et Son SA la recherche de personnel, l'audition des candidats retenus et fait valoir son avis auprès du président.
- fournit mensuellement au président un décompte des contacts et des contrats de chaque courtier.
- remet mensuellement au responsable administratif d'Image et Son SA un décompte horaire du personnel commercial et administratif.
- gère le planning des absences et des vacances du personnel commercial en collaboration avec le directeur opérationnel.
- les contrats du personnel sont élaborés par Image et Son SA et centralisés au siège de cette société.
- les salaires sont fixés en collaboration avec le président sur la base de l'échelle des salaires du groupe et en fonction des objectifs annuels de chaque courtier.

3.4 ADMINISTRATION DU SECTEUR COMMERCIAL

Le directeur des ventes :

- est responsable des objectifs budgétaires fixés par le conseil d'administration et prend avec le directeur d'antennes du groupe les mesures nécessaires pour atteindre ces objectifs.
- réalise avec son équipe un chiffre d'affaires annuel minimum de Fr. _____. Cet objectif est fixé d'année en année.
- organise et contrôle les tâches de l'équipe de vente.
- veille à démarcher de façon systématique tous les annonceurs potentiels de BNJ Publicité SA et BNJ Multimédia Sàrl.
- élabore le budget en collaboration avec le président.
- établit le règlement de vente et en surveille l'application.
- soutient le développement de la vente et assume la répartition du travail au sein de l'équipe de vente.
- participe personnellement, suit et stimule les collaborateurs, afin que les objectifs commerciaux de l'entreprise soient atteints.
- instruit avec succès les courtiers aux nouvelles méthodes ou exigences.
- s'assure que les courtiers tiennent à jour leur portefeuille.
- exige de chaque courtier un plan hebdomadaire d'activité et veille au respect du plan établi.
- élabore les statistiques de prospections, des visites et des contacts clients.
- fournit au président et en collaboration avec Image et Son SA une statistique mensuelle des ventes.
- établit les confirmations de commande en cas de nécessité, en particulier lorsqu'un contrat n'a pas été signé en bonne et due forme.
- assure le suivi de la vente des manifestations et suggère des collaborations avec l'animation par la mise sur pied d'émissions facilitant la vente d'espaces publicitaires.
- collabore avec l'équipe de vente à l'encaissement des créances chez les débiteurs douteux ou récalcitrants, par une ou plusieurs visites. Après 85 jours de délai, les débiteurs sont transmis à un office de recouvrement de créances (ORC). Le président peut accorder des dérogations. Le directeur des ventes est tenu à la plus grande vigilance pour limiter les pertes sur débiteurs. Annuellement, elles ne doivent pas dépasser 1% de la somme des confirmations de commande et/ou des contrats signés.
- participe à la rédaction des textes publicitaires et des annonces de manifestations.

- propose au président, en adéquation avec le positionnement de BNP Publicité SA et BNP Multimédia Sàrl une politique de prix et veille à son application.
- développe, assiste et apporte un soutien lors d'animations extérieures.
- participe avec l'équipe de vente à la tenue des stands lors de manifestations auxquelles les stations de radio participent.
- rend visite et traite les clients nationaux en collaboration avec les régies nationales. En adéquation avec l'évolution des marchés, développe une politique de vente sur le plan international en maîtrisant les effets secondaires et/ou l'effet « boomerang ». Il informe le président du résultat de ses démarches et doit obtenir son accord pour développer le marché international.
- propose au président les investissements nécessaires au bon développement de la société (parc informatique, mobilier, etc.).

3.5 MOYENS ET LIAISONS

Le directeur des ventes :

- assiste aux séances hebdomadaires des secteurs vente et administration afin d'appliquer les directives du président, du directeur d'antennes et du conseil de direction. Les autres membres de la direction assistent à cette séance si nécessaire. Chaque séance fait l'objet d'un procès-verbal qui est remis au président.
- propose au conseil de direction, avec les courtiers et le directeur d'antennes, des actions à mettre sur pied à l'antenne pour dynamiser l'intérêt des annonceurs (animation publicitaire à l'antenne).
- propose, en collaboration avec le directeur d'antennes, toute amélioration des programmes dans le but de favoriser la vente d'espaces publicitaires, mais dans le respect des objectifs d'antenne des stations.
- prépare en collaboration avec les autres départements les activités qui touchent tant le marketing auditeur que le marketing annonceur.
- assiste à la séance hebdomadaire du conseil de direction.
- participe aux séances du Pool romand de publicité et développe des synergies avec les grandes agences, avec les autres radios et les autres médias.
- développe un réseau de contacts à Zürich en particulier, en Suisse romande pour générer de la publicité nationale et en France pour générer de la publicité internationale.
- crée en collaboration avec la chargée de relations publiques les outils de promotion, brochures, tarifs et participe à l'amélioration de l'image des entreprises par l'utilisation des autres médias, selon les limites du budget et avec l'accord du président.

3.6 PLANIFICATION ET MISE EN ONDES DE LA PUBLICITE

Le directeur des ventes :

- contrôle la conformité des messages.
- veille à la bonne planification et bonne diffusion des espaces publicitaires en collaboration avec le secrétariat et le directeur d'antennes.
- déclare chaque semaine à la Suisa toutes les musiques utilisées à des fins publicitaires et relevant du tarif PN.

3.7 GESTION DE LA PROMOTION DE LA STATION

Le directeur des ventes :

- veille à l'image de la station par l'envoi d'offres soignées et à ce que ces dernières soient crédibles et équitables pour tous les annonceurs.
- seconde le directeur d'antennes et le responsable administratif du groupe dans leurs tâches promotionnelles (identification, abonnements, supports publicitaires, etc).

3.8 FORMATION DES COURTIER

Le directeur des ventes :

propose au conseil de direction des cours de formation continue par l'engagement ponctuel d'un formateur ou par l'envoi du personnel à des cours externes (voir règlement du fonds de formation paritaire).

3.9 ANIMATEUR ET ANIMATEUR COMMERCIAL

Voir contrat de travail.

Ce cahier des tâches n'est pas exhaustif. Le directeur des ventes est responsable de l'accomplissement correct de toutes les tâches inhérentes à la gestion des secteurs commercial et administratif.

BNJ Publicité SA

Le directeur des ventes :

Le président :

Le vice-président :

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Delémont, le 27 novembre 2007

2.2 a 2

8e

CAHIER DES CHARGES DU DIRECTEUR OPERATIONNEL

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : Directeur opérationnel
2. **REPLACEMENT** : Directeur financier

3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**

3.1 **GENERALITES**

- Le directeur opérationnel est nommé par le conseil d'administration.
- Il applique les directives du conseil d'administration.
- Il est membre du conseil de direction.
- Il participe et veille activement à la réalisation des objectifs de l'entreprise.

3.2 **ORGANISATION**

Le directeur opérationnel :

- Fait appliquer les décisions du conseil de direction et du conseil d'administration au sein de l'entreprise.
- Participe régulièrement à toutes les séances importantes organisées au sein du groupe et avec les partenaires institutionnels (OFCOM, CRR, RRR, Pools, etc).
- Assure un maximum de suivi dans tous les secteurs du groupe.
- Veille au respect du règlement interne.
- Propose toute amélioration de fonctionnement des différents secteurs de l'entreprise.

3.3 GESTION DU PERSONNEL

- Participe à la recherche, assiste à l'audition des divers candidats et fait valoir son avis auprès de l'administrateur délégué et du chef de secteur.
- Décide en finalité du planning des absences et des vacances de l'ensemble du personnel de l'entreprise
- Partage et véhicule auprès de l'ensemble du personnel les valeurs et la culture de l'entreprise.
- Fournit mensuellement à l'administrateur délégué un décompte horaire du personnel de chaque société.
- Contrôle la saisie des heures supplémentaires et leur paiement ou rattrapage selon la politique définie par les entreprises.

3.4 ANTENNE

- Fait une écoute régulière de l'antenne et fait la critique aux responsables des secteurs.
- Veille à l'amélioration de la grille des programmes en collaboration avec le conseil de direction.

3.6 INFORMATIQUE ET TECHNIQUE

- Assure la gestion et le développement des sites Internet des différentes sociétés du groupe.
- Assure la vente, l'achat, la gestion et l'utilisation des véhicules du groupe.
- Veille à la gestion, l'équipement, l'amélioration et l'entretien des immeubles du groupe.

4. CONCLUSION

La liste des tâches et responsabilités n'est pas exhaustive et peut évoluer avec les besoins de l'entreprise.

ARC FM SA

Le directeur opérationnel :

L'administrateur délégué :

Le vice-président :

Jérôme Steulet

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Delémont, le

2.2 a 2

8f

CAHIER DES CHARGES DU DIRECTEUR FINANCIER

1. **DESIGNATION DE LA FONCTION** : Directeur financier

2. **REMPACEMENT** : Directeur opérationnel

3. **TACHES, RESPONSABILITES ET COMPETENCES**

3.1 **GENERALITES**

- Le directeur financier est nommé par le conseil d'administration.
- Il applique les directives de l'administrateur délégué et veille à la réalisation des objectifs des sociétés.

3.2 **ORGANISATION**

Le directeur financier :

- Établit les budgets annuels et supervise les comptabilités des sociétés du groupe. Il gère les relations avec les fiduciaires, les banques et les assurances.
- S'occupe de toutes les tâches liées à la gestion financière (bouclements, budgets, décomptes TVA, ...) en collaboration avec la comptable.
- Prépare les documents nécessaires aux conseils d'administration et aux assemblées générales des sociétés.
- Fait le suivi des débiteurs en collaboration, lorsque la situation le nécessite, avec un office de recouvrement de créances.
- Détermine les objectifs de ventes de BNJ Publicité SA et BNJ Multimédia sàrl en collaboration avec le directeur des ventes et établit les statistiques de ventes.

- Maîtrise les programmes comptables, de gestion publicitaire et de prospection. Il les améliore au besoin en collaboration avec la société informatique conceptrice.
- Gère les relations avec l'Ofcom et toutes les tâches inhérentes à cet office (rapports annuels, demandes de subventions...).

3.3 COMPTABILITE GENERALE

Le directeur financier :

- Prépare pour chaque société les éléments de comptabilité permettant aux différents conseils d'administration de se faire une idée exacte de la situation.
- Le bouclage trimestriel doit intervenir au plus tard 45 jours après la fin d'un trimestre, état des rentrées publicitaires mensuelles, état des débiteurs et des créanciers, ventilation et projection annuelle.
- Analyse avec l'administrateur délégué les besoins de trésorerie.
- Dresse les déclarations de TVA dans les délais imposés par l'administration fédérale et les adresse à cette dernière.
- Fournit avant le 31 mars tous les éléments comptables permettant aux conseils d'administration et aux fiduciaires de contrôler et d'approuver annuellement les comptes des entreprises.
- Soumet chaque mois, à l'administrateur délégué, le décompte des salaires et l'état des créanciers et des débiteurs de chaque société.

3.4 DEBITEURS ET CREANCIERS

Le directeur financier :

- Contrôle la bonne exécution des travaux de facturation et intervient directement pour régler les litiges éventuels et en rend compte à l'administrateur délégué.
- Informe l'administrateur délégué de tous les débiteurs de plus de Fr. 2'000.- ayant des factures impayées de plus de 75 jours et pouvant nécessiter l'ouverture d'une poursuite.
- Informe l'administrateur délégué de tous les créanciers dont la ou les factures de plus de 60 jours sont impayées et qui pourraient ouvrir une poursuite contre l'une des sociétés.

3.5 ADMINISTRATION DES VENTES

Le directeur financier :

- Est responsable des objectifs budgétaires fixés par le conseil d'administration de chaque société et prend avec l'administrateur délégué et le directeur des ventes les mesures nécessaires pour atteindre ces objectifs.

- Collabore avec les personnes directement concernées à l'encaissement des créances chez les débiteurs douteux ou récalcitrants, par une ou plusieurs visites.

3.6 INFORMATIQUE ET TECHNIQUE

Le directeur financier :

- Garantit la bonne utilisation par le personnel de chaque société du système informatique et des logiciels administratifs.
- Veille à la formation du personnel administratif de chaque société en collaboration avec l'administrateur délégué.

3.6 MOYENS ET LIAISONS

Le directeur financier :

- Assiste à la séance hebdomadaire de l'administration et, à la demande de l'administrateur délégué, au conseil de direction de chaque radio.
- Propose toute amélioration de fonctionnement et de coordination des différents secteurs dans le cadre de ses attributions.
- S'informe de l'actualité en général de façon à pouvoir procéder à une écoute régulière et critique des différents programmes radios.

4. CONCLUSION

Le présent cahier des charges ne change pas les termes du contrat d'engagement et les directives ont force obligatoire. La liste des tâches et responsabilités n'est pas exhaustive et peut évoluer avec les besoins des entreprises du groupe.

Ce poste exige à la fois discrétion et confidentialité, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur des entreprises du groupe.

Image et Son SA

Le directeur financier :

Le président :

Valère Steulet

Pierre Steulet

Rossemaison, le 16 août 2004

2.2 b 1

COMPOSITION DES ORGANES DIRECTEURS

1.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pierre Steulet, président
Philippe Zahno, vice-président
Dominique Bugnon, secrétaire
Claude Gisiger, membre
Jean-Claude Liechti, membre
Philippe Maquelin, membre

2.2 b 1

1.

Le conseil d'administration de ARC FM SA est composé de :

Président :

Pierre Steulet, 1948, domicilié à Rossemaison et de nationalité suisse

Président et administrateur de BNJ FM (RJB, RTN et RFJ) et de ARC FM. Après avoir pratiqué sa profession d'enseignant pendant 2 ans, Pierre Steulet travaille depuis plus de 30 ans dans le domaine des médias électroniques. Tout d'abord comme cameraman indépendant pour la TSR, puis en tant que fondateur et directeur de radios régionales, prestataire de services pour la TSR et autres au travers d'Image et Son. Il a une vaste connaissance des médias TV et radio en Suisse et des défis qui les attendent. Il a exercé jusqu'à fin 2005 le mandat de président des Radios Régionales Romandes (RRR) durant une quinzaine d'années. Début 2005, il rachète la régie publicitaire de RFJ et RJB pour la sortir de ses difficultés financières. Il possède une grande expérience dans la gestion et l'administration d'entreprises.

Vice Président :

Philippe Zahno, 1956, domicilié à Delémont et de nationalité suisse

A effectué son stage de journalisme au Pays à Porrentruy. Devenu rédacteur en chef de Fréquence Jura en 1987 puis correspondant à Zurich de la TSR et dès 1995 chef de la chaîne francophone de Radio Suisse Internationale. Dès 1999, chef de l'information auprès de l'Etat-major général et dès 2003, chef de la communication de la Défense.

Secrétaire :

Dominique Bugnon, 1957, domicilié à Delémont et de nationalité suisse

Licencié en droit et cours de journalisme à la Fac des lettres de Neuchâtel.

Stage de journalisme chez AP à Berne et ensuite journaliste à RFJ depuis 1984, devenu rédacteur en chef en 1988 et correspondant parlementaire au Palais fédéral pour les radios régionales romandes de mai 1998 jusqu'à début 2002. Aujourd'hui, chef de presse de Samuel Schmid, conseiller fédéral.

Membres :

Claude Gisiger, 1953, domicilié à Enges et de nationalité suisse

Journaliste de formation. Stage à l'ATS ; correspondant parlementaire pour l'ATS de 1981 à 1984 et responsable ensuite du service de marketing de l'ATS. Porte-parole des PTT puis de La Poste de 1991 à 1998. Actuellement chef de projet à l'Office fédéral de la statistique (OFS), à Neuchâtel.

Jean-Claude Liechti, 1964, domicilié à Corgémont et de nationalité suisse

Titulaire d'une licence en sciences économiques, option gestion d'entreprise, obtenue en 1989. Pigiste sportif auprès de RJB de 1986 à 1995 et administrateur de RJB de 1995 à 1997. A occupé un poste de comptable auprès de MG Conseils SA à Reconvilier et, dès 2002, administrateur de FJ Fiduciaire SA à Bienne et de JCL Optimum Management SA à Corgémont.

Philippe Maquelin, 1951, domicilié à Gorgier et de nationalité suisse

Est licencié en sciences économiques. Il a acquis une grande expérience dans l'économie, notamment par son passage chez SMH. Il a travaillé dans cinq entreprises différentes de ce groupe, ainsi que chez Portescap et Ismecca à La Chaux-de-Fonds. Il occupe le poste de directeur des finances et est numéro 2 chez Tornos à Moutier depuis 2002.

2.2 b 1

COMPOSITION DES ORGANES DIRECTEURS

2.

COMPOSITION DU CONSEIL DE DIRECTION

Pierre Steulet, administrateur délégué
x y, directeur d'antenne et rédacteur en chef
Nathalie Rochat, chargée de relations publiques
Sébastien Chapuis, directeur des ventes
Jérôme Steulet, directeur opérationnel
Valère Steulet, directeur financier

2.2 b 1

2.

Le conseil de direction de ARC FM qui se réunit une fois par semaine est composé de :

Pierre Steulet, 1948, domicilié à Rossemaison et de nationalité suisse

Président et administrateur de BNJ FM (RJB, RTN et RFJ) et de ARC FM. Après avoir pratiqué sa profession d'enseignant pendant 2 ans, Pierre Steulet travaille depuis plus de 30 ans dans le domaine des médias électroniques. Tout d'abord comme cameraman indépendant pour la TSR, puis en tant que fondateur et directeur de radios régionales, prestataire de services pour la TSR et autres au travers d'Image et Son. Il a une vaste connaissance des médias TV et radio en Suisse et des défis qui les attendent. Il a exercé jusqu'à fin 2005 le mandat de président des Radios Régionales Romandes (RRR) durant une quinzaine d'années. Début 2005, il rachète la régie publicitaire de RFJ et RJB pour la sortir de ses difficultés financières. Il possède une grande expérience dans la gestion et l'administration d'entreprises.

x y , année de naissance, domicilié à et de nationalité

Directeur d'antenne et rédacteur en chef.

Nathalie Rochat, 1967, domiciliée à Lüscherz et de nationalité suisse

Chargée des relations publiques de BNJ FM (RJB – RTN – RFJ) et de ARC FM, elle participe au conseil de direction. Engagée en 2004, cette biologiste de formation a d'abord travaillé 10 ans à Pro Natura dans le secteur de la communication et marketing en tant que coordinatrice des campagnes nationales.

Sa collaboration régulière dans le domaine de la communication tant avec le Zoo de Bâle qu'avec le Groupe de coordination de la conservation et le management des carnivore en Suisse (KORA) enrichit son savoir faire dans les dossiers délicats de communication. Elle maîtrise parfaitement le suisse-allemand ce qui lui permet de participer activement aux différents groupes de travail avec les radios alémaniques et de représenter régulièrement les RRR (Radios régionales romandes) dans les dossiers d'intérêt national. Elle s'est facilement adaptée au milieu des médias électroniques et en maîtrise aujourd'hui très bien le fonctionnement.

Sébastien Chapuis, 1971, domicilié à Champagne et de nationalité suisse

Directeur des ventes au sein de BNJ Publicité SA et de ARC FM SA. Il est chargé d'assurer les rentrées publicitaires des trois stations avec trois équipes de courtiers. Après avoir effectué des études en marketing à Lausanne, il a travaillé à l'Arc Hebdo, succursale de Delémont, où il s'est constitué un réseau de contacts. Il a été engagé en 2002 à Soprodu succursale de Marin pour relancer le secteur publicitaire, qui n'était pas suffisamment performant. Il participe de façon déterminante à l'évolution favorable de la publicité pour le groupe.

Jérôme Steulet, 1979, domicilié à Rossemaison et de nationalité suisse

Second fils de Pierre Steulet, il travaille pour BNJ FM SA et ARC FM SA depuis 2004 en tant que directeur opérationnel. Il s'est investi dans l'entreprise juste après l'obtention de son diplôme d'ingénieur en génie rural de l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne. Depuis, il a aussi entrepris une formation en management. Aujourd'hui, il gère en partie le personnel (RH) et les affaires courantes des différentes sociétés.

Valère Steulet, 1977, domicilié à Rossemaison et de nationalité suisse

Premier fils de Pierre Steulet, il travaille pour BNJ FM SA et ARC FM SA depuis 1999. Il occupe le poste de directeur financier. Il a effectué sa formation à la Haute Ecole de Gestion de Fribourg. En 2003, il obtient son diplôme d'économiste d'entreprise. Depuis, il supervise tous les aspects comptables des sociétés et gère en particulier BNJ Publicité SA, la régie publicitaire des trois radios. Il s'occupe également de préparer les budgets et de boucler les comptes. Il est le répondant de l'OFCOM en la matière.

Grégory Cachot, 1978, domicilié à Delémont et de nationalité suisse

Ingénieur en génie rural de l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, M. Cachot gère toute la structure technique de BNJ FM et de ARC FM depuis juillet 2005. L'infrastructure informatique, la gestion et le déploiement des émetteurs et des links ainsi que le support technique à tout le personnel représentent l'essentiel de ses responsabilités. Il assiste sur demande à la séance du conseil de direction.

2.2 b 2

REPARTITION ET ENGAGEMENTS ACTIONNAIRES

ARC FM SA

Capital actions : Fr. 300'000
Valeur nominale : Fr. 100.--

Nombres d'actions : 3000

Actionnaires :

Pierre Steulet	2'997 actions	99.9%
----------------	---------------	-------

Le capital est libéré à 20%. Le solde sera libéré dès obtention de la concession.

2.3

ACTIVITES DU REQUERANTS DANS LE DOMAINE DES MEDIAS

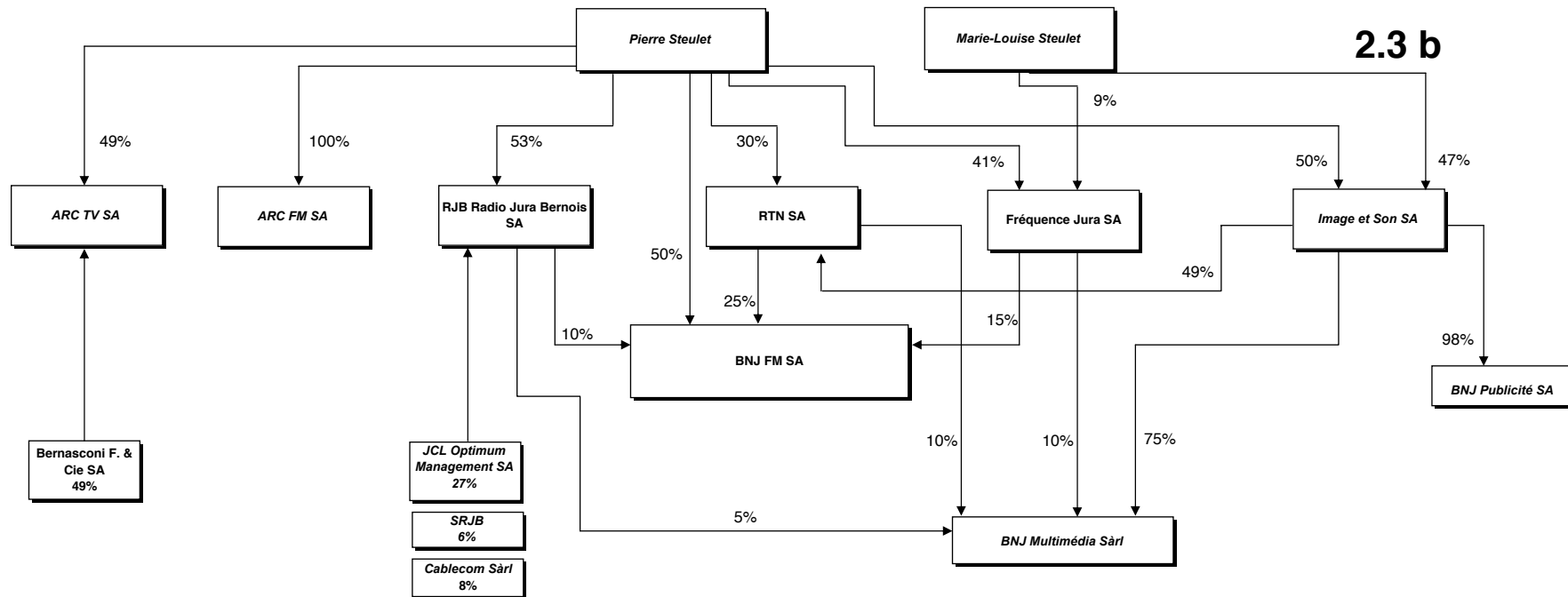
2.3 a

ACTIVITES PREVUES DANS LE DOMAINE DES MEDIAS

ARC FM SA va fournir un programme radio Concession II de l'Arc jurassien comme exigé par le mandat de prestations (4.3.1 Offre).

ARC FM SA gèrera également un site Internet.

Organigramme global et liens entre les sociétés



BNJ FM SA: Société anonyme qui postule pour l'obtention de la nouvelle concession I de l'Arc jurassien. Elle est détenue à 50% par RTN (25%), RFJ (15%), RJB (10%) et à 50% par M. Pierre Steulet

RJB Radio Jura Bernois SA: Société anonyme qui détient la concession radio du Jura Bernois. Plusieurs sociétés sont minoritaires dans l'actionariat (Optimum Management, SRJB et Cablecom SA).

RTN SA: Société anonyme qui détient la concession radio de la région neuchâteloise. La majorité des actions sont en main de Pierre Steulet et d'Image et Son SA.

Fréquence Jura SA: Société anonyme qui détient la concession radio de la région jurassienne. L'actionariat est composé d'une multitude de petits actionnaires à moins de 5%. Pierre et Marie-Louise Steulet en ont plus de 50%.

ARC FM SA: Société anonyme créée dans le but d'obtenir la 2ème concession mise au concours dans l'Arc jurassien. Elle est détenue à 100% par Pierre Steulet.

ARC TV SA: Société anonyme créée dans le but d'obtenir la concession TV de l'Arc jurassien. Bernasconi F. & Cie SA, représentée par MM. Sylvio Bernasconi et Claude Martignier, détiennent 49% du capital-actions. 49% sont en main de Pierre Steulet.

Image et Son SA: Société anonyme qui est active dans la gestion technique et administrative de diverses sociétés. Elle travaille aussi dans la production vidéo. En particulier, film d'entreprise, couverture d'évènements à travers le monde. Elle gère aussi les collaborateurs techniques au bureau régional de la TSR à Moutier et réalise de la formation.

BNJ Publicité SA: Société anonyme, régie publicitaire de BNJ FM SA, de ARC FM SA et de ARC TV SA.

BNJ Multimédia Sàrl: Société à responsabilité limitée qui gère les sites Internet et leur développement.

2.3 c

COLLABORATION DE ARC FM AVEC D'AUTRES ENTREPRISES MEDIAS

ARC FM SA collabore avec BNJ Publicité SA dont les 3 succursales sont installées dans une partie des locaux de chaque radio, soit Tavannes, Marin et Delémont. Cette collaboration est réglée par un contrat d'affermage (annexe 9a).

ARC FM SA aura accès au travail (textes et sons) des rédactions des fenêtres de programme de BNJ FM SA (RJB – RTN – RFJ).

ARC FM SA sous-traite la gestion des salaires, de la comptabilité et une partie de la technique à Image et Son SA.

CONTRAT D'AFFERMAGE

entre

ARC FM SA, 20, rue du 23-Juin, 2800 Delémont

et

BNJ Publicité SA , 20, rue du 23 Juin, 2800 Delémont

1. OBJET DU CONTRAT

- 1.1. ARC FM SA concède à BNJ Publicité SA la régie exclusive de la vente de la publicité diffusée par la station.
- 1.2. BNJ Publicité SA se réserve le droit d'affermier une partie du marché à des tiers. L'accord préalable de ARC FM SA est nécessaire.
- 1.3. BNJ Publicité SA conseille et propose aux annonceurs texte et illustration sonores.
- 1.4. Tous les messages publicitaires devant passer plus de 6 fois à l'antenne sont enregistrés sur un support adéquat.

2. MISSION DE BNJ PUBLICITE SA

- 2.1. BNJ Publicité SA vend le temps d'émission réservé à la publicité et certaines émissions promotionnelles, réalise sur demande de ARC FM SA des transactions et livre à ARC FM SA des messages enregistrés prêts à la diffusion.
- 2.2. BNJ Publicité SA est responsable du concept de vente des messages publicitaires et se doit de solliciter tous les annonceurs potentiels, y compris les grands annonceurs nationaux. BNJ Publicité SA utilisera les données de Radiocontrol.
- 2.3. BNJ Publicité SA élabore les tarifs et fixe les conditions contractuelles de vente, en tenant compte des taux d'écoute horaire, de même que les détails relatifs aux échelles tarifaires, aux rabais, aux commissions pour les conseils en publicité et les intermédiaires, aux suppléments de prix pour les emplacements prescrits à court terme et pour les contre-ordres transmis à court terme également. BNJ Publicité SA doit soumettre les tarifs et les conditions de vente à ARC FM SA avant le 1er novembre de chaque année. ARC FM SA se réserve le droit d'y apporter des modifications.
- 2.4. BNJ Publicité SA met à disposition le personnel nécessaire, les moyens promotionnels et publicitaires pour la vente de l'espace publicitaire. Chaque année, BNJ Publicité SA et le diffuseur se concertent concernant les mesures promotionnelles à envisager.
Avec l'accord du diffuseur, BNJ Publicité SA détermine l'heure de diffusion des spots, en tenant compte de la LRTV et de l'ORTV, du programme, des réservations contractuelles ou des exigences formulées par les annonceurs.
- 2.5. BNJ Publicité SA contrôle la réception et le contenu des messages publicitaires, notamment leur conformité à la LRTV et l'ORTV et aux autres dispositions légales. Elle soumet les cas douteux au diffuseur qui décide en dernier ressort de la diffusion ou de la non diffusion.
- 2.6. BNJ Publicité SA transmet à la station les messages la veille de leur diffusion.

- 2.7 BNJ Publicité SA contrôle les listes de diffusion retournées avec visa du diffuseur.
- 2.8 BNJ Publicité SA met également en place le dispositif pour la facturation aux annonceurs.
- 2.9 BNJ Publicité SA prend les mesures pour élargir sa zone de prospection en fonction de l'élargissement de la zone officielle de diffusion.

Décomptes des recettes publicitaires

- 2.10 Le chiffre d'affaires brut résultant de la vente d'espaces publicitaires ou promotionnels sert de base pour le décompte.
- 2.11 BNJ Publicité SA est mis au bénéfice d'une commission de x % sur le chiffre brut réalisé pour la publicité régionale et de x % sur le chiffre net pour la publicité nationale.

Sur toutes les contre-affaires à but promotionnel (comptoirs, manifestations sportives + contre-affaires avec d'autres médias, etc.), BNJ Publicité SA ne facture pas la commission à ARC FM SA.

- 2.12 Les éventuelles pertes sur débiteurs sont prises en charge par BNJ Publicité SA.
- 2.13 BNJ Publicité SA établit un décompte mensuel pour le diffuseur et lui verse la participation qui lui revient sur les recettes publicitaires dans un délai de 30 jours.

3. MISSION DU DIFFUSEUR

- 3.1 Le diffuseur est responsable de la conception et de la grille des programmes, du contenu des émissions, de même que de leur diffusion. Le programme doit être adapté aux besoins des habitants de la zone de diffusion, permettant de créer un cercle d'auditeurs fidèles sur l'ensemble de la grille.
- 3.2 Le diffuseur décide, d'entente avec BNJ Publicité SA de l'emplacement des blocs publicitaires à l'intérieur des programmes.
- 3.3 Le diffuseur s'engage à émettre intégralement les spots publicitaires, à en garantir une bonne diffusion et fait viser, par le personnel de régie, le passage de chaque message.
- 3.4 Le diffuseur accorde à BNJ Publicité SA une part raisonnable du temps publicitaire autorisé pour sa propre promotion. BNJ Publicité SA fournit un décompte détaillé qui sera intégré à la comptabilité destinée à l'OFCOM.

3.5 Périodiquement, à l'initiative de l'une ou l'autre partie, des mesures promotionnelles seront envisagées, afin de créer un auditoire attractif pour les annonceurs de façon à réaliser les recettes publicitaires nécessaires à l'exploitation de la station. Parmi ces mesures, il y a lieu de citer :

- la création d'indicatifs et d'émissions facilement identifiables;
- la mise sur pied d'actions destinées à ce que l'auditeur s'identifie à la station;
- des prestations rédactionnelles et d'animation permettant d'obtenir une résonance auprès de tous les habitants de la zone de diffusion et auprès d'autres médias;
- des campagnes de promotion et de relations publiques par le truchement de l'émetteur ou éventuellement par d'autres médias.

3.6 ARC FM SA archive toutes ses émissions propres durant 4 mois au moins.

4. MODIFICATION DES CONDITIONS DE PROPRIETE

4.1 Une cession des droits et obligations résultant du présent contrat doit être approuvée par écrit par les partenaires ARC FM SA et BNJ Publicité SA.

5. DEBUT ET DUREE DU CONTRAT

5.1 Le présent contrat entrera en vigueur à l'obtention de la concession II Arc Jurassien.

5.2 La durée du présent contrat s'étend jusqu'au 31 décembre 2013. Il peut être dénoncé 6 mois avant l'échéance.

5.3 S'il n'est pas dénoncé 6 mois avant l'échéance, il est tacitement renouvelable de deux ans en deux ans avec le même délai de dénonciation.

5.4 En cas de changement de son actionnariat (+ de 5%), BNJ Publicité SA est obligatoirement tenue d'en informer ARC FM SA par lettre signature. Dès qu'elle a connaissance d'une telle modification, ARC FM SA peut alors, dans un délai de 60 jours, résilier le contrat d'affermage avec effet à 90 jours après la notification.

5.5 En cas de non-renouvellement de la concession de ARC FM SA, de retrait ou d'abandon de celle-ci, le contrat devient automatiquement caduc à l'échéance de ladite concession.

6. DIFFERENDS

6.1 Les différends qui pourraient survenir entre les parties contractantes au sujet de l'exécution ou de l'interprétation du présent contrat seront soumis à un tribunal arbitral, avec siège à Delémont. Le CO, la loi fédérale sur les conventions d'arbitrage, la LRTV et le règlement contractuel entre les parties font foi.

Pour ARC FM SA :

Le président :

Le secrétaire :

Pierre Steulet

Dominique Bugnon

Pour BNJ PUBLICITÉ SA :

Valère Steulet

Jérôme Steulet

Delémont, le

2.4

INDICATIONS A FOURNIR SUR LES PARTICIPATIONS INDIVIDUELLES DANS L'ENTREPRISE

2.4 a

PERSONNE PHYSIQUE

Pierre Steulet

Date naissance :	23 septembre 1948
Origine :	Rossemaison
Domicile :	Rossemaison
Nationalité :	Suisse
Activité domaine médias :	radio, télévision, vidéo, acquisition de publicité

3.

PROGRAMME



3.1

TYPE DE PROGRAMME RADIO PREVU

3.1 a

DUREE, CONTENU ET STRUCTURE DU PROGRAMME

Durée du programme

24h / 24, 365 jours par année

Contenu

1. Introduction
2. Rédaction
3. Animation
4. Programmation musicale de ARC FM
5. Grille du programme
6. Détails programme **CONFIDENTIEL**
7. Conducteur standard ARC FM
8. Complémentarité entre ARC FM et BNJ FM

3.1 a

1.

INTRODUCTION

Contexte

Comme l'étude des sondages (Publica Data) le démontre, aujourd'hui le programme des radios de l'Arc jurassien RJB, RTN et RFJ répond surtout aux attentes d'une population âgée de plus de 35 ans et plus particulièrement à celle qui recherche du contenu parlé et des reportages de proximité.

RJB, RTN et RFJ sont aujourd'hui des radios intégrées dans leur région et qui remplissent leur rôle de service public de proximité. La « RSR » est aussi présente dans les habitudes des plus de 45 ans et fournit un fort contenu en termes d'informations et de reportages. L'offre de radios « parlées » pour les plus de 45 ans est donc complète.

Aujourd'hui dans l'Arc jurassien, il n'existe pas d'offre régionale thématique et musicale pour les jeunes adultes.

Un programme conçu à neuf

ARC FM diffusera 80% de musique, essentiellement teintée Rock Pop. Le reste des programmes sera composé de 8,5% d'informations (12 flashes horaires entre 6h et 19h, 3 journaux à 7h30, 12h et 17h et des infos en continu) de 8,5% d'animation (émissions à thèmes et de 3% de publicité. Le directeur d'antenne et rédacteur en chef aura pour mission de garantir la diversité du programme de ARC FM ainsi que la complémentarité avec BNL FM. Il sera complètement autonome dans la gestion de l'antenne.

ARC FM - La complémentarité

- des **auditeurs** ciblés non seulement en fonction de leur âge (entre 19 et 45 ans) mais aussi par rapport à ce qu'ils vivent
- **des valeurs et des engagements** servis avec complicité et délicatesse par des animateurs présents tout au long de la journée.

- une large place à la musique, avec une **programmation** qui va au-delà de la portée commerciale des interprètes
- des **informations** données en continu avec une présentation originale.

Public cible

ARC FM s'adresse donc à une nouvelle tranche d'âge d'auditeurs (**entre 19 et 45 ans**) et complète ainsi l'offre existante d'aujourd'hui.

Mais plus qu'une tranche d'âge, ARC FM cible une nouvelle catégorie d'auditeurs : ceux qui entrent dans la vie active, ceux qui gagnent leurs premiers salaires, ceux qui songent à fonder une famille ou qui viennent d'en fonder une : bref, ceux qui font face à de nouvelles **responsabilités et entrent dans la vie active.**

Animation

Présents 15h30 par jour (12h30 la première année), les animateurs accompagnent efficacement les auditeurs tout au long de leur journée ainsi qu'en début de soirée.

Avec des thèmes ciblés comme l'écologie, la formation ou le développement personnel, la culture, ARC FM sera immanquablement une radio qui s'engage pour ses nouveaux auditeurs et qui saura répondre à leurs préoccupations.

Les animateurs parleront essentiellement de musique dans des interventions teintées d'humour et de pertinence. Plus que cela, ils chercheront en filigrane à mettre en valeur un comportement citoyen (aller voter, s'engager pour l'environnement, comprendre l'éducation ou soutenir une cause humanitaire...).

Programmation

Primordiale et centrale sur l'antenne de ARC FM, la programmation musicale n'obéira pas seulement à une simple logique commerciale. Elle sera également basée sur des critères définis et correspondants à la ligne de ARC FM : les titres sont choisis en fonction des messages des artistes et de leurs parcours et porteront le Label de la radio.

Avec 80 % de musique orientée Rock Pop sur l'antenne et une place réelle accordée aux artistes francophones et locaux, ARC FM complète l'offre musicale disponible sur les radios de l'Arc jurassien en répondant aux goûts et affinités de jeunes auditeurs sans pour autant en exclure les plus âgés.

Informations en continu et à heures fixes

Informers reste une priorité : immédiates et spontanées, les informations régionales, suprarégionales (surtout), nationales, internationales et sportives seront données à l'antenne dès que celles-ci seront vérifiées par la rédaction et qu'elle que soit l'heure.

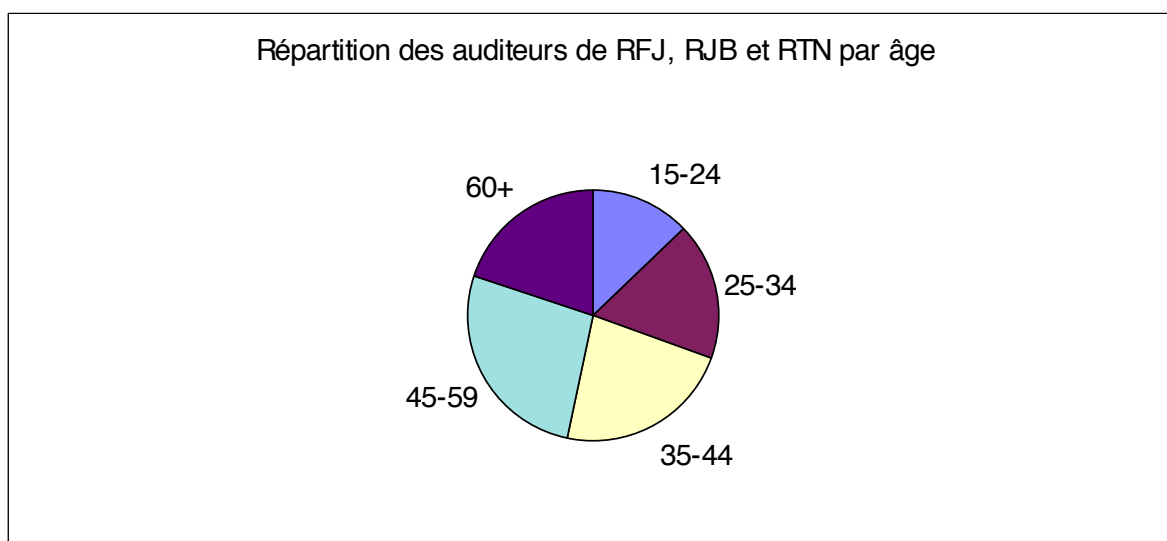
En plus de cette innovation dans la spontanéité, les rendez-vous fixes restent avec 12 flashes horaires d'information entre 6h et 19h, ainsi que trois journaux à 7h30, 12h et 17h.

Analyse du paysage radiophonique jurassien

Pour définir la cible recherchée par ARC FM, nous avons analysé le paysage radiophonique de l'Arc jurassien. Nous nous sommes basés sur les chiffres de Publica Data.

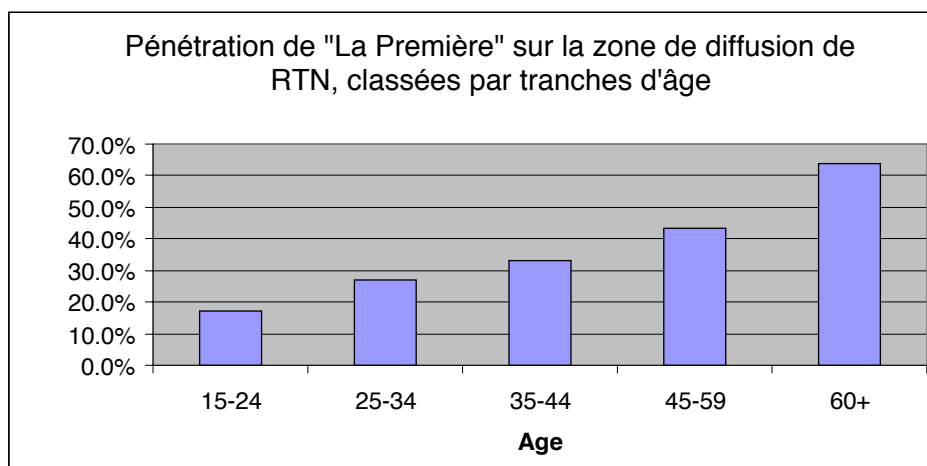
- 1) des différentes radios disponibles dans cette région, soit les trois radios régionales (RJB, RTN et RFJ) et les trois principales radios nationales (« La Première », « Option Musique » et « Couleur 3 »)
- 2) et allant du 1^{er} juillet 2006 au 30 juin 2007 pour RTN, RFJ et RJB, et pour le premier semestre 2006 pour la partie sur les radios nationales.

Analyse des auditeurs des radios régionales :



47% des auditeurs des trois radios régionales actuellement en place dans l'Arc jurassien sont âgés de plus de 45 ans, 23% entre 35 et 44 ans, 17% entre 25 et 34 ans, enfin 13% entre 15 et 24 ans.

Ces radios régionales s'adressent donc majoritairement à un auditoire d'un certain âge. Même chose pour « La Première » : si on prend la zone de diffusion de RTN (la plus grande des trois radios régionales), la pénétration de La Première par âge est la suivante :

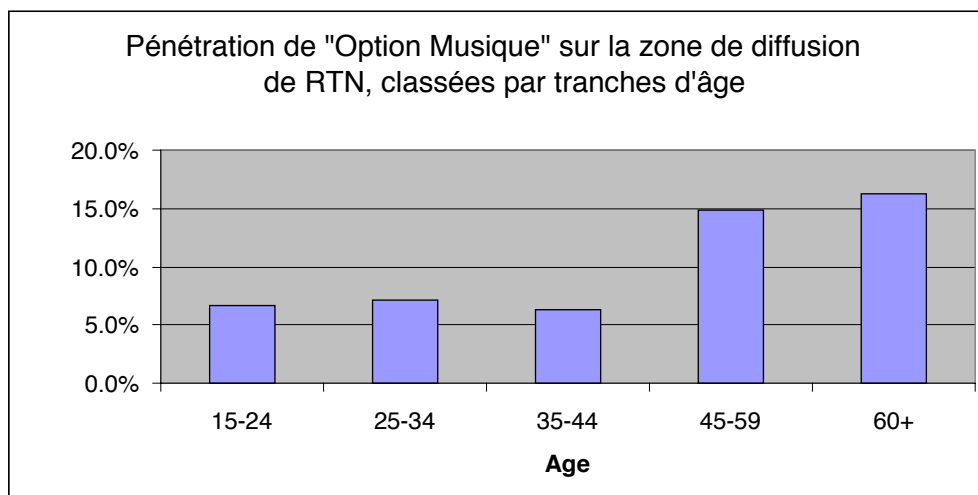


Avec 43% de pénétration pour les 45-59 ans, et 64% chez les 60 ans et plus, il est flagrant que « La Première » répond aux attentes de ces catégories d'âge.

Avec l'offre composée de «La Première», de RTN, RJB et RFJ, les 45 ans et plus ont donc une offre satisfaisante de programmes parlés. Ce d'autant plus que depuis septembre 2007, **les radios régionales de l'Arc jurassien ont lancé une nouvelle grille des programmes qui donne davantage de place aux reportages, aux invités et aux émissions.** Ce qui démontre qu'il y a de la place pour une radio davantage musicale.

Quant à l'offre musicale dans l'Arc Jurassien : deux radios offrent un programme essentiellement axé sur la musique : « Option Musique » (moins en FM) et « Couleur 3 ».

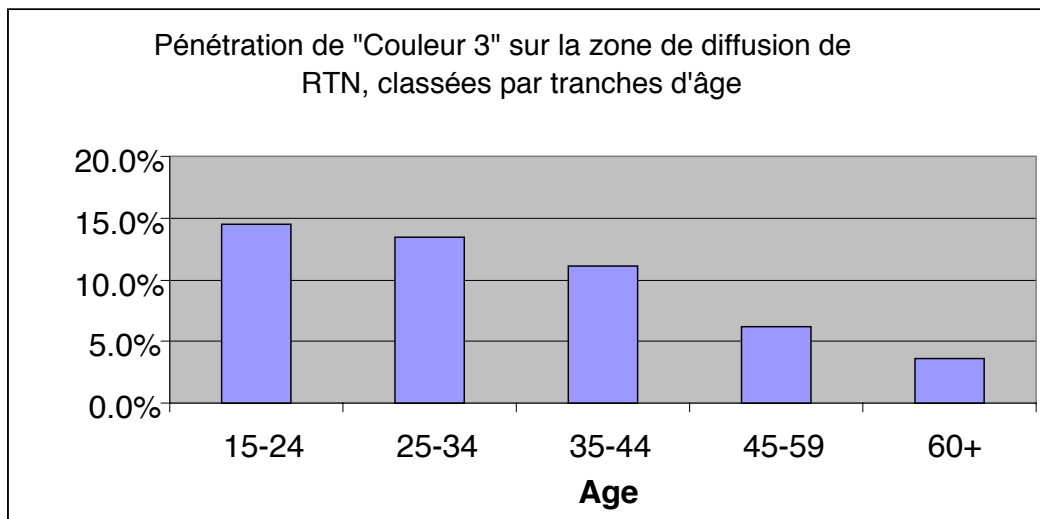
Ci-dessous, la pénétration classée par âge de «Option Musique», toujours sur la zone de diffusion de RTN :



« Option Musique », radio essentiellement musicale, touche à nouveau majoritairement les 45 ans et plus (entre 15 et 16% de pénétration).

On peut donc déduire de cette première partie d'analyse que la population âgée de 45 ans et plus possède une offre répondant à ses besoins : « La Première », RJB, RTN et RFJ pour les reportages, les émissions et la proximité et partiellement avec « Option Musique » pour ceux qui recherchent davantage de musique.

Concernant l'offre pour le jeune public cible de 15 ans à 44 ans, il y a «Couleur 3», une radio très musicale mais aussi avec de nombreuses émissions, qui tente de répondre à leurs besoins :



Avec entre 10 et 15% de pénétration pour la population allant de 15 à 44 ans, « Couleur 3 » a une cible sensiblement plus jeune que les autres radios évoquées ci-dessus.

Toutefois, étant donné que les 15-44 ans sont les moins touchés par « La Première », « Option Musique », RTN, RJB et RFJ, il devrait y avoir là un grand potentiel et une vraie demande de programmes alternatifs.

Lorsqu'on a connaissance de ce potentiel, les 10 à 15% de pénétration de « Couleur 3 » représentent une performance relativement faible, qui peut laisser de la place à un autre programme s'adressant au moins de 45 ans sur l'Arc jurassien.

Pour ces raisons, ARC FM s'adressera aux 19-45 ans mais sans exclure les catégories adjacentes, en offrant un programme essentiellement musical. Mais davantage qu'une tranche d'âge, la radio cherche à cibler une catégorie d'auditeur.

Public cible et politique générale de l'antenne

Plutôt que de s'axer uniquement sur une tranche d'âge, nous avons préféré établir d'abord un critère qualitatif afin de dégager une catégorie socioculturelle dans la population.

Notre choix s'est arrêté sur la population qui s'engage dans la vie active.

Ceux qui, après une formation, des études ou un apprentissage, s'engagent dans une vie professionnelle. Ceux qui pour la première fois reçoivent un salaire et doivent gérer un budget, ceux qui quittent le domicile familial et emménagent dans leur propre domicile, ceux qui songent à fonder une famille ou qui viennent d'en fonder une.

Bref, ceux qui découvrent les responsabilités de la vie d'adulte. Une tranche d'âge se dégage pour ce type de population : les 19-45 ans.

Voilà pourquoi ARC FM sera à l'image de ceux qui l'écoutent, une radio qui a des valeurs et qui est consciente de ses responsabilités. Cet engagement n'est pas politique, mais citoyen. Ces valeurs se transmettent de manière positive et légère tout au long de la journée, au fil des interventions des animateurs.

L'engagement peut se décliner en plusieurs points :

- Engagement musical :

Une ligne musicale « labellisée » où les artistes régionaux prennent leur place. Encouragement aux artistes ayant un parcours artistique réel (par opposition à ceux qui sont fabriqués par des producteurs ou des émissions de télé-réalité). Pour plus de détails voir le point 4, « programmation musicale ».

- Engagement des valeurs

La radio possédera une charte de valeurs qu'elle s'engage à respecter et à transmettre. Citons en exemple le civisme, le courage, le positivisme ou encore la sincérité.

- Engagement civique

Celui-ci sera transmis à travers les thématiques traitées : encouragement à aller voter, responsabilités écologiques, vie en société...

- Engagement à suivre les tendances

Que ce soit pour les tendances musicales (place pour de nouveaux styles, de nouveaux artistes), ou par les thèmes traités (écologie, nouvelles danses, covoiturage, produits bio...).

- Engagement humain

De manière ponctuelle, la radio s'engage pour des causes. Qu'elles soient mondiales (par exemple tsunami) ou régionales (par exemple inondations).

- Engagement de « service »

ARC FM informera et soutiendra ses auditeurs, en traitant des thèmes tels que la reconversion professionnelle, le développement personnel, des présentations de métiers, des conseils santé ou encore de vie de couple.

Cela dit, la cible peut être légèrement ajustée en fonction des moments de la journée. Par exemple, les sondages de Publica Data montrent que les trois radios de l'Arc jurassien touchent actuellement 48% d'hommes pour 42% seulement de femmes. On peut donc imaginer s'adresser davantage à un public féminin en milieu et fin de matinée, horaire où une majorité de femmes écoute la radio.

3.1 a

2.

REDACTION

Même si ARC FM se veut particulièrement musicale, les 19-45 ans ont une demande importante en terme d'informations.

Il existe aussi chez les jeunes adultes, souvent très occupés professionnellement, un besoin de **spontanéité et d'immédiateté** dans l'information. Pour répondre à cette demande, la radio s'engage, après avoir évalué l'importance de l'information, à la donner quelle que soit l'heure. Ainsi une dépêche intéressante qui arrive à 13h15 à l'ATS peut être transmise aux auditeurs dans les 5 minutes qui suivent, sans que ceux-ci doivent attendre un rendez-vous fixe d'information.

Les rendez-vous fixes persistent, la radio assurera trois journaux et douze flashes horaires d'information.

Les flashes, d'une durée approximative de deux minutes, sont planifiés toutes les heures entre 6h et 19h, sauf à 7h30, 12h et 17h où un journal les remplace.

Pour garantir une couverture maximale de l'information sur l'Arc jurassien, les journaux sont eux planifiés à une heure différente de RTN, RFJ et RJB, soit 7h30, 12h et 17h.

Autre différence notable par rapport à l'offre déjà en place : **la forme**. Loin d'être formelle, la présentation sera conviviale et l'information sera « parlée » au lieu d'être simplement lue. La durée approximative de ces journaux sera de 10 minutes.

Enfin, pour compléter les informations régionales déjà traitées par BNJ FM, la rédaction mettra l'accent sur les informations nationales et internationales, tout en les abordant avec un regard attaché à sa région.

3.1 a

3.

ANIMATION

L'accompagnement sous forme de présence à l'antenne sera assuré de 6h30 à 20h en semaine et de 8h à 19h30 le week-end la première année, et de 5h30 à 21h en semaine et de 7h à 21h le week-end dès la deuxième année.

Dans ces plages horaires, les animateurs n'interviendront pas entre chaque disque, afin de laisser une place conséquente à la musique. Les interventions seront faites en direct et dans un esprit de convivialité.

L'humour et l'impertinence intelligente seront encouragés sur l'antenne.

Les deux axes principaux :

- La musique : on présente un morceau, on décrit les musiciens, on explique pourquoi on a choisi de le diffuser, on met en valeur un artiste local. Les animateurs seront amenés à avoir une réelle culture musicale, ils ne se contentent pas de diffuser de la musique, ils en parlent.
- Les tendances ou thématiques : ARC FM se veut une radio citoyenne et engagée, et les animateurs sont le vecteur principal de transmission de ces valeurs. De ce fait, chaque prise de parole sera réfléchie pour être positive, constructive et conforme aux valeurs de ARC FM. Ainsi l'engagement recherché sera présent en filigrane de l'antenne, tout au long de la journée.

Les thèmes traités touchent donc aux responsabilités de chacun : citons notamment le milieu professionnel, la vie de famille, l'écologie, le civisme, les actions citoyennes, la vie de couple, l'éducation des enfants ou encore la santé.

3.1 a

4.

PROGRAMMATION MUSICALE DE ARC FM

ARC FM, avec 80% de musique, répondra à une demande des 19-45 ans en terme de musique et sera un complément de l'offre de BNJ FM.

La tonalité musicale principale est le Rock Pop.

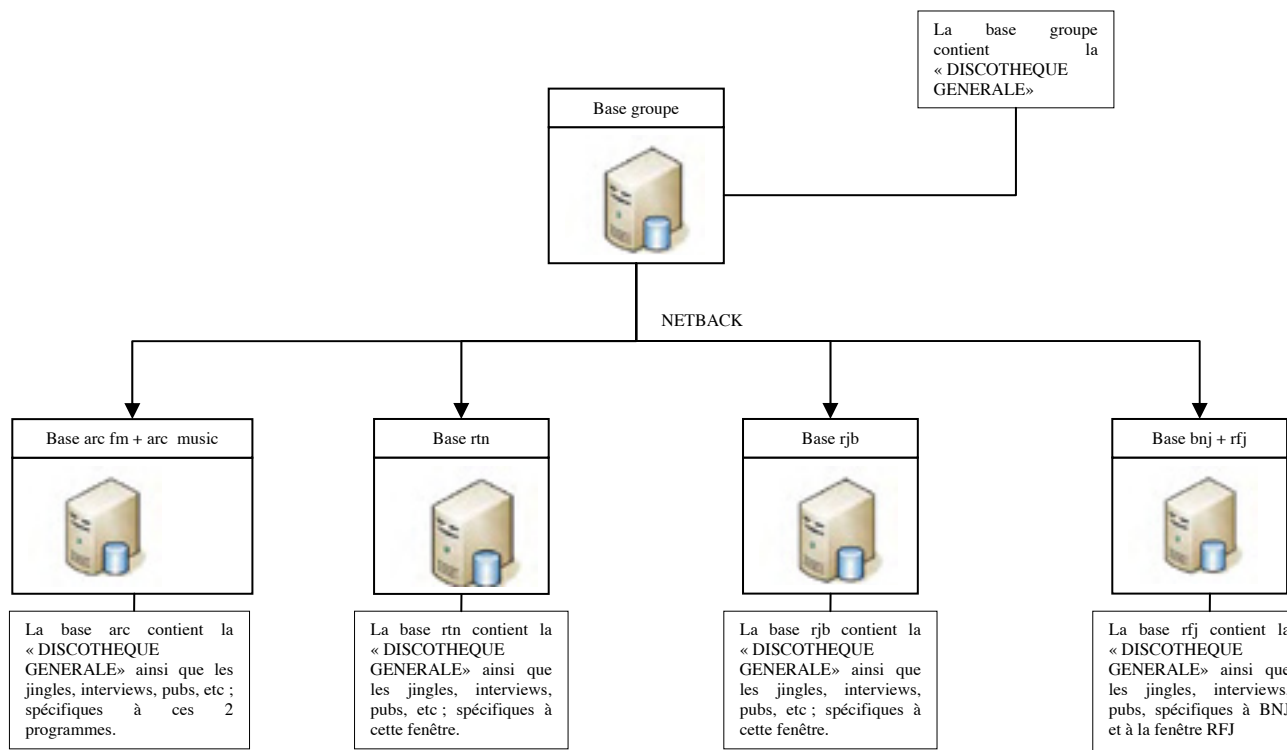
Par ces choix musicaux, ARC FM cherchera à promouvoir une certaine diversité dans le paysage radiophonique de l'Arc jurassien. Comme la radio, la programmation musicale est elle aussi engagée :

- à choisir les titres diffusés en fonction de critères définis et conformes aux valeurs de la radio, afin de les labelliser ARC FM. Les critères de choix tiendront compte du parcours, de la singularité et du message de l'artiste, et non uniquement de sa portée commerciale
- à assurer une grande diversité d'écoute en évitant de diffuser deux fois le même artiste entre 9h et 17h
- à diffuser beaucoup de musique, mais sans oublier d'en parler en présentant l'artiste, l'album, le titre...
- à assurer une grande proportion d'artistes francophones et à mettre en valeur les artistes locaux (voir point 6, grille et description des programmes)
- à donner une place à la musique de scène et aux musiques du monde
- à suivre et à proposer aux auditeurs les nouveautés qui arrivent dans le paysage musical international.

Dans le respect des engagements ci-dessus, voici la répartition des titres en fonction de leurs dates de sortie :

Nouveautés (sorties dans les 6 mois)	40%
Récurrents (sortis entre 6 mois et un an)	40%
Gold (sortis il y a plus d'un an)	20%

La discothèque générale est aujourd'hui complètement disponible sur disques durs :



3.1 a

5.

GRILLE DU PROGRAMME

Grille d'antenne

Première année :

- en semaine 12h30 animées par jour entre 6h30 et 20h
- le week-end 11h30 animées par jour entre 8h et 19h30

Deuxième année :

- en semaine 15h30 animées par jour entre 5h30 et 21h
- le week-end 14h animées par jour entre 7h et 21h

En programme week-end, le journal de 7h30 est déplacé à 8h30. L'émission du début de matinée est supprimée, et le programme de la soirée différencié.

Mis à part ces quelques changements et un léger décalage horaire, les programmes restent essentiellement les mêmes qu'on soit en semaine ou le week-end.

Les pages suivantes présentent la grille de programmes en détail soit première et deuxième année. A noter que quelque soit l'heure la musique reste dominante, représentant 80% des programmes.

Première année

GRILLE DES PROGRAMMES SEMAINE		GRILLE DES PROGRAMMES WEEK-ENDS	
Heures	Programme	Heures	Programme
0:00 à 6:30	Musical	0:00 à 8:00	Musical
6:00	flash	7:00	Flash
6:30 à 9:00	La face cachée de l'info	8:00 à 10:00	La face cachée de l'info
6:35	Label journée	8:00	Flash
6:50	Label toile	8:10	Label journée
7:00	Flash	8:30	Journal
7:15	Label presse	8:50	Label toile
7:30	Journal	9:00	Flash
6:15	Label blague	9:15	Label presse
8:00	Flash	9:45	Label effort
8:30	Label effort	10:00 à 12:00	Engagement
9:00 à 12:00	Engagement	10:00	Flash
9:00	Flash	10:30	Label opinion
9:30	Label action	11:00	Flash
10:00	Flash	11:20	Label cuisine
10:30	Label opinion	11:40	Label bleu
11:00	Flash	12:00 à 15:00	A table en musique
11:20	Label cuisine	12:00	Journal
11:40	Label bleu	13:00	Flash
12:00 à 14:00	A table en musique	14:00	Flash
12:00	Journal	15:00 à 18:00	Tendances
13:00	Flash	15:00	Flash
14:00 à 15:00	Musical	15h30	Label forme
14:00	Flash	16:00	Flash
15:00 à 17:00	Tendances	16h30	Label bobine
15:00	Flash	17:00	Journal
15h15	Label culture	17h30	Label culture
15h45	Label forme	18:00 à 19:30	Découvertes
16:00	Flash	18:00	Flash
16h30	Label bobine	19:00	Flash
17:00 à 20:00	Votre musique	19:30 à 0:00	Musical
17:00	Journal		
18:00	Flash		
18:45	Label note		
19:00	Flash		
19:45	Label scène		
20:00 à 0:00	Musical		

Légende :

Musique
Emissions animées
Chronique
Infos

Dès la deuxième année

GRILLE DES PROGRAMMES SEMAINE		GRILLE DES PROGRAMMES WEEK-ENDS	
Heures	Programme	Heures	Programme
0:00 à 5:30	Musical	0:00 à 7:00	Musical
5:30 à 6:30	Juste drôle	7:00 à 10:00	La face cachée de l'info
5h45	Label journée	7:00	Flash
6:00	flash	7h15	Label journée
6:15	Label blague	7h40	Label toile
6:30 à 9:00	La face cachée de l'info	8:00	Flash
6h40	Label toile	8:15	Label presse
7:00	Flash	8:30	Journal
7:15	Label presse	9:00	Flash
7:30	Journal	9:30	Label effort
8:00	Flash	10:00 à 12:00	Engagement
8:30	Label effort	10:00	Flash
9:00 à 12:00	Engagement	10:30	Label opinion
9:00	Flash	11:00	Flash
9:30	Label action	11:20	Label cuisine
10:00	Flash	11:40	Label bleu
10:30	Label opinion	12:00 à 15:00	A table en musique
11:00	Flash	12:00	Journal
11:20	Label cuisine	13:00	Flash
11:40	Label bleu	14:00	Flash
12:00 à 14:00	A table en musique	15:00 à 18:00	Tendances
12:00	Journal	15:00	Flash
13:00	Flash	15h30	Label forme
14:00 à 17:00	Tendances	16:00	Flash
14:00	Flash	16h30	Label bobine
14h15	Label culture	17:00	Journal
15:00	Flash	17h30	Label culture
15h30	Label forme	18:00 à 21:00	Découvertes
16:00	Flash	18:00	Flash
16h30	Label bobine	19:00	Flash
17:00 à 19:00	Votre musique	21:00 à 0:00	Musical
17:00	Journal		
18:00	Flash		
18h45	Label note		
19:00 à 21:00	Café Concert		
19:00	Flash		
20:15	Label scène		
21:00 à 0:00	Musical		

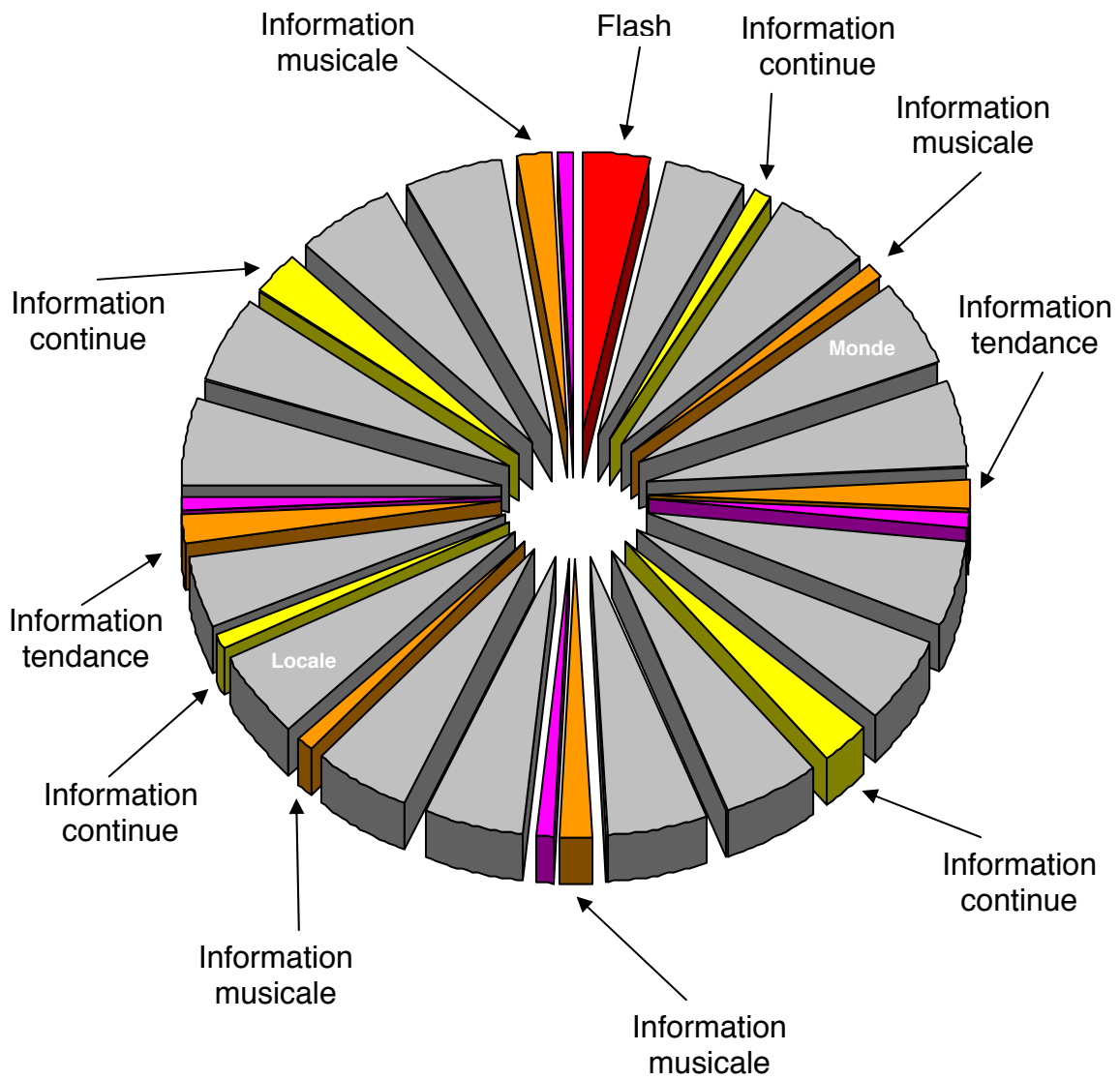
Légende :

Musique
Emissions animées
Chronique
Infos

3.1 a

7.

CONDUCTEUR STANDARD ARC FM



Musique	80,00%
Actualité	3,33%
Information musicale	5,00%
Information tendance	3,33%
Information continue	5,00%
Publicité/Promotion	3,33%

3.1 a

8.

COMPLEMENTARITE ENTRE ARC FM ET BNJ FM

L'avenir des concessions de l'Arc jurassien n'a de sens que dans la **complémentarité** : le programme de ARC FM a non seulement pour objectif d'offrir un nouveau programme pour l'Arc jurassien mais encore à une tranche de la population qui n'avait jusque-là pas d'offre radiophonique régionale.

Par ailleurs, ARC FM doit être différente de BNJ FM afin de **permettre un développement du marché d'auditeurs et d'annonceurs**.

	BNJ FM	ARC FM
Transmission	<ul style="list-style-type: none">- OUC- Téléreseaux- Internet	<ul style="list-style-type: none">- OUC- Téléreseaux- Internet
Public cible	<ul style="list-style-type: none">- plus de 35 ans- recherche du contenu, information régionale- déjà établi	<ul style="list-style-type: none">- 19-45 ans- thèmes et musique- s'engage dans vie active (professionnelle, sociale, privée)
Informations	<ul style="list-style-type: none">- surtout régionales, reportages et infos de terrain- suprarégionales (Arc jurassien)- nationales + internationales- 3 fenêtres de programme (RJB, RTN et RFJ)- rendez-vous de l'info à heures fixes- information développée	<ul style="list-style-type: none">- Surtout suprarégionales (Arc jurassien)- régionales- nationales + internationales- données en continu selon l'importance- décros ponctuelles- diffusion légèrement décalée par rapport à BNJ- information courte
Programmation	<ul style="list-style-type: none">- 63% musique- 4.5% publicité- 11% informations- 21.5% animation	<ul style="list-style-type: none">- 80% musique- 3% publicité- 8.5% informations- 8.5% animation

	BNJ FM	ARC FM
Animation	<ul style="list-style-type: none"> - reportages de proximité - service public de proximité = contenu parlé - 3 fenêtres de programmes (RJB, RTN et RFJ) et un programme commun - tendance journalistique 	<ul style="list-style-type: none"> - mise en valeur du choix musical - positive constructive - valeurs : vie de famille, écologie, éducation, civisme couple, santé - tendance artistique - animateur-journaliste - présence antenne le soir
Publicité	<ul style="list-style-type: none"> - 4.5% - Publicité RJB, RTN et RFJ - Décros régulières 	<ul style="list-style-type: none"> - 3% - Nationale sans décro *, régionale avec décros
Format	généraliste	Hot Adult Contemporary

* Pour les décros, il suffit de créer des blocs publicitaires de même longueur. Le système Dalet couplé à la régie et à l'utilisation de canaux diffusant sur les links permet de diffuser en simultané des blocs publicitaires diffusés sur deux ou trois régions de l'Arc jurassien.

3.1 b

PART DES EMISSIONS DONT LE CONTENU EST LIE A LA ZONE DE DIFFUSION

A l'exception de la musique, dont la provenance est universelle, le 100 % du programme de ARC FM est consacré à sa zone de diffusion.

En moyenne, la musique représente 80 % du temps d'antenne.

3.2

(selon marche à suivre)

MANDAT DE PRESTATIONS

et

4.3

(selon appel d'offres public)

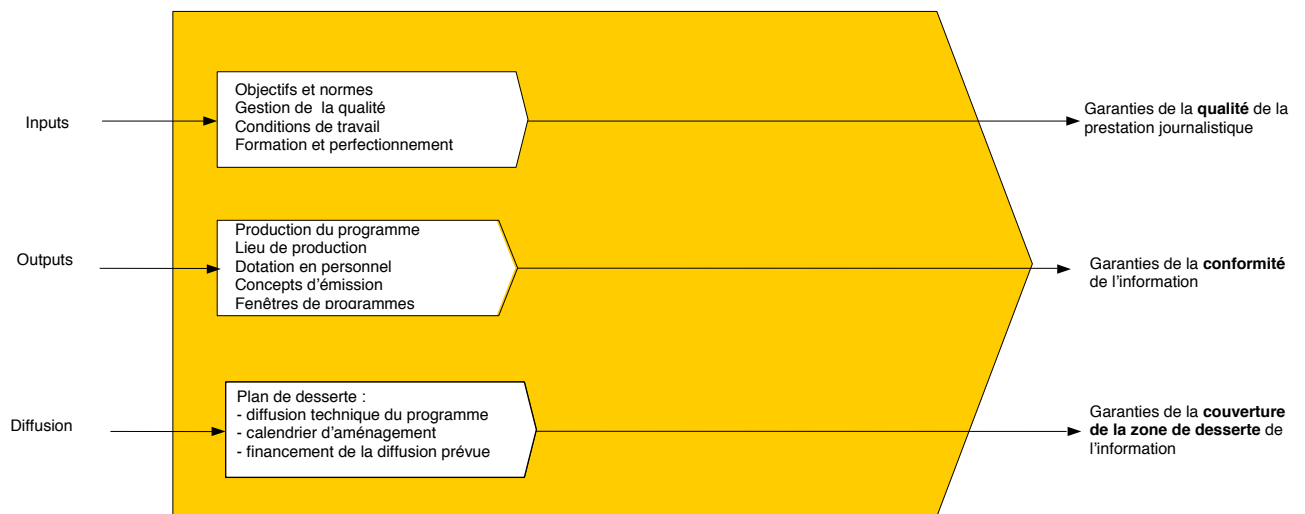
GESTION DES PROCESSUS

ARC FM SA s'engage à introduire un système complet de garanties de la qualité (voir gestion des processus ci-après).

3.2

GESTION DES PROCESSUS

4.3.1. Concept de « mandat de prestation » de ARC FM SA



Le mandat de prestations exige du système de notre entreprise de radio ARC FM SA qu'il contribue à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement qui tient compte des besoins de la zone de desserte considérée.

Le mandat de prestations proposé par notre entreprise ARC FM SA consiste donc à mettre en place une organisation chargée de produire un programme de radio pour la zone de l'Arc jurassien.

Le mandat de prestation de notre entreprise ARC FM SA est basé sur les exigences légales du DETEC et de l'OFCOM.

Cette organisation est structurée selon l'organigramme présenté sous le chapitre 2.2 du présent dossier.

Les critères appliqués dans le cadre du mandat de prestations se divisent selon les trois catégories suivantes :

1. Les inputs décrivant :

- les objectifs et les normes
- la gestion de la qualité
- les conditions de travail
- la formation et le perfectionnement du personnel

La mise en place de ces éléments permet de garantir la **qualité** de la prestation journalistique

2. **Les outputs** décrivant :

- la production du programme
- les lieux de production
- la dotation en personnel
- les concepts d'émission
- les fenêtres de programme

L'application de ces procédures permet de garantir la **conformité** de l'information à diffuser

3. **La diffusion** décrivant :

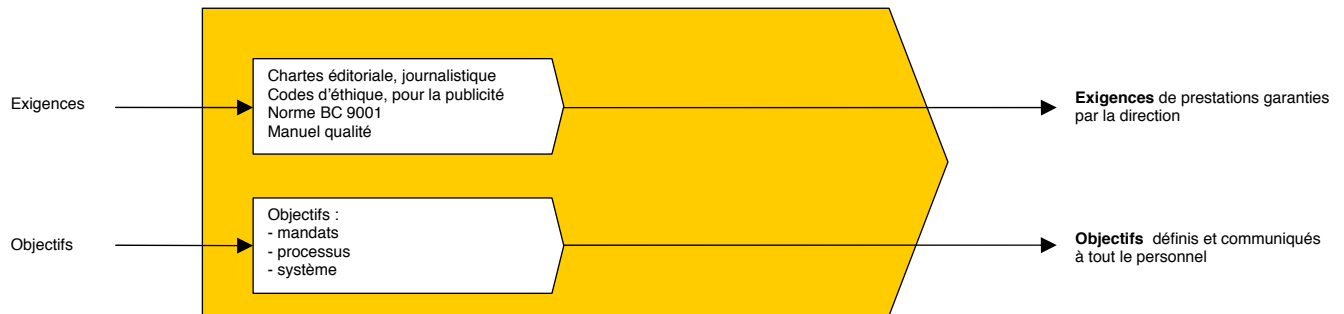
- le plan de desserte précisant la couverture de la zone d'émission
- la diffusion technique du programme
- le calendrier d'aménagement
- le financement de la diffusion prévue

La mise en œuvre de ces principes permet de garantir la **couverture de la zone de desserte** de l'information.

Les composantes de ces trois catégories sont décrites dans les processus développés dans les pages suivantes.

4.3.2. Inputs

4.3.2.1. Carte du processus « Normes et objectifs »



Ce processus comporte deux éléments principaux qui se décomposent de la manière suivante :

1. Les normes, les exigences

Les exigences du législateur spécifiées par :

- la loi sur la radio et la télévision LRTV
- l'ordonnance sur la radio et la télévision ORTV
- la loi sur les télécommunications LTC

Les exigences spécifiques de la profession précisées dans:

- les déclarations du Conseil Suisse de la Presse CSP
- les droits et devoirs du journaliste de l'Association Suisse des journalistes AJS
- la charte éditoriale qui définit l'orientation du contenu et la qualité du programme
- le code pour la publicité dans lequel nous énonçons les règles pour garantir l'éthique des informations émises par les supports publicitaires
- la norme BC-9001 qui définit les bonnes pratiques d'un diffuseur de programmes télévisés
- le manuel de gestion de la qualité structuré selon le référentiel BC-9001 dans lequel l'organisation, le système, les processus, les procédures, les instructions et les consignes sont décrites, diffusées et appliquées par l'ensemble du personnel.

Le système de gestion de la qualité de notre entreprise ARC FM SA couvre les exigences spécifiques de la profession et les exigences du référentiel BC 9001.

Toutes ces exigences sont respectées en tout temps par la direction et rappelées auprès de tout le personnel principalement lors des diverses séances d'informations et lors des cours de formation et de perfectionnement.

2. Les objectifs

Les objectifs sont définis pour s'assurer de la qualité du mandat, de l'efficacité des processus et du bon fonctionnement du système de management de la qualité.

Objectifs au niveau du **mandat** :

- qualité de l'information sélectionnée
- qualité des contenus des programmes préparés
- qualité des programmes diffusés

Objectifs au niveau des **processus**:

- définition des buts du processus
- détermination des valeurs à atteindre
- définition d'indicateurs de performance (qualitatifs et quantitatifs)
- mesure des performances du processus

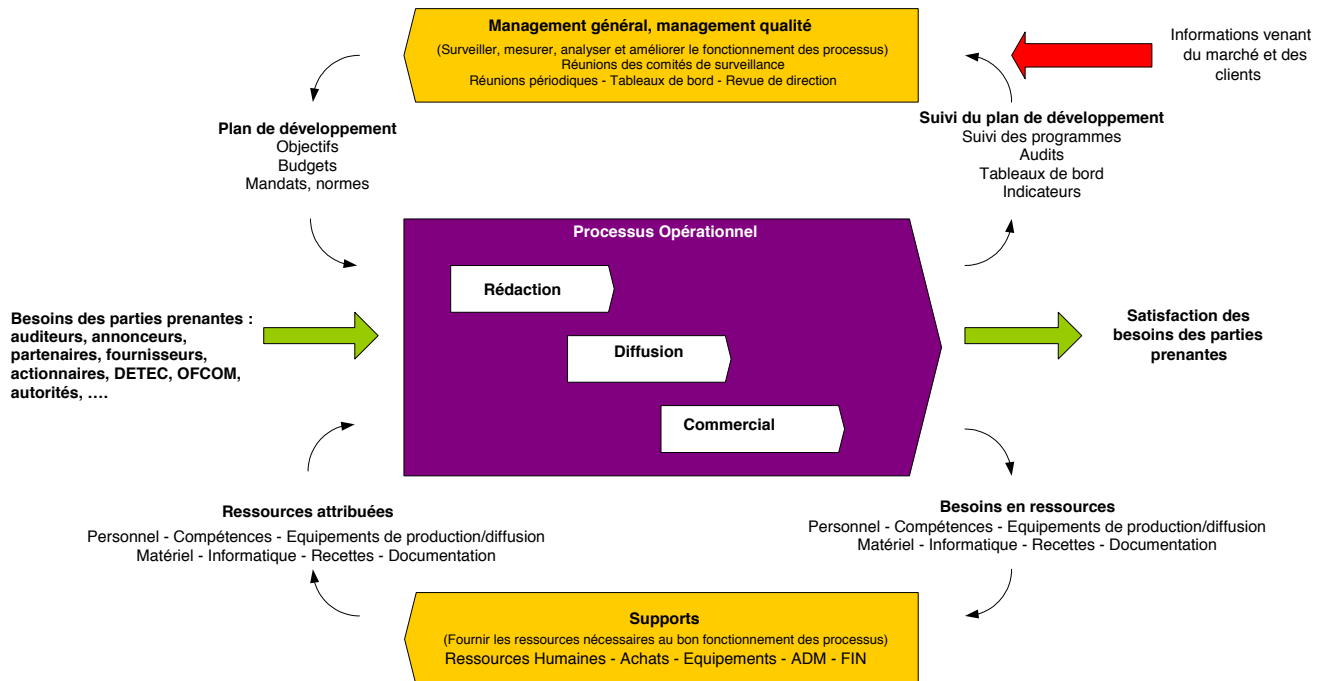
Objectifs au niveau du **système** :

- résultat des performances de l'ensemble des processus
- attention particulière aux mandats de prestations
- tableau de bord global

La direction de ARC FM SA doit faire connaître à chaque collaborateur les objectifs qu'il doit atteindre et les moyens qui lui sont mis à sa disposition. Ces informations sont transmises lors de l'accueil, de l'intégration et des étapes d'acquisition des connaissances de chaque collaborateur.

4.3.2.2. Gestion de la qualité

Carte générale du système de gestion de la qualité



Cette carte générale met bien en évidence les trois processus importants sur lesquels reposent les grands principes de fonctionnement de notre système de gestion de la qualité.

Le premier **“processus de Management”** qui décrit les moyens de pilotage de l’entreprise utilisés par la direction de ARC FM SA dans le respect des exigences légales.

Le deuxième **“processus opérationnel”** qui décrit les activités nécessaires pour réaliser dans les meilleures conditions le mandat de prestation.

Le troisième **“processus support”** qui décrit l’acquisition et l’attribution des ressources nécessaires pour garantir le bon fonctionnement des processus.

La notion **d’amélioration continue** se retrouve dans le suivi du plan de développement établi par la direction. Ce plan de développement touche aussi bien l’amélioration des activités routinières que les projets. Les projets peuvent concerner soit le mandat de prestation, soit les processus ou soit le système de gestion de la qualité.

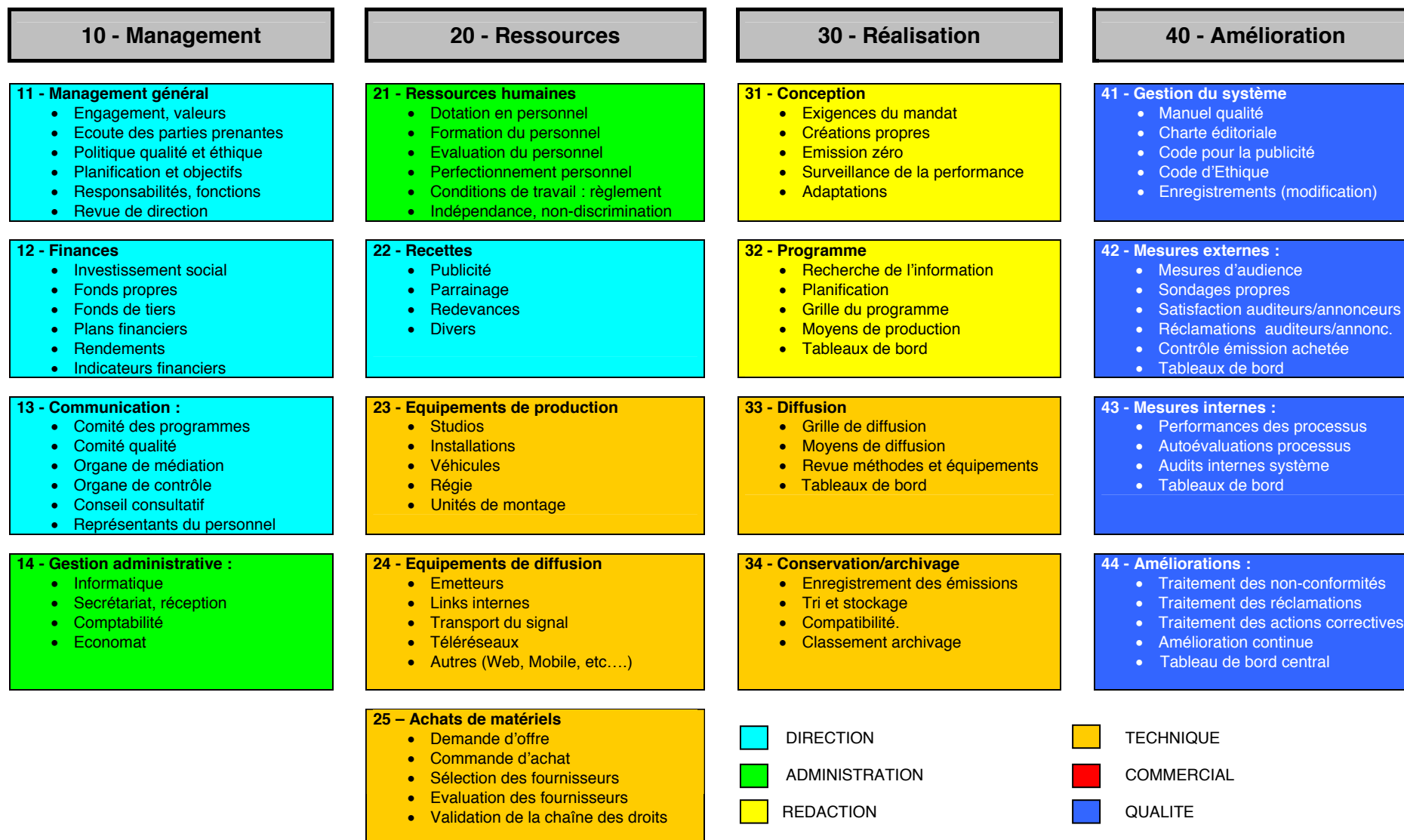
Afin de garantir la pérennité de l’entreprise, l’entreprise entretient **un système de veille** du marché et des besoins qui génère des projets. Ceux-ci peuvent être proposés par l’ensemble des collaborateurs de l’entreprise et des parties prenantes. Ils sont enregistrés dans un logiciel de type **“Boîte à idées”**.

Ces divers projets sont ensuite traités de la façon suivante:

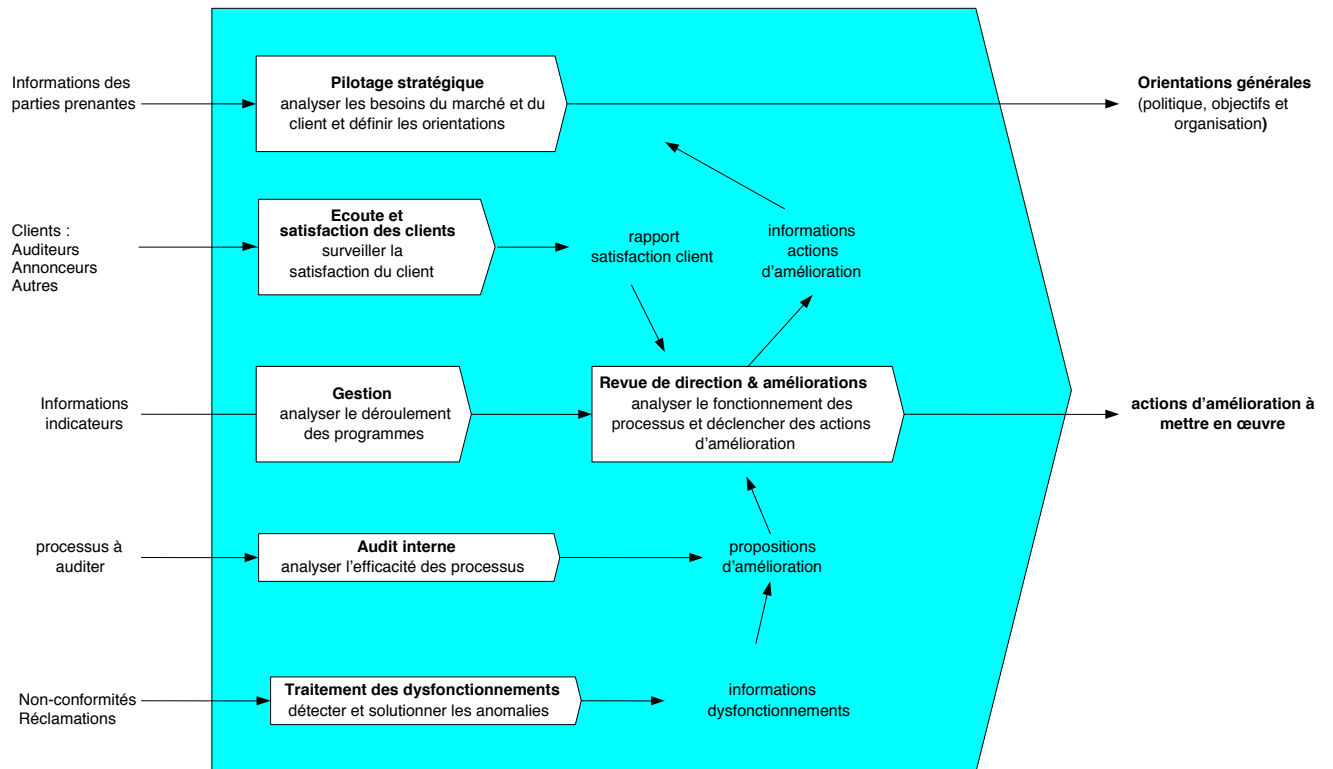
- opportunités, impacts et priorités du projet proposé
- validation du projet (données de veille, statistiques OFS, ...)
- descriptif du projet
- étude de faisabilité (moyens, coûts, délais,...)
- analyse par la commission des programmes ou autre
- décision définitive par le comité de direction
- nomination d’un chef de projet
- lancement du projet

Leur suivi se fait lors des séances hebdomadaires au cours desquelles les chefs de projet rapportent.

4.3.2.3. Carte générale des processus du système de gestion de la qualité



4.3.2.4. Carte générale du processus « Management général»



Ce processus relève les outils utilisés par la direction pour diriger l'entreprise au moyen des outils de pilotage et des outils d'analyse et d'amélioration dont il s'est doté pour assurer la continuité et la répétitivité des prestations fournies. Les principaux outils utilisés par la direction sont décrits ci-après.

Les principaux outils de **pilotage** :

- une organisation (organigramme, cahier des charges)
- des lignes directrices (orientation, politique)
- des objectifs
- des tableaux de bords

Les moyens **d'écoute et satisfaction** :

- une surveillance de la satisfaction des clients (auditeurs et annonceurs)
- un suivi des données d'audience nationales et internationales (Médiapulse)
- un suivi des données d'audience régionales (MIS-Trend, KONSO)
- une veille des différents types de clients effectifs et potentiels
- un suivi de la concurrence (benchmarking)

La **gestion** des programmes :

- le respect de la grille des programmes (contenu et timing)
- la maîtrise des changements de dernières minutes dictés par l'actualité (réactivité)

Les **audits internes** : (voir également le processus d'amélioration)

- la définition du programme d'audits (processus à auditer)
- les check-listes d'audit
- les grilles d'évaluation
- le rapport d'audit
- l'analyse des résultats des audits
- la liste des actions à mettre en place
- le suivi en séance du comité qualité

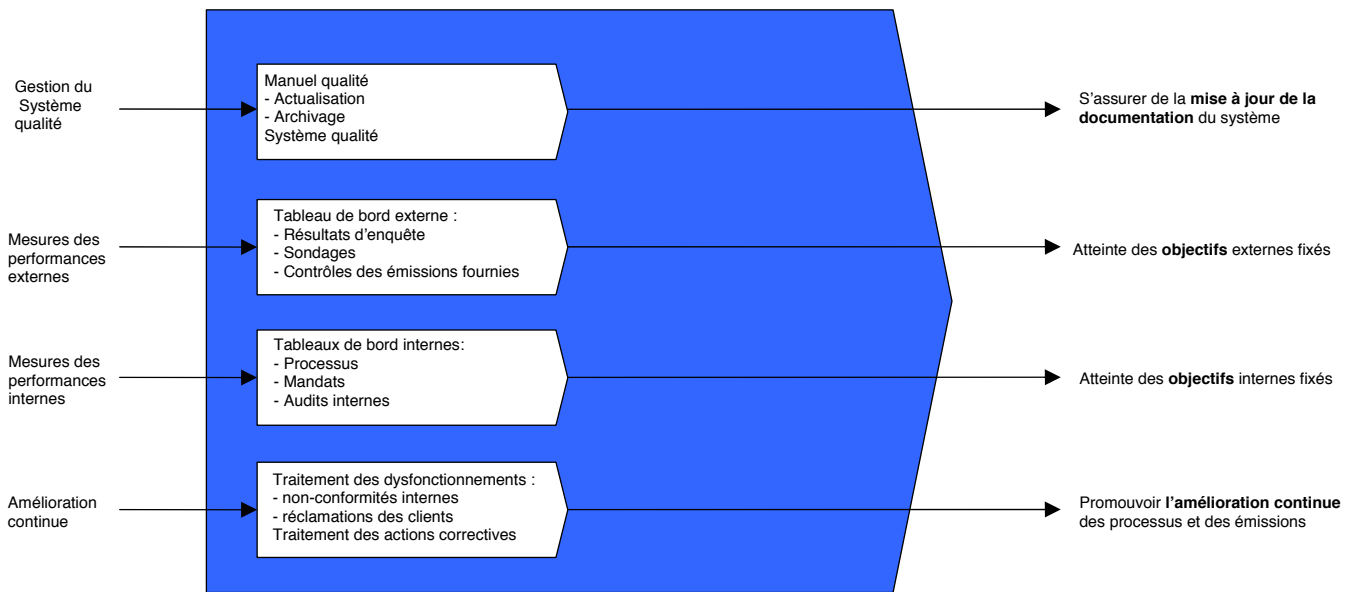
Le traitement des dysfonctionnements : (voir également le processus d'amélioration)

- relevés des dysfonctionnements par les responsables des processus
- analyse des dysfonctionnements lors des séances hebdomadaires
- analyse des dysfonctionnements relevés lors des audits
- centralisation des enregistrements des dysfonctionnements
- coordination des séances de suivi

La revue de direction :

- déclenchement de l'établissement des tableaux de bord des processus
- consolidation du tableau de bord global de l'entreprise
- rassemblement des actions correctives en cours
- déclenchement de la séance de revue de direction
- déroulement de la revue de direction
- analyse des résultats
- proposition de nouvelles actions
- fixation des nouveaux objectifs
- établissement du PV de revue de direction et distribution.

4.3.2.5. Carte du processus « Amélioration »



Le Manuel de gestion de la qualité

Le système de gestion de la qualité est décrit dans le manuel de gestion. Celui-ci nécessite des mises à jour permanentes en fonction de l'évolution des processus, des procédures et des méthodes de travail.

Le chargé de la gestion du système qualité a la tâche d'actualiser le système au travers de sa documentation informatique mise à disposition de tous les collaborateurs. Il tient informé les utilisateurs des modifications importantes.

Les versions périmées sont archivées informatiquement dans un fichier spécifique.

Le système d'amélioration de la qualité fonctionne sur les grands principes suivants :

- chaque responsable de processus suit des indicateurs qu'il mesure régulièrement et les compare aux objectifs fixés avec la direction
 - chaque processus critique est audité par le chargé de la gestion du système selon le procédé précisé sous le processus précédent
 - chaque non-conformité interne est enregistrée et analysée lors des séances hebdomadaires et fait l'objet systématiquement d'une mesure corrective.
 - chaque réclamation du client fait l'objet d'une décision prise aussitôt par la direction. Elle est enregistrée et commentée lors des séances hebdomadaires et du comité qualité.
 - des enquêtes sont déclenchées régulièrement pour connaître le taux de satisfaction de nos clients
- Tous ces résultats sont rassemblés sur des tableaux de bord permettant ainsi à la direction d'avoir une vision générale des performances, prendre les bonnes décisions et pouvoir ainsi piloter efficacement l'entreprise.

Le tableau de bord externe

Le chargé du système de gestion de la qualité rassemble sur un tableau tous les résultats des :

- enquêtes
- sondages
- contrôles des émissions fournies
- synthèse des réclamations des clients

sur un tableau de bord qui est débattu lors de chaque revue de direction.

Ses différentes investigations sont effectuées auprès des clients (auditeurs, annonceurs, ...) par des instituts de sondages et des panels d'auditeurs. Elles nous permettent de mesurer le taux de satisfactions de nos clients.

Les tableaux de bord internes

Le chargé du système de gestion de la qualité rassemble sur un tableau tous les résultats des :

- performances des processus : mesures de l'efficacité et de l'efficience
- synthèse des non-conformités internes
- résultats des audits internes (voir processus précédent)

sur un tableau de bord qui est également commenté, argumenté lors de chaque revue de direction.

Le traitement des dysfonctionnements

Les dysfonctionnements représentent l'ensemble des non-conformités internes et les réclamations des clients. Ils font l'objet d'une synthèse et leur traitement est décrit dans le processus précédent.

Le traitement des actions correctives et préventives

Toutes les actions déclenchées par :

- les non-conformités internes
- les réclamations
- les audits internes
- les enquêtes

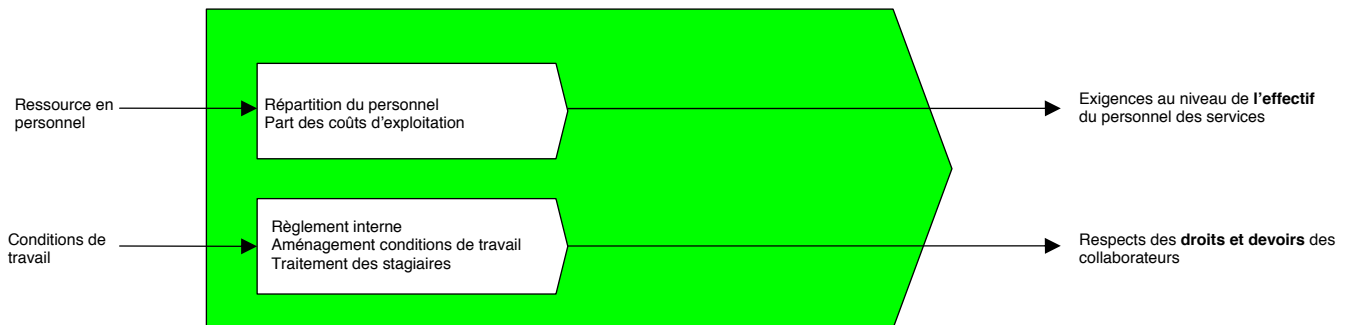
sont rassemblés sur un tableau qui fait l'objet d'un suivi régulier lors des séances du comité qualité et lors de chaque revue de direction.

Les actions préventives ou d'améliorations décidées lors de chaque revue de direction sont également enregistrées sur le tableau de suivi des actions correctives, préventives ou d'améliorations.

Particularité d'une entreprise active dans les médias :

Contrairement à une entreprise traditionnelle ARC FM SA dispose de 2 types de clients dont les besoins sont isolés les uns des autres et dont les intérêts peuvent être différents sur certains aspects. Il en découle que l'entreprise s'engage à séparer également les procédures d'amélioration de manière à respecter scrupuleusement les contraintes de séparation demandées par le cadre légal dans lequel elle évolue.

4.3.2.6. Carte du processus « Conditions de travail »



Dotation et répartition du personnel

Dotation en personnel est en relation directe avec :

- la grille des programmes
- les activités de ARC FM SA.

Parts de coûts d'exploitation

Les parts des coûts d'exploitation se découpent de la manière suivante :

- corrélation entre les moyens techniques, les processus, les compétences et le résultat escompté
- mise en place d'un budget comprenant les coûts d'exploitation dont le personnel représente une part importante, le reste étant attribué à l'exploitation propre (lié au matériel)

Règlement interne

Le contrat de travail est conforme aux accords passés avec les partenaires sociaux et les représentants du personnel, comprenant toutes les annexes nécessaires à une meilleure transparence

Aménagement des conditions de travail

Les conditions de travail sont aménagées de sorte à :

- offrir des conditions de travail favorisant la performance de l'entreprise
- attacher l'importance qu'elle mérite à sa renommée
- ce que le personnel soit le vecteur d'informations le plus important de son secteur
- sensibiliser au respect des usages et des coutumes ainsi que des règles éthiques
- respecter les conditions de la future CCT des radios privées romandes.

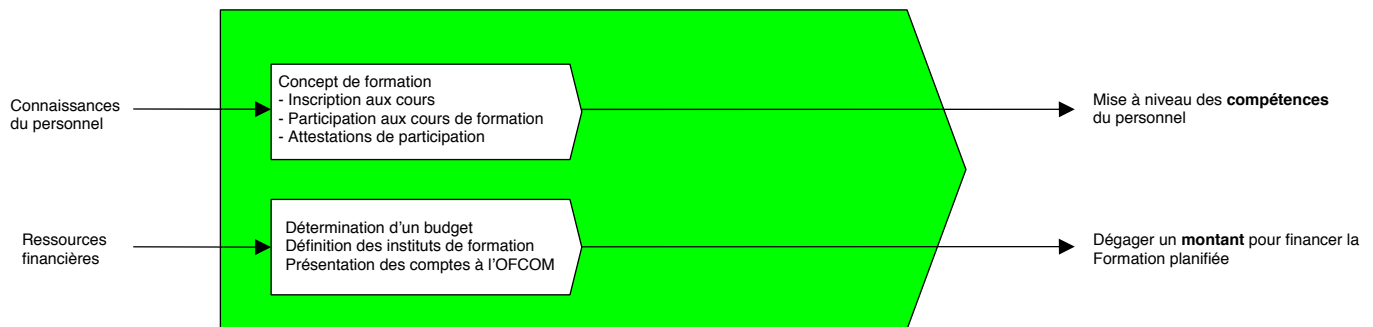
Traitement des stagiaires

La radio régionale est souvent considérée comme une des portes d'entrée aux métiers de l'audiovisuel.

Les grands principes défendus par l'entreprise sont les suivantes :

- un soin tout particulier doit être apporté à la détection des qualités et des aptitudes nécessaires pour remplir le métier visé par les stagiaires
- une importance soutenue doit être attribuée aux connaissances générales et des connaissances spécifiques de la région de la diffusion.
- un responsable de formation générale ainsi que des coachs entretiennent des relations étroites avec les stagiaires
- les stages de formation permettent ainsi de passer progressivement de rôle d'apprenant au rôle d'exécutant
- une volonté d'encourager les stagiaires ayant les aptitudes à entreprendre une formation ad' hoc dans le cadre légale de la profession (Centre Romand de Formation du Journalisme CRFJ et autres)
- donner à des stagiaires suivant une filière universitaire l'occasion de faire le lien entre théorie et pratique

4.3.2.7. Carte du processus « Formation et perfectionnement »



Concept de formation

Le concept de formation s'articule sur deux types de formation : la formation externe et la formation interne

Formation externe : (voir règlement de formation)

Elle est fondée sur :

- un fond de formation attribué pour la formation externe alimentée de manière paritaire entre l'entreprise et le personnel
- un organe de gestion du fond de formation comprenant 2 membres de la direction et deux représentants du personnel.
- la conservation d'une copie de l'attestation du cours ou du diplôme reçu.

Formation interne : (voir règlement de formation)

Elle est fondée sur :

- l'organisation de cours internes en vue de perfectionner les journalistes, les animateurs, les techniciens et le personnel des autres secteurs
- la délivrance et la conservation d'une attestation de suivi du cours interne.

Définition des institutions de formation:

Les principales institutions de formations utilisées :

- le Centre Romand de Formation du Journalisme CRFJ
- autres centres à définir

Présentation des comptes

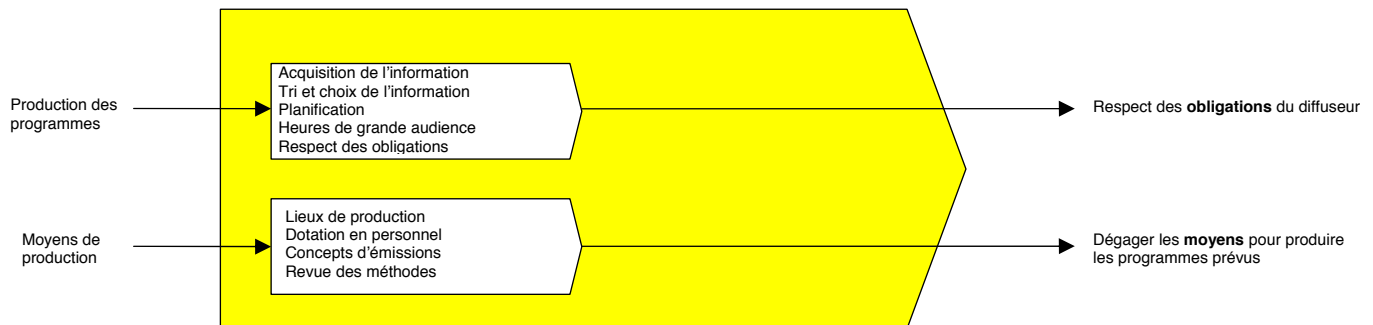
Les comptes sont présentés :

- selon les exigences légales
- basé sur le plan comptable de l'OFCOM
- remis dans les délais impartis

L'entreprise ARC FM SA est consciente que le fait de percevoir des redevances la conduit à une ouverture et une transparence plus larges sur ses comptes.

4.3.3. Outputs

4.3.3.1. Carte du processus « Programme »



Acquisition de l'information:

Le choix des sources disponibles (ATS, etc.) ainsi que notre propre réseau mis en place dans la zone de diffusion et le maillage avec le réseau établi de longue date d'un partenaire nous permet de disposer d'une vue d'ensemble des informations concernant la région.

En plus, il est nécessaire de :

- vérifier l'information et la fiabilité de la ou des sources
- contrôler, enrichir l'information en la documentant
- au vu du résultat: la valider ou la rejeter
- en cas d'acceptation: la qualifier.

Tri et choix de l'information :

Le tri et choix de l'information est basé sur les préceptes suivants :

- une connotation régionale
- axé sur l'actualité, la politique, l'économie, la culture, le sport et la société en général
- la diversité de l'information
- les intérêts, opinions, classes d'âge et autres, différents
- un équilibre entre les différents composants

D'autre part, la LRTV nous demande d'insérer "les communiqués urgents de la police indispensables au maintien de l'ordre et de la sécurité publique ou à la sécurité des personnes, ainsi que les alertes et les instructions émanant des autorités ". Une procédure spécifique est mise en place pour répondre au traitement de tels types d'informations.

Planification:

La planification est établie :

- lors des séances quotidiennes de rédaction et d'animation qui se concrétisent sous la forme des contenus journaliers des journaux et des programmes.

Heures de grande audience :

Une attention particulière est portée sur le respect de la volonté du législateur, en tout temps, mais spécialement durant les heures de grande écoute des auditeurs.

Lieux de production :

La dimension du bassin couvert par ARC FM SA demande :

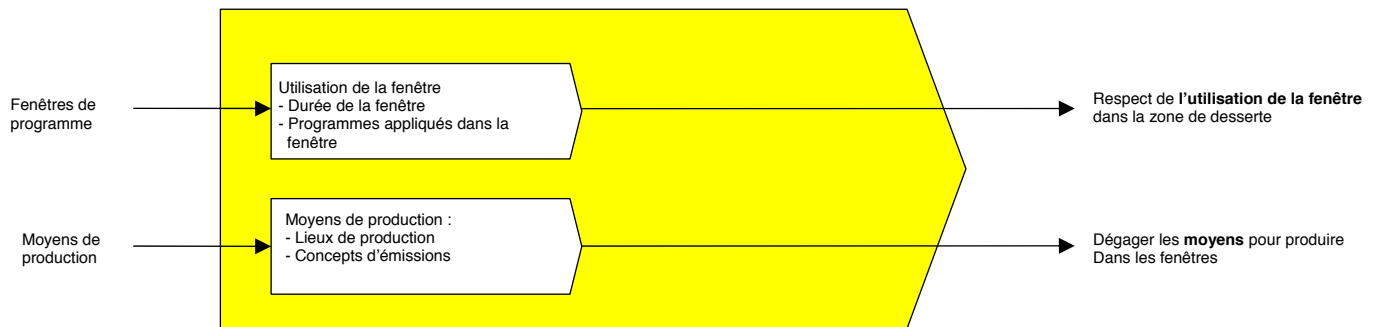
- une ventilation des lieux de production
- une concentration des activités principales dans un but de rationalisation.

Le réseau interne d'échange (links) a donc une importance capitale au niveau de la réactivité de ARC FM SA.

Revue des méthodes de programmation

Le personnel technique reste attentif sur l'évolution des nouveautés dans le domaine de la programmation de l'information. Le responsable du processus 'Programme est donc chargé de la veille technologique dans son domaine.

4.3.3.2. Carte du processus « Fenêtres de programme »



La volonté de ARC FM SA est de favoriser les échanges et l'identification des habitants du bassin de diffusion de l'Arc jurassien tout en apportant une complémentarité par rapport à la première concession.

Utilisation de la fenêtre :

L'implantation du média dans différents cantons demande cependant l'application du principe de la fenêtre en cas d'événements majeurs tels que des élections et autres événements incontournables différents se produisant simultanément dans la zone de couverture.

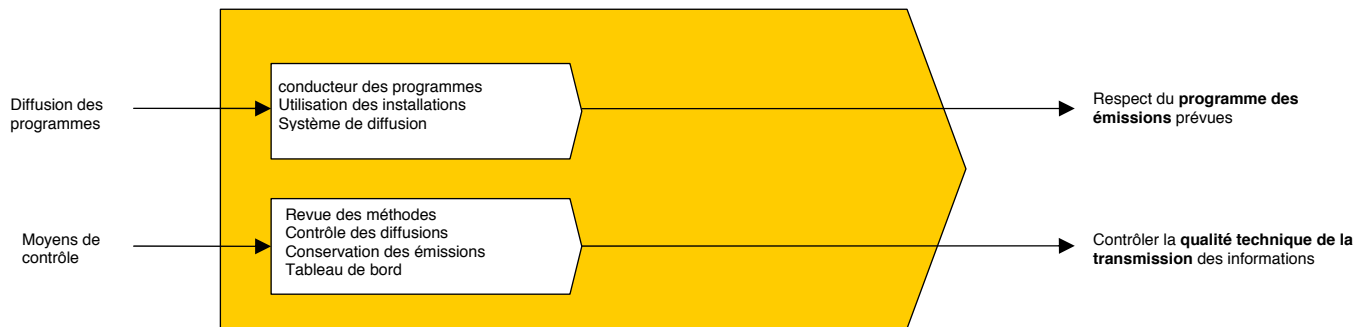
Les durées et les programmes appliqués en diffusion unique ou sous forme de fenêtre seront définis en fonction de l'importance de l'événement.

Moyens de production :

Les lieux de production et les concepts d'émission seront basés sur le même concept que pour un programme standard (voir processus précédent : " Programme ")

L'élaboration de la fenêtre des programmes viendra alors s'intégrer dans le programme standard.

4.3.4. Carte du processus « Diffusion »



Conducteur des programmes

Le conducteur se fait dans le processus dit “de continuité” bien connu dans la profession

Utilisation des installations

Un plan de desserte des installations techniques de diffusion se trouve sous le chapitre « Diffusion » au point 6.1.

Un planning répartit la mise à disposition des moyens techniques et des places de travail.

Système de diffusion

Un système de diffusion automatique assure le respect de la programmation.

Ce système demande et contrôle le respect de la grille des programmes tout en autorisant au travers d'un processus d'exception les impératifs de la réactivité pour des événements de dernière minute.

Revue des méthodes de diffusion

Le personnel technique reste attentif sur l'évolution des nouveautés dans le domaine de la diffusion de l'information. Le responsable du processus “Diffusion” est donc chargé de la veille technologique dans son domaine

Contrôle de la diffusion

Un contrôle de la qualité de diffusion est effectué en collaboration avec la RRR (appareil de mesure), les téléseaux et des vérificateurs mandatés à cet effet.

Conservation des informations

Les éléments diffusés sont conservés selon les prescriptions de l'OFCOM dans les délais et termes légaux et à disposition du dit office pour vérification éventuelle.

En plus, ARC FM SA est amenée à conserver des reflets d'événements importants et collaborer avec des institutions régionales ou nationales assurant elles-mêmes la conservation (Bibliothèque de La Chaux-de-Fonds, Fondation Mémoires, etc...)

Archivage

Un archivage identifié, classé et documenté est nécessaire à l'illustration du suivi des événements et donne, par la même, la possibilité d'augmenter notablement la qualité des contenus.

La décision d'archivage se fait déjà en cours de processus de programmation.

3.2 (suite 1)

MANDAT DE PRESTATIONS

SYSTEME DE GESTION DE LA QUALITE

3.2 a GESTION DE LA QUALITE REDACTIONNELLE

3.2 a 1 Objectifs et normes de qualité

1. Charte de ARC FM SA
2. La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste
3. Directives relatives à la « Déclaration »
4. Règlement d'exploitation (voir 2.2 a 2)
5. Directives et modalités d'utilisation d'Internet / Intranet

3.2 a 1

1.

CHARTE DE ARC FM SA

I. PREAMBULE

La présente charte se fonde notamment sur l'article 5 de la Convention collective entre l'Union romande des radios régionales (RRR) et Impresum – Les Journalistes suisses (Impresum).

Cette charte de ARC FM SA fait partie intégrante du contrat qui lie le diffuseur, d'une part, et chaque collaborateur de la rédaction et de l'animation, d'autre part.

Elle est également remise aux stagiaires, qui sont tenus de s'y conformer. Elle peut être remise pour information aux collaborateurs extérieurs de la radio.

Etablie avec l'agrément des parties intéressées, la charte définit, dans le domaine rédactionnel, la ligne générale, les objectifs de ARC FM SA et les moyens à mettre en œuvre pour les atteindre. La charte définit également les droits et devoirs du diffuseur, des cadres et des rédacteurs.

II. FORME JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE ET ORGANISATION

ARC FM SA est une société anonyme.

Le Conseil d'administration a la haute direction de la société anonyme.

Le Conseil d'administration veille à mettre à disposition de la radio, le personnel et les installations techniques nécessaires.

L'administrateur délégué, en collaboration avec le directeur d'antenne et rédacteur en chef et les membres de la direction, assume la responsabilité de la diffusion des émissions.

III. LIGNE GENERALE

1. ARC FM SA est une radio régionale d'informations générales dont l'activité est régie par la concession que lui a accordée l'Autorité fédérale.

- Elle est indépendante de tout pouvoir, institution ou groupe d'intérêts, que ce soit dans les domaines politique, économique, culturel ou religieux.

- Elle conçoit la liberté de presse comme le droit de relater et de commenter tout fait d'intérêt général, dans le respect de la vie privée des individus.
 - Elle privilégie la qualité et la véracité des informations, plutôt que le sensationnel.
 - Elle s'affirme comme élément dynamique de la vie locale et régionale en priorité, mais aussi cantonale et nationale dans la mesure où cela touche à sa mission première.
 - Elle prend position sur les questions essentielles et veille à ce que les différents points de vue soient présentés.
2. Dans le domaine politique, ARC FM SA reflète la diversité des opinions.
 - Elle est attachée au fédéralisme et à une démocratie au sein de laquelle les oppositions doivent jouer librement face au pouvoir.
 - Elle permet le renforcement de la responsabilité du citoyen et des groupes sociaux intermédiaires, dont elle reflète l'activité pour autant qu'elle soit conforme à l'intérêt général.
 - Elle recherche les moyens de favoriser la justice sociale, d'éviter la violence et de conduire sereinement les débats politiques et sociaux.
 3. Elle rend compte de la vie économique publique et privée en tenant compte de l'intérêt général.
 4. Elle s'efforce d'être dans tous les domaines, politique, économique, culturel, sportif, social ou religieux, un élément dynamique de la vie de l'Arc jurassien, et cela dans un esprit d'ouverture et de tolérance.
 5. Elle peut collaborer avec d'autres médias, tout en se dotant des moyens de conserver et d'affirmer sa personnalité.

IV. EXERCICE DE LA FONCTION

1. Le diffuseur, le directeur d'antenne et rédacteur en chef, les journalistes et les animateurs résistent aux pressions qui pourraient être exercées par des groupes économiques ou idéologiques, des annonceurs ou des lecteurs, étant admis que les nécessités de l'information l'emportent sur les considérations commerciales.
2. A l'exception des cas de faute professionnelle, le rédacteur en chef soutiennent les membres de leur rédaction.
3. Le Conseil d'administration, le diffuseur, le directeur d'antenne et rédacteur en chef et tout le personnel sont tenus au secret professionnel. Ils s'interdisent notamment de révéler à des tiers, et tout particulièrement aux autorités politiques, judiciaires ou de police, la source d'une information.
4. Chaque journaliste s'efforce d'analyser les faits avec rigueur et honnêteté intellectuelle et de prendre, sur un sujet donné, les avis de toutes les parties concernées.
 - Il évite toute omission tendancieuse et mise en valeur exagérée des faits.
 - Il rassemble, pour traiter un sujet, le plus grand nombre possible d'éléments d'appréciation avant de conclure et de prendre position.

- Il sépare le commentaire de l'énoncé des faits.
 - Il a le droit, s'il estime ne pas avoir eu suffisamment de temps pour vérifier ses informations, de reporter la publication de son information.
5. Les journalistes et animateurs respectent, dans leur comportement public, le caractère indépendant de la radio. Il s'abstient donc d'exercer des mandats, notamment politiques et économiques, qui seraient en contradiction avec ce principe.

V. DROITS DU PERSONNEL

1. Les droits des journalistes et animateurs sont définis d'une manière générale par la Convention collective RRR / Impressum en vigueur, notamment ses articles 5 à 10 (sous réserve de ratification), ainsi que par la présente charte.
2. Les journalistes et animateurs ne peuvent pas être contraints de traiter des informations contraires à leurs convictions personnelles.
3. Aucune plainte ou intervention extérieure contre un journaliste ou un animateur ne pourra lui être opposée si elle n'a pas été portée en temps utile à sa connaissance. Toute lettre concernant un journaliste ou un animateur leur sera communiquée.
4. Lorsque les circonstances justifient l'intervention du diffuseur dans la partie rédactionnelle de la radio, il est précisé qu'il s'agit de l'avis de l'éditeur.
5. Les journalistes sont représentés auprès de la direction et du diffuseur, via son Conseil d'administration, par le directeur d'antenne et rédacteur en chef.
 - Ces représentants sont compétents pour se renseigner ou intervenir sur toutes les questions intéressant la rédaction.
 - Ils rencontrent régulièrement la direction et peuvent en tout temps obtenir une entrevue avec le diffuseur pour aborder des problèmes particuliers et obtenir des informations sur la stratégie de la radio.
 - Lorsque les circonstances particulières le justifient, les représentants de la rédaction peuvent être tenus au secret à l'égard d'informations qui leur sont transmises par le diffuseur et/ou la direction.
 - Le directeur d'antenne et rédacteur en chef informent régulièrement la rédaction sur la marche générale de la radio et son fonctionnement.
6. Les représentants sont informés sans délai des engagements et des départs des journalistes.
 - En cas de licenciement, ils sont avisés avant qu'une décision définitive ne soit prise.

- En cas de difficultés économiques graves ou de projets propres à affecter les activités et conditions de travail des journalistes, de même qu'à compromettre leurs avantages ou la sécurité de leur emploi, le diffuseur informe et consulte l'ensemble de la rédaction, le plus tôt possible avant la mise en application.
- En cas de licenciements collectifs pour raisons économiques, un plan social est négocié avec les délégués.
- En cas d'engagement durant les douze mois qui suivent les licenciements, préférence sera donnée aux membres de la rédaction licenciés.

VI. DISPOSITION D'APPLICATION ET DE REVISION

1. Tous les cadres et le personnel engagé à plus de 50 % et au bénéfice d'un contrat signé par les deux parties, sont en possession de la présente charte. Elle fait partie intégrante de leur contrat d'engagement.
2. Le Conseil d'administration et l'administrateur délégué, en collaboration avec le directeur d'antenne et rédacteur en chef et les cadres, sont les garants de l'application de la charte, sur les plans interne et externe.
3. Les divergences d'interprétation de la charte sont tranchées par le Conseil d'administration.
4. La présente charte est approuvée par le diffuseur, le directeur d'antenne et rédacteur en chef. Toute révision ultérieure sera soumise à une procédure de consultation entre le Conseil d'administration et le personnel.
5. La présente charte entre en vigueur à l'attribution de la concession.

ARC FM SA

L'employé :

Le président :

Le vice-président :

.....

Pierre Steulet

Philippe Zahno

Delémont, le

3.2 a 1 2. La Déclaration des devoirs et des droits du / de la journaliste

Préambule

Le droit à l'information, de même qu'à la libre expression et à la critique, est une des libertés fondamentales de tout être humain.

Du droit du public à connaître les faits et les opinions découle l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

Aussi la responsabilité de ces derniers envers le public doit-elle primer celles qu'ils assument à l'égard de tiers, pouvoirs publics et employeurs notamment.

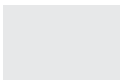
Les journalistes s'imposent spontanément les règles nécessaires à l'accomplissement de leur mission d'information. Tel est l'objet de la «Déclaration des devoirs» formulée ci-après.

Afin de s'acquitter de leurs devoirs journalistiques de manière indépendante et en conformité aux critères de qualité requis, ils / elles doivent pouvoir compter sur des conditions générales adéquates d'exercice de leur profession. Tel est l'objet de la «Déclaration des droits», qui suit.

Déclaration des devoirs

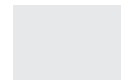
Le / la journaliste qui récolte, choisit, rédige, interprète et commente les informations respecte les principes généraux de l'équité exprimés par une attitude loyale envers ses sources, les personnes dont il / elle parle et le public; il / elle tient pour ses devoirs essentiels de:

- 1.** _____ Rechercher la vérité, en raison du droit qu'a le public de la connaître et quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même.
- 2.** _____ Défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession.
- 3.** _____ Ne publier que les informations, les documents, les images et les sons dont l'origine est connue de lui / d'elle; ne pas supprimer des informations ou des éléments d'information essentiels; ne dénaturer aucun texte, document, image et son, ni l'opinion d'autrui; donner très précisément comme telles les nouvelles non confirmées; signaler les montages photographiques et sonores.
- 4.** _____ Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents; ne pas manipuler ou faire manipuler des images par des tiers en vue de les falsifier; s'interdire le plagiat.
- 5.** _____ Rectifier toute information publiée qui se révèle matériellement inexacte.
- 6.** _____ Garder le secret rédactionnel; ne pas révéler les sources des informations obtenues confidentiellement.
- 7.** _____ Respecter la vie privée des personnes, pour autant que l'intérêt public n'exige pas le contraire; s'interdire les accusations anonymes ou gratuites.



- 8.** _____ Respecter la dignité humaine; le / la journaliste doit éviter toute allusion, par le texte, l'image et le son, à l'appartenance ethnique ou nationale d'une personne, à sa religion, à son sexe ou à l'orientation de ses mœurs sexuelles, ainsi qu'à toute maladie ou handicap d'ordre physique ou mental, qui aurait un caractère discriminatoire ; le compte rendu, par le texte, l'image et le son, de la guerre, d'actes terroristes, d'accidents et de catastrophes trouve ses limites dans le respect devant la souffrance des victimes et les sentiments de leurs proches.
- 9.** _____ N'accepter aucun avantage, ni aucune promesse qui pourraient limiter son indépendance professionnelle ou l'expression de sa propre opinion.
- 10.** _____ S'interdire de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs publicitaires.
- 11.** _____ N'accepter de directives journalistiques que des seuls responsables désignés de sa rédaction, et pour autant que ces directives ne soient pas contraires à la présente déclaration.

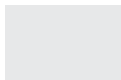
Tout/toute journaliste digne de ce nom observe strictement les règles essentielles énoncées ci-dessus. Au surplus, sauf quant à se soumettre au droit commun de chaque pays, il / elle n'admet en matière professionnelle d'autre juridiction que celle de ses pairs, du Conseil de la presse ou de tout autre organe analogue légitimé à se prononcer sur les questions d'éthique professionnelle. Il / elle rejette toute ingérence, étatique ou autre, dans ce domaine.



Déclaration des droits

Le plein respect par les journalistes des devoirs énoncés ci-contre requiert qu'ils / qu'elles jouissent, au minimum, des droits suivants:

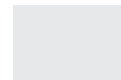
- a.** _____ Libre accès du/de la journaliste à toutes les sources d'information et droit d'enquêter sans entraves sur tous les faits d'intérêt public; le secret des affaires publiques ou privées ne peut lui être opposé que par exception, dûment motivée de cas en cas.
- b.** _____ Droit pour le / la journaliste de n'accomplir aucun acte professionnel – et en particulier de n'exprimer aucune opinion – qui soit contraire aux règles de sa profession ou à sa conscience; il / elle ne doit encourir aucun préjudice du fait de son refus.
- c.** _____ Droit pour le / la journaliste de refuser toute directive et toute subordination contraires à la ligne générale de l'organe d'information auquel il / elle collabore; cette ligne doit obligatoirement lui être communiquée par écrit avant son engagement définitif; elle n'est pas modifiable ni révocable unilatéralement sous peine de rupture de contrat.
- d.** _____ Droit pour le / la journaliste à la transparence quant aux participations de leur employeur. Droit pour le / la journaliste membre d'une équipe rédactionnelle d'être obligatoirement informé à temps et entendu avant toute décision propre à affecter la vie de l'entreprise; l'équipe des journalistes doit notamment l'être avant décision définitive sur toute mesure modifiant la composition ou l'organisation de la rédaction.
- e.** _____ Droit pour le / la journaliste à une formation professionnelle et à une formation permanente adéquates.
- f.** _____ Droit pour le / la journaliste de bénéficier de conditions de travail garanties par une convention collective, y compris le droit d'avoir,



sans encourir de préjudice personnel, une activité au sein des organisations professionnelles.

- 9.** _____ Droit pour le / la journaliste de bénéficier en outre d'un contrat d'engagement individuel; celui-ci doit garantir sa sécurité matérielle et morale, en particulier grâce à une rémunération correspondant à sa fonction, à ses responsabilités, à son rôle social, et suffisante pour assurer son indépendance économique.

Ainsi décidé lors de la séance du Conseil de fondation de la Fondation «Conseil suisse de la presse» du 21 décembre 1999.



3.2 a 1

4.

DIRECTIVES ET MODALITES D'UTILISATION D'INTERNET / INTRANET ARC FM SA

Directives concernant les modalités d'utilisation d'Internet et de la messagerie au sein de ARC FM SA

1. Rappel concernant l'usage abusif des ressources informatiques

La mise à disposition de moyens informatiques, en particulier de la messagerie électronique et des accès Internet en tant qu'outils de travail professionnels, peut parfois donner lieu à des utilisations abusives comme l'usage hors du cadre des activités de ARC FM SA, la propagation de messages "boule de neige" ou l'accès à des sites Internet sans relation avec les activités professionnelles.

En plus du temps perdu par les collaborateurs de la radio, ces utilisations abusives consomment des ressources informatiques (capacités du réseau et stockage sur les disques des serveurs, etc.), ce qui est coûteux et qui pénalise progressivement et inutilement la disponibilité des systèmes.

La direction rappelle que les postes de travail et autres systèmes de traitement de l'information ne peuvent être utilisés que dans le cadre des activités de la radio. Une utilisation à but privé doit rester exceptionnelle durant le temps de travail. Elle est autorisée avec retenue en dehors des heures de travail. En tous les cas, elle doit rester dans la limite des principes énoncés ci-après.

Les utilisateurs/utilisatrices sont officiellement informés que, pour des raisons d'exploitation et de sécurité (analyse des événements en cas de problèmes), des mesures techniques d'enregistrement de données (application, Internet, messagerie électronique et réseau) sont autorisées.

L'installation de logiciels ou de gratuiciels sur les postes de travail sans autorisation de la direction est strictement interdite.

Les objectifs principaux motivent les recommandations ci-après:

- Protéger les intérêts et l'image de ARC FM SA et des personnes.
- Optimiser l'efficacité opérationnelle des processus de travail (temps, coûts).
- Réduire les risques liés à la responsabilité civile et pénale de ARC FM SA.

D'où la nécessité :

- de définir et de communiquer au personnel des règles d'utilisation et de comportement,
- d'intégrer dans les logiciels de contrôle les règles qui peuvent l'être.

2. Règles et recommandations applicables à la messagerie électronique et à l'usage d'Internet

1. Les logiciels de courrier électronique et d'accès à Internet sont des outils à but professionnel.
2. La consultation au sein des boîtes de mails dans des boîtes personnelles du type hotmail, caramail, freesurf, etc... n'est pas autorisée. La plupart de ces boîtes aux lettres ne sont pas scannées contre les virus. Lire des mails sur une passerelle gratuite fait encourir un risque certain à l'outil de production. Un seul virus peut par exemple détruire l'ensemble des fichiers se trouvant sur le serveur son de chaque radio.
3. Chaque collaborateur s'engage à respecter les règles générales de sécurité du présent document
4. Le collaborateur ne doit pas télécharger, posséder, diffuser ou afficher des documents ou fichiers ayant des contenus illicites. De même, il ne doit pas adopter des comportements dangereux pour la sécurité des données, ou portant atteinte aux intérêts et à l'image de ARC FM SA ou des personnes.
5. Ces contenus et comportements ne doivent pas violer les prescriptions légales, notamment la législation en matière de protection des données personnelles, la loi fédérale sur le droit d'auteur et le Code pénal suisse
 - transmission de virus, atteinte à l'intégrité et à la disponibilité des données -art 143, 143bis, 144bis, 147, 150bis, 179 novies CP
 - utilisation frauduleuse d'un ordinateur -art 147 CP
 - obtention frauduleuse d'une prestation -art 150 CP
 - pornographie -art 197 CP
 - représentation de la violence -art 135 CP
 - discrimination raciale -art 261 bis CP
 - atteinte à l'honneur et à la dignité de la personne, harcèlement, menaces, diffamation - art 173ss CP
6. Les contenus illicites et comportements inappropriés concernent également :
 - l'accès à des sites Internet illégaux, par exemple des pirates, hackers, etc.
 - les déclarations inexacts ou engageant ARC FM SA à tort.
 - les messages en chaîne (boule de neige) créant un engorgement de la messagerie
 - la circulation de jeux, les accès à des jeux de hasard, etc.
7. Les données confidentielles ou sensibles ne doivent pas être transmises par le courrier électronique. Est considérée comme confidentielle toute information dont la divulgation pourrait porter préjudice à des personnes ou à ARC FM SA. Les informations concernant l'environnement technique informatique font partie des données confidentielles, y compris les mots de passe personnels.
8. Compte tenu des risques accrus (limitation du volume des courriers, difficultés de filtrage, etc.), l'accès "chat" (communication en direct entre utilisateurs au travers d'Internet) est volontairement restreint.
9. En l'absence d'une signature électronique cryptée et "certifiée" par un dispositif et une procédure ad hoc, les messages ou courriers importants impliquant un engagement juridique ou financier de ARC FM SA par rapport à un tiers extérieur (commande, contrat, acceptation de conditions, prises de position ou autres transactions générant une responsabilité) doivent être validés par l'administration avant expédition du courrier électronique.
10. Seuls les logiciels de communication, d'accès Internet et de courrier électronique standards à ARC FM SA sont autorisés et peuvent être utilisés.

11. Pour des raisons d'efficacité, de support et de compatibilité des installations, les logiciels de courrier électronique et d'accès à Internet doivent être soumis à un paramétrage et à des règles d'utilisation uniformes. La configuration standard et sécurisée du poste de travail doit être respectée. Aucun moyen permettant de détourner cette configuration n'est autorisé.
12. Les logiciels anti-virus doivent être constamment mis à jour et rester actifs en arrière plan
13. Les abus contraires au contrat de travail ou au droit seront traités sur la base des dispositions légales en vigueur.

3. Règles et recommandations spécifiques à l'usage d'Internet

1. Actuellement, il n'est pas possible d'assurer une confidentialité totale et de garantir l'intégralité absolue des informations circulant sur Internet. De plus, avec les informations importées par Internet, certains composants invisibles à l'utilisateur (Applets JAVA ou ActiveX hostiles par exemple et héritant des privilèges d'accès liés à l'identification et au compte utilisateur) peuvent être dommageables pour le système d'exploitation.
2. Des dispositifs de filtrage et de contrôle d'éléments hostiles sont actifs au niveau des échanges entre ARC FM SA et le reste du réseau. Des précautions doivent toutefois être prises par les utilisateurs
3. Il est recommandé d'être attentif aux messages de sécurité affichés lors des transferts d'information sur Internet et d'y répondre dans le sens de la prudence.
4. Ne télécharger depuis Internet que les informations nécessaires à l'exécution des activités professionnelles et provenant de sources sûres.

4. Règles et recommandations spécifiques à l'usage de la messagerie électronique

1. La direction assure l'attribution et la gestion des boîtes aux lettres.
2. La mise à disposition des services de courrier électronique sera révisée régulièrement en fonction des mutations des collaborateurs (nouvelles arrivées, changements d'affectations, départs).
3. Le collaborateur est responsable des messages envoyés ainsi que du courrier et des données qui transitent dans l'ordinateur qu'il utilise. Tout ce qui y entre et sort est soumis aux mêmes règles de contenu et procédures de traitement que celles en usage pour le courrier traditionnel.
Il est également responsable de la gestion de sa liste de contact ainsi que de son contenu.
4. L'utilisateur s'engage à ne pas diffuser de message dont le contenu peut nuire à la réputation, l'image ou l'activité de ARC FM SA.
5. L'utilisation abusive des prestations de service est interdite. Sont en particulier considérés comme un abus :
 - les messages électroniques non sollicités (spamming, arrosage),
 - les courriers électroniques au contenu dérangeant,
 - l'envoi d'un grand nombre de messages électroniques au même destinataire (mailbombing), -l'utilisation illicite de serveurs externes de messagerie en tant que relais, sans l'autorisation préalable de leurs propriétaires,
 - la falsification des données concernant l'expéditeur ou d'autres informations de l'en-tête dans un courrier électronique.
6. L'expéditeur est responsable des messages diffusés à partir de sa session ou de son ordinateur au même titre que s'il les avait signés de sa main. En conséquence, l'utilisateur doit prendre toutes les mesures pour protéger l'accès aux boîtes aux lettres de ARC FM SA.

7. L'utilisateur qui transfère un message transitant par la boîte aux lettres de ARC FM SA est responsable de l'intégrité de son contenu.
8. L'utilisateur est tenu de lire la boîte aux lettres de l'ordinateur qu'il utilise au moins une fois par jour.
9. L'utilisateur qui s'absente doit s'assurer du traitement de son courrier.
10. L'utilisateur est tenu d'assurer l'acheminement des messages qu'il reçoit par erreur ou, à défaut, de les renvoyer aux expéditeurs.
11. L'utilisateur doit détruire régulièrement les messages devenus caducs ou les archiver.
La boîte de réception n'est pas un emplacement de stockage. L'utilisateur désirant conserver une pièce jointe doit le faire en enregistrant cette dernière sur son espace de stockage personnel. Supprimer ensuite la pièce jointe dans l'email correspondant.
12. En cas d'absence prolongée, le titulaire d'une boîte aux lettres déléguera ses messages à un collaborateur ou une collaboratrice de ARC FM SA.
13. Si l'utilisateur constate un abus des prestations de services, des installations ou des logiciels, en particulier une utilisation par des tiers contraire au droit ou aux dispositions du contrat, il en informe immédiatement la direction.
14. En cas de doute sur le contenu d'un message, le collaborateur est tenu d'en informer la direction. notamment sur les questions de pédophilie, etc.

Envoi de fichiers joints

- La fonction "Copie à" doit être utilisée avec discernement et pertinence.
- Si l'envoi de message avec une pièce jointe importante (+2 MB) est nécessaire, et que l'urgence n'est pas demandée, l'envoyer pendant les heures creuses, entre 12h et 14h ou entre 18h et 8h.
- Ne jamais utiliser de caractères diacritiques (accents, points) dans l'objet (en-tête) d'un message.
- Ne pas transférer à des listes de distribution des emails humoristiques, etc.

Boîte aux lettres

- Effacer les messages n'étant plus nécessaires et, au besoin, automatiser le nettoyage de la corbeille de la boîte aux lettres.
- Si vous recevez un message avec un fichier joint d'origine peu sûre, ne l'ouvrez pas à la légère. Vérifiez-le ou détruisez-le plutôt, surtout :
 - s'il s'agit d'un programme ou d'un fichier avec une extension qui vous est inconnue, ou si le fichier comporte deux extensions qui se suivent (exemple .doc.scrn). Ne pas oublier de faire afficher toutes les extensions dans les options de Windows.
 - si l'expéditeur vous est totalement inconnu,
 - si vous pouvez douter sérieusement de l'origine de ce message, l'expéditeur n'étant pas plausible.
- Si vous recevez un E-mail avec fichier joint qui vous semble bizarre ou comique, résistez à la tentation de le transférer à vos collègues, surtout si le texte du message vous y incite. En l'espèce, il peut s'agir d'une forme d'attaque indirecte dont le but est d'engorger les serveurs de messagerie et de provoquer de sérieuses détériorations des performances desdits serveurs ainsi que de votre propre poste de travail. Détruisez donc ce message.
- Se méfier également d'un message, dont l'auteur s'engagerait à verser une certaine somme pour chaque transfert du message à un nouveau destinataire. Détruire ce message, même si son expéditeur est soi-disant Microsoft ou Nokia par exemple. Un site, sur lequel les canulars du web sont mentionnés, existe : www.hoaxbuster.com

Expéditeur: bonnes habitudes

- Utiliser une liste de distribution avec parcimonie. Envoyer des messages uniquement aux destinataires qui ont vraiment besoin de l'information.
- Dans le cas où un message doit être envoyé à plusieurs personnes, l'utilisation de la zone "CM, BCC ou Cci" (copie masquée) sera préférable à la zone "Destinataire".
- Être succinct. Les messages les plus efficaces sont toujours concis et directs.
- Préciser, en exergue, l'objet du message qui en résume le contenu. Cela aidera le destinataire à définir des priorités pour la lecture et la gestion de ses messages.
- Ne pas utiliser la priorité "élevée" ou "urgent" si le message ne l'est pas. Ne pas diffuser des messages d'autres personnes sans leur accord.
- Ne pas répondre à un message en incluant tous les destinataires s'ils n'ont pas besoin de connaître votre réponse.

Destinataire : bonnes habitudes

Même si nous recevons principalement des informations importantes et nécessaires, beaucoup d'utilisateurs sont dépassés par la quantité journalière de messages reçus par jour. Le destinataire doit gérer le temps qu'il passe à consulter sa boîte aux lettres. Par exemple, il devrait s'occuper de sa messagerie à intervalles réguliers, lire ses nouveaux messages selon le temps à disposition et être averti lors de la réception de nouveaux messages.

Le but étant de conserver la boîte de réception avec un minimum de messages, nous vous invitons à:

- Effacer les messages qui ne sont plus nécessaires.
- Ne pas archiver un message qui contient un document joint, le supprimer après utilisation. Consulter à intervalles réguliers la messagerie.
- Répondre rapidement à l'expéditeur qui attend une réponse.
- Ne pas répondre à tous les destinataires d'un message dont une réponse n'est pas exigée.
- N'inclure le message d'origine dans une réponse que si c'est vraiment nécessaire.

5. Conclusion

L'utilisation efficace et correcte de la messagerie et d'Internet passe par le respect des directives qui précèdent. En cas d'abus, les dispositions légales relatives au contrat de travail et au droit seront appliquées.

Nous vous remercions de vous conformer à ces directives. Elles font partie intégrante de votre contrat de travail.

Delémont, le

3.2 (suite 2)

MANDAT DE PRESTATIONS

SYSTEME DE GESTION DE LA QUALITE

3.2 a GESTION DE LA QUALITE REDACTIONNELLE (suite)

3.2 a 2 Vérification des objectifs qualité

1. Séances d'information
2. Débriefing animation

3.2 a 3 Dotation en personnel suffisante

3.2 a 2

VÉRIFICATION DES OBJECTIFS QUALITÉS

1.

SÉANCES D'INFORMATION

- Séances d'information annuelles du personnel
- Séance hebdomadaire du Conseil de direction
- Séance hebdomadaire de coordination entre les secteurs
- Séance quotidienne de la rédaction et de l'animation

Contrôles réguliers des tranches horaires selon un plan pré-établi

06h30 – 9h00	1 x par mois
09h00 – 12h00	1 x par mois
12h00 – 14h00	1 x par mois
14h00 – 17h00	1 x par mois
17h00 – 20h00	1 x par mois
Samedi 08h00 – 12h00	1 x par mois
Samedi 12h00 – 15h00	1 x par mois
Samedi 15h00 – 19h00	1 x par mois
Dimanche 08h00 – 12h00	1 x par mois

3.2 a 2

VÉRIFICATION DES OBJECTIFS QUALITÉS (suite)

2.

DÉBRIEFING ANIMATION

Public cible	<input type="checkbox"/> Connu	<input type="checkbox"/> Inconnu	
Gestion technique	<input type="checkbox"/> Bonne	<input type="checkbox"/> Mauvaise	<input type="checkbox"/> Insuffisante
Objectif	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> En partie
Sens à l'émission	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> En partie
Règles antenne	<input type="checkbox"/> Respect	<input type="checkbox"/> Non respect	<input type="checkbox"/> En partie
Présentation	<input type="checkbox"/> Improvisation	<input type="checkbox"/> Ecrit	<input type="checkbox"/> Notes
Confiance en soi	<input type="checkbox"/> Faible	<input type="checkbox"/> Bonne	<input type="checkbox"/> Excellente
Mots parasites	<input type="checkbox"/> Fréquents	<input type="checkbox"/> Rares	<input type="checkbox"/> Irremplaçables
Durées interventions	<input type="checkbox"/> Courtes	<input type="checkbox"/> Longues	<input type="checkbox"/> Adaptées
Parole / Voix			
♦ Articulation	<input type="checkbox"/> Peu claire	<input type="checkbox"/> Acceptable	<input type="checkbox"/> Claire
♦ Rythme	<input type="checkbox"/> Lent	<input type="checkbox"/> Rapide	<input type="checkbox"/> Adapté
♦ Respiration	<input type="checkbox"/> Ok	<input type="checkbox"/> Rapide	<input type="checkbox"/> Forte
Degré de satisfaction	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/>		

3.2 a 3

DOTATION EN PERSONNEL SUFFISANTE

Total : journalistes - animateurs / journalistes - stagiaires

Arc FM SA	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année
Journalistes	3	3	3	3	3
Animateurs / Journalistes	4	4	4	4	4
Total	7	7	7	7	7
Stagiaires prévus	1	1	1	1	1
Stagiaires autorisés	2.35	2.35	2.35	2.35	2.35
TOTAL	8	8	8	8	8

3.2 (suite 3)

SYSTEME DE GESTION DE LA QUALITE

3.2 b CONDITIONS DE TRAVAIL

1. CCT en négociation **CONFIDENTIEL**
2. Echelle des salaires actuelle et future dès signature CCT **CONFIDENTIEL**
3. Règlement du fonds de maternité
4. Contrats de travail
 - a) directeur d'antenne et rédacteur en chef
 - b) journaliste
 - c) animateur

Les salaires sont fixés pour tous les corps de métiers, en particulier pour les journalistes et les animateurs.

La durée hebdomadaire de travail est de 42,5 heures.

Le personnel a droit à 4 semaines de vacances par année. Les employés qui travaillent en matinale ont droit à une semaine de vacances supplémentaire.

Les stagiaires, journalistes et animateurs, suivent obligatoirement les cours dispensés par le CRFJ.

Les conditions de travail sont, dans les grandes lignes, celles fixées par la CCT en négociation (voir projet annexé).

Nous sommes favorables à la signature de cette CCT.

En cas de refus des RRR de signer une CCT notre groupe s'engage à négocier une CCT sur la base du document de travail en annexe.

Seuls les articles mis en évidence sont en négociation.

3.2 b

3.

RÈGLEMENT DU FONDS DE MATERNITÉ

But	<u>Article 1</u> :	Sous la dénomination de fonds de maternité, il est constitué un fonds sous forme de fortune destiné à financer les 15 ^e et 16 ^e semaine du congé maternité.
Financement	<u>Article 2</u> :	<ol style="list-style-type: none">1. Le fonds est alimenté par une cotisation correspondant à 0.1% du salaire brut, soit 0.05% à la charge de l'employeur et 0.05% à la charge de l'employé. Ce taux peut être modifié selon accord entre la direction et le personnel.2. Lorsqu'un employé quitte ARC FM SA, les cotisations versées au fonds de maternité ne lui sont pas restituées.3. Le fonds est placé auprès de la Banque Cantonale du Jura et sera alimenté chaque année par ARC FM SA avec des intérêts équivalant à 65% du taux d'épargne. Exemple : montant annuel moyen Fr. 40'000.-- ; taux d'épargne 5 %, soit intérêts versés par ARC FM SA : Fr. 40'000 x 0.05 x 0.65 = Fr. 1'300.--.
Gestion	<u>Article 3</u> :	<ol style="list-style-type: none">1. La gestion du fonds est assumée par deux représentants de la direction et deux représentants du personnel de ARC FM SA, nommés pour 2 ans, renouvelables.2. Les représentants du personnel sont obligatoirement des collaborateurs/collaboratrices occupés à plus de 50 %.

3. La présidence du fonds est assumée alternativement par un représentant de la direction et par un représentant du personnel. Le mandat présidentiel est d'une année. En cas d'égalité lors d'une décision à prendre, le président tranche.

Utilisation Article 4 : 1. Les montants remis au fonds servent à financer les 15^e et 16^e semaines du congé maternité des collaboratrices de ARC FM SA

Contrôle Article 5 L'organe de contrôle de ARC FM SA examine chaque année la comptabilité du fonds.

Dissolution Article 6 En cas de dissolution du fonds, le reliquat est remis à ARC FM SA ou à toute autre institution poursuivant un but semblable.

ARC FM SA
Au nom du personnel

Au nom du Conseil d'administration

Pierre Steulet Philippe Zahno

Delémont, le 6 novembre 2007

Tous les contrats de travail seront adaptés dès CCT signée
et/ou dès l'octroi de la nouvelle concession

3.2 b

4a

CONTRAT DE TRAVAIL

entre

Société, avec siège à Delémont, diffuseur local de radio, en qualité d'employeur,

et

M., né le, domicilié à, en qualité de directeur d'antenne
et rédacteur en chef.

Il est conclu le contrat de travail suivant, au sens des articles 319 et suivants du Code des Obligations, qui trouvent application à titre subsidiaire.

Article premier

- 1) L'employeur engage à% en qualité de directeur d'antennes.
- 2) Le présent contrat prend effet le Il est conclu au plus tard jusqu'à l'échéance ou la révocation de la concession accordée à l'employeur par le Conseil fédéral. Si la concession est renouvelée pour une nouvelle période, le contrat reste en vigueur.
- 3) Il s'agit d'un contrat de cadre (voir art. 8 alinéa 1 + cahier des charges).

Article 2

- 1) A la signature du présent contrat, l'employé doit avoir connaissance de la ligne rédactionnelle qu'entend suivre l'employeur.
- 2) Toute modification de la ligne rédactionnelle ou de la charte qui déploierait ses effets

avant l'expiration du délai de congé prévu à l'article 5 ci-après fonde l'employé qui n'accepte pas ce changement à résilier le présent contrat pour la date d'entrée en vigueur de la modification. L'employé a droit, dans ce cas, à une indemnité de la part de l'employeur, sous déduction des indemnités de chômage.

- 3) Avant toute décision importante touchant à l'entreprise, l'employeur doit entendre l'employé et cela à un moment où le point de vue de ce dernier peut encore influencer la décision à prendre.
- 4) Une fois par an, au minimum, mais sans délai en cas de menace sur l'emploi de l'employé, l'employeur a le devoir d'informer celui-ci de la situation économique de l'entreprise.
- 5) Dans le respect de la ligne rédactionnelle et de la charte, le directeur d'antennes (animation) décide du contenu des émissions à caractère journalistique. Il exécute son travail de façon autonome, y compris la correspondance qui le concerne.
- 6) Néant.

Article 3

- 1) En cas de violation grave de la ligne rédactionnelle et / ou de la charte de la part de l'employé, l'employeur a le droit de résilier le contrat de travail avec effet immédiat.
- 2) Les motifs de résiliation seront communiqués à l'employé.
- 3) L'employé est tenu d'observer vis-à-vis des tiers la discrétion la plus absolue sur toutes les activités de l'entreprise. L'obligation de discrétion s'étend non seulement aux faits que la société a expressément qualifiés de confidentiels, mais aussi à tous ceux dont il apparaît, selon les circonstances, que la divulgation serait contraire aux intérêts de l'employeur.

Article 4

- 1) En dehors de l'horaire de travail qui lui est assigné et dans la mesure où ce travail ne s'en trouve pas affecté, l'employé peut collaborer à d'autres médias. Il doit toutefois obtenir au préalable l'accord de l'employeur, dont les intérêts ne doivent pas être lésés par cette activité.
- 2) L'employé est libre d'accepter en tout temps les fonctions ou mandats que lui confierait son organisation professionnelle, pour autant que le fonctionnement normal de la station n'ait pas à en souffrir.
- 3) L'employé doit obtenir l'accord formel de l'employeur à propos de toute autre activité impliquant des absences prolongées ou régulières durant les heures de travail ou affectant la position de l'entreprise (mandat politique, etc).

Article 5

- 1) Le présent contrat ne peut être résilié que par écrit, après explications orales préalables. A la demande de l'employé, le motif de la résiliation lui sera communiqué par écrit.
- 2) Le présent contrat est conclu pour une durée d'essai de trois mois, soit jusqu'au Il peut être dénoncé par écrit dans un délai de 7 jours jusqu'à cette échéance. S'il n'est pas dénoncé à cette échéance, il reprend automatiquement effet pour une durée indéterminée, le délai de dénonciation est fixé à 120 jours pour la fin d'un mois.

Article 6

- 1) Le salaire mensuel de base à 100% est fixé selon les tarifs et conditions en vigueur dans la station, soit Fr.
- 2) Un 13^e salaire sera en principe versé en deux fois, ½ en juin et ½ en décembre (8,3 % prorata temporis).
- 3) L'employé qui exécute moins de 70% du temps de travail durant une année ne bénéficie que tous les deux ans d'un palier dans l'échelle RP.
- 4) Dans la mesure du possible, le salaire est adapté au coût de la vie chaque 1^{er} janvier, la première fois le 1^{er} janvier
- 5) Les allocations familiales sont versées à part.

Article 7

- 1) Le lieu de travail est situé à Tavannes / Marin / Delémont.
- 2) Une indemnité forfaitaire s'élevant à Fr. (12x) est allouée en remboursement des frais divers assumés par l'employé (utilisation de son véhicule personnel dans l'Arc jurassien, téléphone portable, frais de repas, etc.).
- 3) Dans la mesure du possible, l'employé voyagera en train ou en voiture de service lorsqu'il sort de l'Arc jurassien.
- 4) Au plus tard le 28 de chaque mois, l'employé fournit un rapport de son activité.

Article 8

- 1) L'horaire hebdomadaire de travail est ordinairement de 42,5 heures, à raison de cinq jours de travail par semaine. Néanmoins, la fonction de cadre exige que l'employé s'engage à assumer les tâches et les obligations découlant implicitement de sa fonction, indépendamment de l'horaire hebdomadaire de travail. Il pourra ainsi être amené à accomplir un temps de travail supplémentaire, sans pour autant pouvoir revendiquer

une contre-prestation financière ou compensation des heures supplémentaires, hormis le supplément forfaitaire prévu à l'article 7 alinéa 2.

- 2) L'employé a droit à quatre semaines de vacances par année civile et à cinq semaines dès l'âge de 50 ans.
- 3) En principe, il n'est pas accordé de vacances durant les mois de mai, juin, septembre et octobre. Les vacances sont annoncées au moins 4 semaines à l'avance.
- 4) L'employé participera également, en tournus avec tous les collaborateurs du groupe, aux opérations spéciales : St-Valentin, Fête des Mères, Noël, Comptoirs, Fête des Vendanges, etc.

Article 9

Néant

Article 10

- 1) a) En cas d'accident, la loi sur l'assurance accidents (LAA) trouve application. L'employé prend en charge l'assurance accidents non-professionnels. En cas d'accident ou de service militaire, il touche le 80% de son salaire.
b) Une assurance complémentaire (LAAC) assure 2 fois le salaire annuel en cas de décès ou d'invalidité permanente. L'employé prend en charge la LAAC non-professionnels.
c) En cas d'accouchement, l'employée bénéficie d'un congé maternité de 16 semaines, payé à 80%.
- 2) En cas de maladie, l'assuré touche également 80% de son salaire pendant 730 jours sur 900 jours successifs. L'employeur prend à sa charge la moitié des primes de l'assurance perte de gain maladie.
- 3) La rechute d'une maladie préexistante à l'entrée en fonction est couverte selon la double échelle bernoise.
- 4) AVS/AI/AC selon les dispositions en vigueur. LPP, sur la base du contrat Helvetia Patria. La participation à la LPP varie en % selon les classes d'âges. Elle est paritaire et l'employé prend en charge 50% des primes payées. Le salaire pris en considération est le salaire AVS moins le montant de coordination AVS.
- 5) Un fond de formation paritaire est en vigueur dans la station. Employés et employeur participent chacun à raison de 0,5 % du salaire brut.
- 6) Un second fond paritaire est également en vigueur dans la station pour couvrir les 15^e et 16^e semaines de congé maternité. Employés et employeur participent chacun à raison de 0.1% du salaire brut.

Article 11

- 1) Par le présent contrat, l'employeur acquiert le droit de première diffusion de toute la production de l'employé. Les archives originales et les masters sont la propriété de la société. Ils doivent être classés impérativement dans le local d'archives.
- 2) Toute autre utilisation ultérieure de cette production doit faire l'objet d'un accord écrit préalable entre les parties.

Article 12

Les directives et modalités d'utilisation d'Internet / Intranet ainsi que le règlement interne font partie intégrante du présent contrat.

Article 13

Si d'entente entre l'employeur et l'employé, celui-ci complète sa formation professionnelle, l'employeur prend à sa charge les frais du cours uniquement.

Article 14

Les radios locales n'étant pas signataires de la convention collective de travail (CCT) Impresum/PR, l'employé accepte les dérogations faites à l'admission au cours du CRFJ.

Article 15

Le for de tout litige en relation avec le présent contrat est à Delémont.

Le directeur d'antenne
et rédacteur en chef :

.....

L'employeur :
ARC FM
Le président :

Pierre Steulet

Delémont, le

Tous les contrats de travail seront adaptés dès CCT signée
et/ou dès l'octroi de la nouvelle concession

3.2 b

4b

CONTRAT DE TRAVAIL

entre

Société, avec siège à Delémont, diffuseur local de radio, en qualité d'employeur,

et

M., né le, domicilié à, en qualité de journaliste.

Il est conclu le contrat de travail suivant, au sens des articles 319 et suivants du Code des Obligations, qui trouvent application à titre subsidiaire.

Article premier

- 1) L'employeur engage à% en qualité de journaliste. L'employé peut être appelé, dans le cadre de son travail, à prendre des photos à l'aide d'un appareil numérique pour une utilisation multimédia et à réaliser des reportages vidéo (JRI).
- 2) Le présent contrat prend effet le Il est conclu au plus tard jusqu'à l'échéance ou la révocation de la concession accordée à l'employeur par le Conseil fédéral. Si la concession est renouvelée pour une nouvelle période, le contrat reste en vigueur.
- 3) Néant.

Article 2

- 1) A la signature du présent contrat, l'employé doit avoir connaissance de la ligne rédactionnelle qu'entend suivre l'employeur.

- 2) Toute modification de la ligne rédactionnelle ou de la charte qui déploierait ses effets avant l'expiration du délai de congé prévu à l'article 5 ci-après fonde l'employé qui n'accepte pas ce changement à résilier le présent contrat pour la date d'entrée en vigueur de la modification. L'employé a droit, dans ce cas, à une indemnité de la part de l'employeur, sous déduction des indemnités de chômage.
- 3) Avant toute décision importante touchant à l'entreprise, l'employeur doit entendre l'employé et cela à un moment où le point de vue de ce dernier peut encore influencer la décision à prendre.
- 4) Une fois par an, au minimum, mais sans délai en cas de menace sur l'emploi de l'employé, l'employeur a le devoir d'informer celui-ci de la situation économique de l'entreprise.
- 5) Dans le respect de la ligne rédactionnelle et de la charte, la rédaction décide du contenu des émissions à caractère journalistique. Elle exécute son travail de façon autonome, y compris la correspondance qui la concerne.
- 6) A l'exception des communications de caractère commercial, l'employeur ne doit rien introduire à l'insu de la rédaction dans les émissions de caractère journalistique; il n'a pas le droit de modifier celles-ci.

Article 3

- 1) En cas de violation grave de la ligne rédactionnelle et / ou de la charte de la part de l'employé, l'employeur a le droit de résilier le contrat de travail avec effet immédiat.
- 2) Les motifs de résiliation seront communiqués à l'employé.
- 3) L'employé est tenu d'observer vis-à-vis des tiers la discrétion la plus absolue sur toutes les activités de l'entreprise. L'obligation de discrétion s'étend non seulement aux faits que la société a expressément qualifiés de confidentiels, mais aussi à tous ceux dont il apparaît, selon les circonstances, que la divulgation serait contraire aux intérêts de l'employeur.

Article 4

- 1) En dehors de l'horaire de travail qui lui est assigné et dans la mesure où ce travail ne s'en trouve pas affecté, l'employé peut collaborer à d'autres médias. Il doit toutefois obtenir au préalable l'accord de l'employeur, dont les intérêts ne doivent pas être lésés par cette activité.
- 2) L'employé est libre d'accepter en tout temps les fonctions ou mandats que lui confierait son organisation professionnelle, pour autant que le fonctionnement normal de la station n'ait pas à en souffrir.
- 3) L'employé doit obtenir l'accord formel de l'employeur à propos de toute autre activité impliquant des absences prolongées ou régulières durant les heures de travail ou affectant la position de l'entreprise (mandat politique, etc).

Article 5

- 1) Le présent contrat ne peut être résilié que par écrit, après explications orales préalables. A la demande de l'employé, le motif de la résiliation lui sera communiqué par écrit.
- 2) Le présent contrat est conclu pour une durée d'essai de trois mois, soit jusqu'au Il peut être dénoncé par écrit dans un délai de 7 jours jusqu'à cette échéance. S'il n'est pas dénoncé à cette échéance, il reprend automatiquement effet pour une durée indéterminée, le délai de dénonciation est fixé à 90 jours pour la fin d'un mois.
- 3) Cet article s'applique aux collaborateurs qui passent de stagiaire à RP :
 - a) En raison de l'effort fourni par l'entreprise dans la formation du journaliste stagiaire (CRFJ, JRI, RRR), l'employé est rémunéré selon l'échelle RP0 la première année après le stage. S'il reste 24 mois dans l'entreprise après la fin du stage, l'entreprise lui versera la différence entre RP0 et RP1, soit environ Fr. 6'500.-- à l'échéance des 24 mois.
 - b) L'employé peut renoncer à cette clause en s'engageant à rester 24 mois dans l'entreprise après la fin du stage.

Article 6

- 1) Le salaire mensuel de base à 100% est fixé selon les tarifs et conditions en vigueur dans la station. L'échelle RP1 (ou RP0 si l'art. 5 al. 3b s'applique) court jusqu'à fin
- 2) Un 13^e salaire sera en principe versé en deux fois, ½ en juin et ½ en décembre (8,3 % prorata temporis).
- 3) L'employé qui exécute moins de 70% du temps de travail durant une année ne bénéficie que tous les deux ans d'un palier dans l'échelle RP.
- 4) Dans la mesure du possible, le salaire est adapté au coût de la vie chaque 1^{er} janvier, la première fois le 1^{er} janvier
- 5) Les allocations familiales sont versées à part.

Article 7

- 1) Le lieu de travail est à Tavannes / Marin / Delémont.
- 2) L'employé a droit au remboursement des frais prouvés qu'il a engagés dans l'exercice de ses devoirs professionnels, sur mandat ou dans l'intérêt de l'employeur. Ce droit s'étend aux frais d'utilisation d'un véhicule à moteur.
- 3) Dans la mesure du possible, l'employé voyagera en train (1/2 tarif, 2^{ème} classe) ou en voiture de service.

- 4) Pour ses déplacements professionnels, l'employé a droit à une indemnité kilométrique de Fr. 0.60 jusqu'à 100 km, au delà, Fr. 0.30 en voiture privée et Fr. 15.-- pour ses frais de repas.
- 5) L'employé remplira chaque jour un décompte de ses heures de travail sur le logiciel adéquat. L'employé qui accomplit plus de journées de travail que la norme mensuelle doit les compenser dès que possible. Sauf accord spécifique entre employeur et employé, il ne sera pas payé d'heures supplémentaires.
- 6) Pour tous ses frais, l'employé fournira un justificatif et un décompte mensuel. Le décompte qui sans raison majeure n'est pas remis au secrétariat dans les 60 jours, ne sera plus remboursé (ex : le décompte de février parvient à l'employeur le premier mai).

Article 8

- 1) L'horaire hebdomadaire de travail est de 42,5 heures, à raison de cinq jours de travail par semaine. Il peut être réparti sur 6 jours par semaine ou sur 10 jours d'affilée suivi de 4 jours de congé, 26 fois par année.
- 2) L'employé a droit à quatre semaines de vacances par année civile et à cinq semaines dès l'âge de 50 ans.
- 3) En principe, il n'est pas accordé de vacances durant les mois de mai, juin, septembre et octobre. Les vacances sont annoncées au moins 4 semaines à l'avance.
- 4) L'employé participera également, en tournus avec tous les collaborateurs du groupe, aux opérations spéciales : St-Valentin, Fête des Mères, Noël, Comptoirs, Fête des Vendanges, etc.

Article 9

- 1) L'employé peut être appelé à travailler un week-end sur deux.
- 2) Si l'employé est régulièrement appelé à travailler la nuit, il a droit à une semaine de vacances supplémentaires par an.
- 3) Est réputé travailler de nuit celui qui, dans le cadre de l'horaire qui lui est assigné, effectue trois heures ou plus de travail entre 22 heures et 6 heures.
- 4) Est réputé travailler régulièrement de nuit celui qui assure quatre services de nuit ou plus par semaine.
- 5) En outre, en cas de travail de nuit, l'horaire hebdomadaire doit être réduit, d'entente entre les parties.

- 6) Le journaliste qui réalise le 6-9h du lundi au vendredi et qui arrive à la radio avant 5h du matin, bénéficie de :
- 1 jour de vacances supplémentaire pour 44 matinales
 - 2 j. de vacances suppl. pour 88 matinales
 - 3 j. de vacances suppl. pour 132 matinales
 - 4 j. de vacances suppl. pour 176 matinales
 - 5 j. de vacances suppl. pour 220 matinales
- 7) Le travail fourni les samedis, dimanches et les jours fériés doit être compensé d'entente entre les parties, ou, à défaut, sous forme de vacances supplémentaires.
- 8) Le journaliste qui produit les principaux journaux de 6h00 à 9h00 est appelé à commencer le travail entre 3h30 et 4h00 du matin.

Article 10

- 1) a) En cas d'accident, la loi sur l'assurance accidents (LAA) trouve application. L'employé prend en charge l'assurance accidents non-professionnels. En cas d'accident ou de service militaire, il touche le 80% de son salaire.
- b) Une assurance complémentaire (LAAC) assure 2 fois le salaire annuel en cas de décès ou d'invalidité permanente. L'employé prend en charge la LAAC non-professionnels.
- c) En cas d'accouchement, l'employée bénéficie d'un congé maternité de 16 semaines, payé à 80%.
- 2) En cas de maladie, l'assuré touche également 80% de son salaire pendant 730 jours sur 900 jours successifs. L'employeur prend à sa charge la moitié des primes de l'assurance perte de gain maladie.
- 3) La rechute d'une maladie préexistante à l'entrée en fonction est couverte selon la double échelle bernoise.
- 4) AVS/AI/AC selon les dispositions en vigueur. LPP, sur la base du contrat Helvetia Patria. La participation à la LPP varie en % selon les classes d'âges. Elle est paritaire et l'employé prend en charge 50% des primes payées. Le salaire pris en considération est le salaire AVS moins le montant de coordination AVS.
- 5) Un fond de formation paritaire est en vigueur dans la station. Employés et employeur participent chacun à raison de 0,5 % du salaire brut.
- 6) Un second fond paritaire est également en vigueur dans la station pour couvrir les 15^e et 16^e semaines de congé maternité. Employés et employeur participent chacun à raison de 0.1% du salaire brut.

Article 11

- 1) Par le présent contrat, l'employeur acquiert le droit de première diffusion de toute la production de l'employé. Les archives originales et les masters sont la propriété de la société. Ils doivent être classés impérativement dans le local d'archives.

- 2) Toute autre utilisation ultérieure de cette production doit faire l'objet d'un accord écrit préalable entre les parties.

Article 12

Les directives et modalités d'utilisation d'Internet / Intranet ainsi que le règlement interne font partie intégrante du présent contrat.

Article 13

Néant.

Article 14

Les radios locales n'étant pas signataires de la convention collective de travail (CCT) Impresum/PR, l'employé accepte les dérogations faites à l'admission au cours du CRFJ.

Article 15

Le for de tout litige en relation avec le présent contrat est à Delémont.

L'employé :

.....

L'employeur :

ARC FM SA

Le président :

Pierre Steulet

Delémont, le

Tous les contrats de travail seront adaptés dès CCT signée
et/ou dès l'octroi de la nouvelle concession

3.2 b

4c

CONTRAT DE TRAVAIL

entre

Société, avec siège à Delémont, diffuseur local de radio, en qualité d'employeur,

et

M., né le, domicilié à, en qualité d'animateur.

Il est conclu le contrat de travail suivant, au sens des articles 319 et suivants du Code des Obligations, qui trouvent application à titre subsidiaire.

Article premier

- 1) L'employeur engage à% en qualité d'animateur.
L'employé devra réaliser jusqu'à deux tranches horaires, participer à la gestion de la discothèque et à la tenue générale de l'antenne (régie, promos, reportages, émissions à l'extérieur, etc.).
- 2) Le présent contrat prend effet le Il est conclu au plus tard jusqu'à l'échéance ou la révocation de la concession accordée à l'employeur par le Conseil fédéral. Si la concession est renouvelée pour une nouvelle période, le contrat reste en vigueur.
- 3) Néant.
- 4) Les heures de travail sont quantifiées avec les facteurs suivants:
 - animation, administration, régie, etc. facteur 1,0
 - préparations émissions et chroniques selon liste
 - rubriques, reportages occasionnels, émissions spéciales évaluation de cas en cas.

- 5) L'animateur a pour mission de :
- préparer les émissions d'animation à la radio
 - diffuser et présenter les émissions
 - assurer la régie à d'autres animateurs y compris dans le 6-9
 - collaborer avec les journalistes, les animateurs et les techniciens à la réalisation d'une bonne diffusion
 - réaliser des reportages courts à diffuser régulièrement
 - assister aux séances d'animation
 - collaborer à certaines tâches administratives et techniques.

Article 2

- 1) A la signature du présent contrat, l'employé doit avoir connaissance de la ligne rédactionnelle qu'entend suivre l'employeur.
- 2) Toute modification de la ligne rédactionnelle ou de la charte qui déploierait ses effets avant l'expiration du délai de congé prévu à l'article 5 ci-après fonde l'employé qui n'accepte pas ce changement à résilier le présent contrat pour la date d'entrée en vigueur de la modification. L'employé a droit, dans ce cas, à une indemnité de la part de l'employeur, sous déduction des indemnités de chômage.
- 3) Avant toute décision importante touchant à l'entreprise, l'employeur doit entendre l'employé et cela à un moment où le point de vue de ce dernier peut encore influencer la décision à prendre.
- 4) Une fois par an, au minimum, mais sans délai en cas de menace sur l'emploi de l'employé, l'employeur a le devoir d'informer celui-ci de la situation économique de l'entreprise.
- 5) Dans le respect de la ligne rédactionnelle et de la charte, l'animation décide du contenu des émissions à caractère journalistique. Elle exécute son travail de façon autonome, y compris la correspondance qui la concerne.
- 6) Néant.

Article 3

- 1) En cas de violation grave de la ligne rédactionnelle et / ou de la charte de la part de l'employé, l'employeur a le droit de résilier le contrat de travail avec effet immédiat.
- 2) Les motifs de résiliation seront communiqués à l'employé.
- 3) L'employé est tenu d'observer vis-à-vis des tiers la discrétion la plus absolue sur toutes les activités de l'entreprise. L'obligation de discrétion s'étend non seulement aux faits que la société a expressément qualifiés de confidentiels, mais aussi à tous ceux dont il apparaît, selon les circonstances, que la divulgation serait contraire aux intérêts de l'employeur.

Article 4

- 1) En dehors de l'horaire de travail qui lui est assigné et dans la mesure où ce travail ne s'en trouve pas affecté, l'employé peut collaborer à d'autres médias. Il doit toutefois obtenir au préalable l'accord de l'employeur, dont les intérêts ne doivent pas être lésés par cette activité.
- 2) L'employé est libre d'accepter en tout temps les fonctions ou mandats que lui confierait son organisation professionnelle, pour autant que le fonctionnement normal de la station n'ait pas à en souffrir.
- 3) L'employé doit obtenir l'accord formel de l'employeur à propos de toute autre activité impliquant des absences prolongées ou régulières durant les heures de travail ou affectant la position de l'entreprise (mandat politique, etc).

Article 5

- 1) Le présent contrat ne peut être résilié que par écrit, après explications orales préalables. A la demande de l'employé, le motif de la résiliation lui sera communiqué par écrit.
- 2) Le présent contrat est conclu pour une durée d'essai de trois mois, soit jusqu'au Il peut être dénoncé par écrit dans un délai de 7 jours jusqu'à cette échéance. S'il n'est pas dénoncé à cette échéance, il reprend automatiquement effet pour une durée indéterminée, le délai de dénonciation est fixé à 90 jours pour la fin d'un mois.

Article 6

- 1) Le salaire mensuel de base à 100% est fixé selon les tarifs et conditions en vigueur dans la station, soit Fr.
- 2) Un 13^e salaire sera en principe versé en deux fois, ½ en juin et ½ en décembre (8,3 % prorata temporis).
- 3) L'employé qui exécute moins de 70% du temps de travail durant une année ne bénéficie que tous les deux ans d'un palier dans l'échelle RP.
- 4) Dans la mesure du possible, le salaire est adapté au coût de la vie chaque 1^{er} janvier, la première fois le 1^{er} janvier
- 5) Les allocations familiales sont versées à part.

Article 7

- 1) Le lieu de travail est à Tavannes / Marin / Delémont.
- 2) L'employé a droit au remboursement des frais prouvés qu'il a engagés dans l'exercice de ses devoirs professionnels, sur mandat ou dans l'intérêt de l'employeur. Ce droit s'étend aux frais d'utilisation d'un véhicule à moteur.
- 3) Dans la mesure du possible, l'employé voyagera en train (1/2 tarif, 2^{ème} classe) ou en voiture de service.

- 4) Pour ses déplacements professionnels, l'employé a droit à une indemnité kilométrique de Fr. 0.60 jusqu'à 100 km, au delà, Fr. 0.30 en voiture privée et Fr. 15.-- pour ses frais de repas.
- 5) Les heures de travail sont quantifiées selon l'article 1, alinéa 3 du présent contrat. L'employé remplira chaque jour un décompte de ses heures de travail sur le logiciel adéquat. L'employé qui accomplit plus de journées de travail que la norme mensuelle doit les compenser dès que possible. Sauf accord spécifique entre employeur et employé, il ne sera pas payé d'heures supplémentaires.
- 6) Pour tous ses frais, l'employé fournira un justificatif et un décompte mensuel. Le décompte qui sans raison majeure n'est pas remis au secrétariat dans les 60 jours, ne sera plus remboursé (ex : le décompte de février parvient à l'employeur le premier mai).

Article 8

- 1) L'horaire hebdomadaire de travail est de 42,5 heures, à raison de cinq jours de travail par semaine. Il peut être réparti sur 6 jours par semaine ou sur 10 jours d'affilée suivi de 4 jours de congé, 26 fois par année.
- 2) L'employé a droit à quatre semaines de vacances par année civile et à cinq semaines dès l'âge de 50 ans.
- 3) En principe, il n'est pas accordé de vacances durant les mois de mai, juin, septembre et octobre. Les vacances sont annoncées au moins 4 semaines à l'avance.
- 4) L'employé participera également, en tournus avec tous les collaborateurs du groupe, aux opérations spéciales : St-Valentin, Fête des Mères, Noël, Comptoirs, Fête des Vendanges, etc.

Article 9

- 1) L'employé peut être appelé à travailler un week-end sur deux.
- 2) Si l'employé est régulièrement appelé à travailler la nuit, il a droit à une semaine de vacances supplémentaires par an.
- 3) Est réputé travailler de nuit celui qui, dans le cadre de l'horaire qui lui est assigné, effectue trois heures ou plus de travail entre 22 heures et 6 heures.
- 4) Est réputé travailler régulièrement de nuit celui qui assure quatre services de nuit ou plus par semaine.
- 5) En outre, en cas de travail de nuit, l'horaire hebdomadaire doit être réduit, d'entente entre les parties.

- 6) L'animateur qui réalise le 6-9h du lundi au vendredi et qui arrive à la radio avant 5h du matin, bénéficie de :
- 1 jour de vacances supplémentaire pour 44 matinales
 - 2 j. de vacances suppl. pour 88 matinales
 - 3 j. de vacances suppl. pour 132 matinales
 - 4 j. de vacances suppl. pour 176 matinales
 - 5 j. de vacances suppl. pour 220 matinales
- 7) Le travail fourni les samedis, dimanches et les jours fériés doit être compensé d'entente entre les parties, ou, à défaut, sous forme de vacances supplémentaires.
- 8) Néant.

Article 10

- 1) a) En cas d'accident, la loi sur l'assurance accidents (LAA) trouve application. L'employé prend en charge l'assurance accidents non-professionnels. En cas d'accident ou de service militaire, il touche le 80% de son salaire.
- b) Une assurance complémentaire (LAAC) assure 2 fois le salaire annuel en cas de décès ou d'invalidité permanente. L'employé prend en charge la LAAC non-professionnels.
- c) En cas d'accouchement, l'employée bénéficie d'un congé maternité de 16 semaines, payé à 80%.
- 2) En cas de maladie, l'assuré touche également 80% de son salaire pendant 730 jours sur 900 jours successifs. L'employeur prend à sa charge la moitié des primes de l'assurance perte de gain maladie.
- 3) La rechute d'une maladie préexistante à l'entrée en fonction est couverte selon la double échelle bernoise.
- 4) AVS/AI/AC selon les dispositions en vigueur. LPP, sur la base du contrat Helvetia Patria. La participation à la LPP varie en % selon les classes d'âges. Elle est paritaire et l'employé prend en charge 50% des primes payées. Le salaire pris en considération est le salaire AVS moins le montant de coordination AVS.
- 5) Un fond de formation paritaire est en vigueur dans la station. Employés et employeur participent chacun à raison de 0,5 % du salaire brut.
- 6) Un second fond paritaire est également en vigueur dans la station pour couvrir les 15^e et 16^e semaines de congé maternité. Employés et employeur participent chacun à raison de 0.1% du salaire brut.

Article 11

- 1) Par le présent contrat, l'employeur acquiert le droit de première diffusion de toute la production de l'employé. Les archives originales et les masters sont la propriété de la société. Ils doivent être classés impérativement dans le local d'archives.

- 2) Toute autre utilisation ultérieure de cette production doit faire l'objet d'un accord écrit préalable entre les parties.

Article 12

Les directives et modalités d'utilisation d'Internet / Intranet ainsi que le règlement interne font partie intégrante du présent contrat.

Article 13

Néant.

Article 14

Les radios locales n'étant pas signataires de la convention collective de travail (CCT) Impresum/PR, l'employé accepte les dérogations faites à l'admission au cours du CRFJ.

Article 15

Le for de tout litige en relation avec le présent contrat est à Delémont.

L'employé :

L'employeur :

ARC FM SA

Le président :

.....

Pierre Steulet

Delémont, le

3.2 (suite 4)

SYSTEME DE GESTION DE LA QUALITE

3.2 c FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

1. Préambule / formation
2. Règlement du fonds de formation continue
3. Fiche de salaire
4. Budget formation et jours de formation
5. Budget et planification du projet système qualité
6. Exemple d'un certificat animatrice CRFJ
7. Logiciel de décompte

3.2 c

1.

PREAMBULE / FORMATION

Après leur engagement, les stagiaires suivent obligatoirement les cours dispensés par le CRFJ.

- Pour les journalistes, la formation du CRFJ est une formation en emploi, complémentaire à la formation pratique délivrée par nos soins. Elle s'acquière pendant les deux ans de stage effectués par le candidat au métier de journaliste. Le stagiaire est suivi par un maître de stage, soit le rédacteur en chef ou un journaliste RP, chargé de le conseiller et de veiller à la qualité de son travail.

La durée des cours délivrés par le CRFJ est de neuf semaines, réparties sur deux ans. Les classes sont organisées en trois volées par an, dont les périodes de cours commencent en janvier, avril et août. Au bout de cette formation théorique, les stagiaires obtiennent un certificat délivré à la suite d'un examen.

- Pour les animateurs, le CRFJ organise depuis l'automne 2006 une série de cours qui donne accès à un certificat d'animateur radio. La mise en place de cette filière résulte d'une collaboration entre le CRFJ, l'Union romande de radios régionales (RRR) et la Radio suisse romande (RSR). Cette filière comprend cinq semaines de formation spécifiques destinées aux seuls animateurs, ainsi que les quatre premières semaines de la formation CRFJ pour les journalistes.

Les journalistes et animateurs suivront également chaque année un cours de perfectionnement de deux semaines organisé par la RRR et dispensés, en particulier, par Philippe Duvoux, rédacteur en chef à France Inter et professeur à l'université de la Sorbonne à Paris ainsi que par Sylvère Cissé, animateur à France Télévision et journaliste d'enquête. Philippe Duvoux viendra également à raison de 2 à 3 semaines par année pour dispenser des semaines de formation continue dans la rédaction de ARC FM.

Des débriefing réguliers seront effectués avec les journalistes et animateurs sous la conduite d'un chargé de cours pour animateur au CRFJ.

Le personnel du secteur de la vente bénéficiera de cours de perfectionnement dispensés par des formateurs spécialisés (Arventis, Médiatic Conseils).

3.2 c

2.

RÈGLEMENT DU FONDS DE FORMATION CONTINUE

But	<u>Article 1</u> :	Sous la dénomination de fonds de formation continue, il est constitué un fonds sous forme de fortune destiné à financer la formation continue du personnel aussi bien sur le plan pratique que théorique.
Financement	<u>Article 2</u> :	<ol style="list-style-type: none">1. Le fonds est alimenté par une cotisation correspondant à 1% du salaire brut, soit 0.5% à la charge de l'employeur et 0.5% à la charge de l'employé. Ce taux peut être modifié selon accord entre la direction et le personnel.2. Lorsqu'un employé quitte ARC FM SA, les cotisations versées au fonds de la formation ne lui sont pas restituées.3. Le fonds est placé respectivement auprès de la Banque Cantonale du Jura ou sera alimenté chaque année par ARC FM SA avec des intérêts équivalant à 65% du taux d'épargne. Exemple : montant annuel moyen Fr. 40'000.-- ; taux d'épargne 5 %, soit intérêts versés par ARC FM SA : $Fr. 40'000 \times 0.05 \times 0.65 = Fr. 1'300.--$.
Gestion	<u>Article 3</u> :	<ol style="list-style-type: none">1. La gestion du fonds est assumée par deux représentants de la direction et deux représentants du personnel de ARC FM SA, nommés pour 2 ans.2. Les représentants du personnel sont obligatoirement un animateur et un journaliste RP.3. La présidence du fonds est assumée alternativement par un représentant de la direction et par un représentant du personnel. Le mandat présidentiel est d'une année. En cas d'égalité lors d'une décision à prendre, le président tranche. Le président assure l'information relative à la formation continue.

Utilisation	<u>Article 4</u> :	1. Les montants remis au fonds servent à financer :
		a) la venue de spécialistes de l'information, de l'animation et de la technique radiophonique, ainsi que de l'administration ; les responsables du fonds libèrent les montants nécessaires après en avoir informé l'administrateur délégué, le directeur d'antennes, le rédacteur en chef et le responsable de l'animation.
		b) des stages et des cours, en principe individuels, de formation à l'extérieur ; toute demande de stage ou de cours doit être adressée par écrit au président du fonds ; elle indique le nom, le lieu, les buts et les organisateurs du stage ; elle est accompagnée d'un budget.
		2. A la fin d'un stage ou d'un cours individuel, le stagiaire remet un rapport à l'intention du président du fonds, de l'administrateur délégué, du directeur d'antenne, du directeur adjoint, du rédacteur en chef et du responsable de l'animation.
		3. Ces montants sont répartis de manière équitable entre les différents genres de formation continue mentionnés à l'alinéa 1.
		4. Lors de l'examen des demandes individuelles, les responsables du fonds tiennent en particulier compte des années de présence à ARC FM SA.
		5. Les stages de formation continue sont effectués dans le cadre de la durée normale du travail, jusqu'à concurrence d'une semaine.
Contrôle	<u>Article 5</u>	L'organe de contrôle de ARC FM SA examine chaque année la comptabilité du fonds.

Dissolution Article 6

En cas de dissolution du fonds, le reliquat est remis à ARC FM SA ou à toute autre institution poursuivant un but semblable.

ARC FM SA
Au nom du personnel

Au nom du Conseil d'administration

Pierre Steulet Philippe Zahno

Delémont, le 6 novembre 2007

3.2 c

4.

Budget formation

Antenne, Management, Vente, Administration, Technique, Certification

ARC FM SA	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année	Total
Formation	29'400	35'800	39'200	42'600	45'000	192'000

Jours de formation

Antenne, Management, Vente, Administration, Technique, Certification

ARC - Nombres de jours effectués par le personnel	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année	Total
Cours RRR	10	10	30	30	30	110
CRFJ	20	25	50	40	50	185
P. Duvoux / F. Inter	10	10	30	30	40	120
Showson	6	6	30	30	30	102
Feedback	12	12	30	30	30	114
Management	5	5	10	10	15	45
Ventes	4	4	10	10	10	38
Cours administration	2	2	5	5	5	19
Cours technique	2	2	5	5	5	19
Certification	35	35	5	15	10	100
TOTAL	106	111	205	205	225	852

ARC - Nombres de jours effectués par le personnel	Jours sur 5 ans	Coût par jour	Total
Cours RRR	110	190	20'900.00
CRFJ	185	200	37'000.00
P. Duvoux / F. Inter	120	150	18'000.00
Showson	102	120	12'240.00
Feedback	114	200	22'800.00
Management	45	300	13'500.00
Ventes	38	220	8'360.00
Cours administration	19	180	3'420.00
Cours technique	19	250	4'750.00
Certification	100	500	50'000.00
TOTAL	852	2310	190'970.00

Le coût par jour de la certification est une moyenne entre les coûts interne et externe.

Description des étapes	Homme x jour		Coûts en francs		Coûts cumulés	Délai du projet
	Interne	Externe	Interne	Externe		
Présentation du projet : - exigences de l'OFCOM - demande des clients	0,5	0,25	400	300	900	1 ^{ère} année
Analyse de l'existant : - Organisation - diagnostic - comparaison de l'état existant par rapport à l'état à atteindre	0,5	0,25	400	300	1'800	1 ^{ère} année
Préparation du projet : - nomination du responsable qualité - formation du responsable - détermination des processus	0,5	0,25	400	300	2'700	1 ^{ère} année
Organisation du projet : - organisation du projet - création des groupes de travail (désignation des personnes, missions et délais) - principes de codification des fichiers et documents du système - documentation et formation du personnel du projet	0,5	0,25	400	300	3'600	1 ^{ère} année
Déroulement du projet : - information de l'ensemble du personnel - rédaction du manuel de gestion de la qualité - description des processus - élaboration des procédures obligatoires - création ou adaptation des documents, check-listes et instructions - Formation du personnel aux nouveaux processus - Application et rodage du système de gestion de la qualité	44	4	30'400	4'800	61'200	1 ^{ère} année 2 ^{ème} année
Audits internes : - établissement du plan d'audit processus - préparation des questionnaires d'audit - déroulement des audits internes - rédaction des rapports d'audit	3	0,5	2'000	900	66'600	2 ^{ème} année
Revue du système : - analyse du tableau de bord - élaboration du procès-verbal de revue de direction	2	0,25	1'600	300	69'600	2 ^{ème} année
Actions correctives : - rédaction et suivi des actions proposées lors des audits internes - rédaction et suivi des actions proposées lors de la revue de direction	2	0,5	1'600	600	73'200	2 ^{ème} année
Séance organisationnelle avec l'organisme de certification : - analyse de la documentation et préparation du programme d'audit de certification	1	0,25/0,25	800	300 700	76'500	2 ^{ème} année
Audit de certification : - déroulement de l'audit selon le programme- - rapport d'audit - correction des éventuels points faibles relevés	3	0,75/0,75	2'000	900 2'000	85'400	2 ^{ème} année
Réception des certificats	--	---		500		
Totaux	57	9	22'800.-	12'200.-	35'000.-	

3.2 c

7.

LOGICIEL DE DECOMPTE

Les radios de l'Arc jurassien ont investi dans le développement d'un programme de gestion des décomptes spécialement adapté à leurs besoins. Le programme est accessible par tous les collaborateurs directement par Intranet depuis leur ordinateur.

Cet outil prend en compte les spécificités de chaque secteur. Il y a la possibilité d'introduire les heures à la journée, à la tâche ou à la durée effective de travail. Chaque collaborateur gère lui-même son décompte. Une partie administrative permet d'introduire les paramètres et de créer les profils.

La page d'accueil permet d'avoir une vue complète sur le solde des heures restant à travailler dans le mois, les heures supplémentaires et le solde des vacances. L'utilisation du programme est très simple et intuitive.

Accueil - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente - Recherche Favoris

Adresse http://decompte/index.php?page=home&date=6-11-2007#

12:14

Déconnexion | fpayot@rtn.ch | Retour au mode administrateur

[Accueil](#) [Décomptes](#) [Listes](#) [Administration](#)

Décomptes

[Ajouter](#)

[Modifier/Supprimer](#)

Vacances

[Ajouter](#)

[Modifier/Supprimer](#)

Absences

[Ajouter](#)

[Modifier/Supprimer](#)

Accueil - Calendrier personnel

Mardi 6 Novembre 2007

< Novembre > < 2007 >

LUN	MAR	MER	JEU	VEN	SAM	DIM
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Légende:

■ Décomptes validés	■ Décomptes non-validés
■ Absences validées	■ Absences non-validées
■ Vacances validées	■ Vacances non-validées
■ Périés payés	■ Périés non-payés

ABSENCE(S)

Récupération
du 06.11.2007 au 07.11.2007

**!!! ATTENTION !!! Ceci n'est qu'un aperçu.
Certains décomptes ne sont pas encore validés.**

Heures mensuelles à travailler	187:00
Heures de travail mensuel	199:45
Heures supplémentaires du mois	12:45
Heures supplémentaires cumulées	112:38
Solde des vacances	-09:00

01.11.2007	Jeudi	08:30
02.11.2007	Vendredi	08:30
03.11.2007	Samedi	12:45
04.11.2007	Dimanche	12:45
05.11.2007	Lundi	
06.11.2007	Mardi	
07.11.2007	Mercredi	
08.11.2007	Jeudi	12:45
09.11.2007	Vendredi	12:45
10.11.2007	Samedi	
11.11.2007	Dimanche	12:45
12.11.2007	Lundi	08:30
13.11.2007	Mardi	08:30
14.11.2007	Mercredi	08:30
15.11.2007	Jeudi	08:30
16.11.2007	Vendredi	08:30
17.11.2007	Samedi	
18.11.2007	Dimanche	
19.11.2007	Lundi	12:45
20.11.2007	Mardi	08:30
21.11.2007	Mercredi	08:30
22.11.2007	Jeudi	08:30
23.11.2007	Vendredi	08:30
24.11.2007	Samedi	
25.11.2007	Dimanche	
26.11.2007	Lundi	12:45
27.11.2007	Mardi	08:30
28.11.2007	Mercredi	08:30
29.11.2007	Jeudi	
30.11.2007	Vendredi	

Intranet local

http://decompte/index.php?page=addacti - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Recherche Favoris

Adresse http://decompte/index.php?page=addacti

RFJ - rjb - RTN 12:20

Déconnexion | cadruver@rfj.ch | Retour au mode administrateur [Accueil](#) [Décomptes](#) [Listes](#)

Formulaire d'ajout et de modification des décomptes

Décomptes
[Ajouter](#)
[Modifier/Supprimer](#)

Vacances
[Ajouter](#)
[Modifier/Supprimer](#)

Absences
[Ajouter](#)
[Modifier/Supprimer](#)

Options
[Fonction par déf.](#)
[Formulaire par déf.](#)
[Tout supprimer](#)

Fonction :

Date : (JJ.MM.AAAA)

Société :

Departement :

Tâche :

Durée :

Remarque :

Intranet local

3.3

PRODUCTION

3.3 a 1 Nombre, taille et emplacement des studios

Plans des locaux :

Delémont ~ 100 m²

3.3 a 2 Nombre d'emplois et taux de travail

3.3 b Collaboration avec d'autres diffuseurs

1ère année	Nbre jours de travail	Taux réel
DIRECTION		
Directeur	116	50%
Total direction	116	50%
ADMINISTRATION		
Secrétaire	116	50%
Total administration	116	50%
TECHNIQUE & INFO		
Technicien / Informaticien	116	50%
Total technique & info	116	50%
REDACTION		
Rédacteur en chef	116	50%
Journaliste 1	232	100%
Journaliste 2	116	50%
Stagiaire	232	100%
Pigistes	116	50%
Total rédaction	812	350%
ANIMATION		
Animateur 1	162	70%
Animateur 2	162	70%
Animateur 3	162	70%
Animateur 4	162	70%
Pigistes	116	50%
Total animation	766	330%
PROGRAMMATION		
Programmeur / Intégrateur	162	70%
Total programmation	162	70%
		Postes
Total direction	116	0.50
Total administration	116	0.50
Total technique	116	0.50
Total rédaction	812	3.50
Total animation	766	3.30
Total programmation	162	0.70
SOUS-TOTAL	2'088	9.00
Personnel vente & administration	812	3.50
Honoraires administration	46	0.20
Honoraires techniques/informatiques	46	0.20
TOTAL GENERAL	2'993	12.90

Acquisition de publicité -> voir contrat d'affermage BNJ publicité SA No 2.3c

2ème année	Nbre jours de travail	Taux réel
DIRECTION		
Directeur	116	50%
Total direction	116	50%
ADMINISTRATION		
Secrétaire	116	50%
Total administration	116	50%
TECHNIQUE & INFO		
Technicien / Informaticien	116	50%
Total technique & info	116	50%
REDACTION		
Rédacteur en chef	116	50%
Journaliste 1	232	100%
Journaliste 2	232	100%
Stagiaire	232	100%
Pigistes	116	50%
Total rédaction	928	400%
ANIMATION		
Animateur 1	186	80%
Animateur 2	162	70%
Animateur 3	162	70%
Animateur 4	162	70%
Pigistes	116	50%
Total animation	789	340%
PROGRAMMATION		
Programmeur / Intégrateur	186	80%
Total programmation	186	80%
		Postes
Total direction	116	0.50
Total administration	116	0.50
Total technique	116	0.50
Total rédaction	928	4.00
Total animation	789	3.40
Total programmation	186	0.80
SOUS-TOTAL	2'250	9.70
Personnel vente & administration	928	4.00
Honoraires administration	46	0.20
Honoraires techniques/informatiques	116	0.50
TOTAL GENERAL	3'341	14.40

Acquisition de publicité -> voir contrat d'affermage BNJ publicité SA No 2.3c

3ème année	Nbre jours de travail	Taux réel
DIRECTION		
Directeur	116	50%
Total direction	116	50%
ADMINISTRATION		
Secrétaire	116	50%
Total administration	116	50%
TECHNIQUE & INFO		
Technicien / Informaticien	116	50%
Total technique & info	116	50%
REDACTION		
Rédacteur en chef	116	50%
Journaliste 1	232	100%
Journaliste 2	232	100%
Stagiaire	232	100%
Pigistes	116	50%
Total rédaction	928	400%
ANIMATION		
Animateur 1	232	100%
Animateur 2	232	100%
Animateur 3	232	100%
Animateur 4	116	50%
Pigistes	116	50%
Total animation	928	400%
PROGRAMMATION		
Programmeur / Intégrateur	186	80%
Total programmation	186	80%
		Postes
Total direction	116	0.50
Total administration	116	0.50
Total technique	116	0.50
Total rédaction	928	4.00
Total animation	928	4.00
Total programmation	186	0.80
SOUS-TOTAL	2'390	10.30
Personnel vente & administration	1'044	4.50
Honoraires administration	116	0.50
Honoraires techniques/informatiques	116	0.50
TOTAL GENERAL	3'666	15.80

Acquisition de publicité -> voir contrat d'affermage BNJ publicité SA No 2.3c

4ème année	Nbre jours de travail	Taux réel
DIRECTION		
Directeur	116	50%
Total direction	116	50%
ADMINISTRATION		
Secrétaire	116	50%
Total administration	116	50%
TECHNIQUE & INFO		
Technicien / Informaticien	116	50%
Total technique & info	116	50%
REDACTION		
Rédacteur en chef	116	50%
Journaliste 1	232	100%
Journaliste 2	232	100%
Stagiaire	232	100%
Pigistes	116	50%
Total rédaction	928	400%
ANIMATION		
Animateur 1	232	100%
Animateur 2	232	100%
Animateur 3	232	100%
Animateur 4	116	50%
Pigistes	116	50%
Total animation	928	400%
PROGRAMMATION		
Programmeur / Intégrateur	186	80%
Total programmation	186	80%
		Postes
Total direction	116	0.50
Total administration	116	0.50
Total technique	116	0.50
Total rédaction	928	4.00
Total animation	928	4.00
Total programmation	186	0.80
SOUS-TOTAL	2'390	10.30
Personnel vente & administration	1'044	4.50
Honoraires administration	116	0.50
Honoraires techniques/informatiques	116	0.50
TOTAL GENERAL	3'666	15.80

Acquisition de publicité -> voir contrat d'affermage BNJ publicité SA No 2.3c

5ème année	Nbre jours de travail	Taux réel
DIRECTION		
Directeur	116	50%
Total direction	116	50%
ADMINISTRATION		
Secrétaire	116	50%
Total administration	116	50%
TECHNIQUE & INFO		
Technicien / Informaticien	116	50%
Total technique & info	116	50%
REDACTION		
Rédacteur en chef	116	50%
Journaliste 1	232	100%
Journaliste 2	232	100%
Stagiaire	232	100%
Pigistes	116	50%
Total rédaction	928	400%
ANIMATION		
Animateur 1	232	100%
Animateur 2	232	100%
Animateur 3	232	100%
Animateur 4	116	50%
Pigistes	116	50%
Total animation	928	400%
PROGRAMMATION		
Programmeur / Intégrateur	186	80%
Total programmation	186	80%
		Postes
Total direction	116	0.50
Total administration	116	0.50
Total technique	116	0.50
Total rédaction	928	4.00
Total animation	928	4.00
Total programmation	186	0.80
SOUS-TOTAL	2'390	10.30
Personnel vente & administration	1'044	4.50
Honoraires administration	116	0.50
Honoraires techniques/informatiques	116	0.50
TOTAL GENERAL	3'666	15.80

Acquisition de publicité -> voir contrat d'affermage BNJ publicité SA No 2.3c

3.3 b

COLLABORATION DE ARC FM AVEC D'AUTRES DIFFUSEURS

ARC FM souhaite participer au pool 7RR (échange d'informations) des radios régionales qui dispose d'une agence au Palais fédéral composée de 2 collaborateurs.

Radios concernées actuellement :

- Rhône FM
- Radio Chablais
- Lausanne FM
- Radio Fribourg
- RTN
- RJB
- RFJ

ARC FM est en discussion avec un partenaire média pour une collaboration future.

4.

FINANCEMENT



4.1

FONDS PROPRES

- 4.1 a
 - 1. Engagements fermes illimités (voir annexe 8)
 - 2. Rapport de fondation (voir annexe 8)

4.2

FONDS DE TIERS

Annexe 10 - Attestation de financement

ARC FM S.A.
Rue du 23-Juin 20
2800 Delémont

Delémont,
le 28 novembre 2007 sma

Votre personne de contact:
Stève Mascellini
032 421 96 41
steve.mascellini@bjl.clientis.ch

Attestation de financement

Madame,
Monsieur,

Nous nous référons à votre demande de ce jour et vous confirmons par la présente notre accord de principe pour l'octroi d'un financement à votre société pour un montant total de CHF 350'000.00.

L'avance demandée ne pourra cependant être mise à disposition qu'à condition qu'ARC F.M. SA, Delémont bénéficie d'une concession de radiocommunication accordée par l'Office fédéral de la communication (OFCOM).

Dans l'intervalle, nous restons volontiers à votre disposition pour tous compléments d'information et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

Banque Jura Laufon
rue de la Molière 19
2800 Delémont

Téléphone 032 421 96 96
Téléfax 032 421 96 95

Sièges principaux
Delémont
Laufon

Succursales
Bassecourt
Breitenbach
Delémont Vieille Ville
Liesberg
Moutier
Porrentruy
Reinach
Saignelégier
Tavannes
Zwingen

info@bjl.clientis.ch
www.bjl.clientis.ch

Banque Jura Laufon



S. Mascellini



M. Carnal

4.3

PLANS

- 4.3 a
 1. Plan des investissements & amortissements
 2. Compte prévisionnel de pertes et profits
 3. Bilan prévisionnel
 4. voir pts 4.3 b et 4.3 c
- 4.3 b Plan 1^{ère} année en trimestres
- 4.3 c Flux d'espèces sur 5 ans et cash flow

PLAN DES INVESTISSEMENTS & AMORTISSEMENTS 2008-2010

Taux	Solde 01.01.2008	Invest. prévu 2008	Solde avant amort.	Amort. prévu 2008	Solde 31.12.2008	Invest. prévu 2009	<i>Solde avant</i> <i>amort.</i>	Amort. prévu 2009	Solde 31.12.2009	Invest. prévu 2010	<i>Solde avant</i> <i>amort.</i>	Amort. prévu 2010	Solde 31.12.2010
15% Emetteurs	<u>0</u>		0	0	0	341'476	341'476	51'221	290'255	148'300	438'555	65'783	372'771
30% Equipement studio & Dalet	<u>0</u>		0	0	0	10'000	10'000	3'000	7'000		7'000	2'100	4'900
25% Installations	<u>0</u>		0	0	0	5'000	5'000	1'250	3'750		3'750	938	2'813
40% Ordinateurs, software	<u>0</u>		0	0	0	25'000	25'000	10'000	15'000		15'000	6'000	9'000
40% Site Internet	<u>0</u>		0	0	0	5'000	5'000	2'000	3'000		3'000	1'200	1'800
25% Mobilier, agencement	<u>0</u>		0	0	0	15'000	15'000	3'750	11'250		11'250	2'813	8'438
40% Véhicules	<u>0</u>		0	0	0		0	0	0		0	0	0
20% Montgolfière	<u>0</u>		0	0	0		0	0	0		0	0	0
Total	0	0	0	0	0	401'476		71'221	330'255	148'300		78'833	399'721

Ce plan prévoit que la concession débutera ses émissions fin 08/début 09 selon la date d'octroi de la concession et peut donc faire l'objet de corrections. Le prix des émetteurs est calculé avec un rabais de quantité de 20% (achat groupé). Aucun rabais n'est prévu pour l'équipement des tunnels (voir tableau et liste 6).

PLAN DES INVESTISSEMENTS & AMORTISSEMENTS 2011-2013

Taux	Solde 01.01.2011		Invest. prévu 2011	Solde avant amort.	Amort. prévu 2011	Solde 31.12.2011	Invest. prévu 2012	<i>Solde avant</i> <i>amort.</i>	Amort. prévu 2012	Solde 31.12.2012	Invest. prévu 2013	<i>Solde avant</i> <i>amort.</i>	Amort. prévu 2013	Solde 31.12.2013
15% Emetteurs	489'776 -117'005	372'771		489'776 <u>-117'005</u>	55'916	316'856	25'000	341'856	51'278	290'577	12'500	303'077	45'462	257'616
30% Equipement studio & Dalet	10'000 -5'100	4'900		10'000 <u>-5'100</u>	1'470	3'430		3'430	1'029	2'401		2'401	720	1'681
25% Installations	5'000 -2'188	2'813		5'000 <u>-2'188</u>	703	2'109		2'109	527	1'582		1'582	396	1'187
40% Ordinateurs, software	25'000 -16'000	9'000		25'000 <u>-16'000</u>	3'600	5'400		5'400	2'160	3'240	15'000	18'240	7'296	10'944
40% Site Internet	5'000 -3'200	1'800		5'000 <u>-3'200</u>	720	1'080		1'080	432	648	5'000	5'648	2'259	3'389
25% Mobilier, agencement	15'000 -6'563	8'438		15'000 <u>-6'563</u>	2'109	6'328		6'328	1'582	4'746		4'746	1'187	3'560
40% Véhicules	0 0	0		0 <u>0</u>	0	0		0	0	0		0	0	0
20% Montgolfière	0 0	0		0 <u>0</u>	0	0		0	0	0		0	0	0
Total	399'721		0		64'518	335'203	25'000		57'009	303'194	32'500		57'319	278'375

Compte prévisionnel de PP

4.3 a
2

ARC FM SA

	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année
3000 Publicité brute acquise de manière directe					
3010 Parrainage brut acquis de manière directe					
3090 Escomptes et rabais sur acquisition directe					
Publicité et parrainage brut acquis de manière directe	-	-	-	-	-
3100 Publicité brute acquise par un tiers					
3110 Parrainage brut acquis par un tiers					
3190 Escomptes et rabais accordés sur acquisition par un tiers					
Publicité et parrainage brut acquis par un tiers	-	-	-	-	-
3200 Publicité brute groupe	1'245'715	1'502'500	1'655'178	1'685'715	1'716'250
3210 Parrainage brut groupe	175'714	210'000	231'429	235'714	240'000
Publicité et parrainage brut groupe	1'421'429	1'712'500	1'886'607	1'921'429	1'956'250
3700 Publicité propre					
3951 Pertes réalisées sur créances résultant de la vente de publicité et de sponsoring					
Publicité et parrainage brut	1'421'429	1'712'500	1'886'607	1'921'429	1'956'250
3300 Produits des taxes perçus auprès des téléspectateurs / auditeurs					
3301 Produits générés par des jeux					
3310 Produits résultant de la production de spots pour des tiers					
3320 Produits résultant des ventes de droits et de licences à des tiers					
3330 Produits issus de la location à des tiers					
3331 Produits de la location du réseau d'émetteurs à tiers					
3340 Commission à des tiers					
Autres Produits provenant de tiers	-	-	-	-	-
3410 Produits résultant de la production de spots pour le groupe					
3420 Produits de vente de droits et de licences au groupe					
3430 Produits résultant de locations au groupe					
3431 Produits de la location du réseau d'émetteurs au groupe					
3440 Commissions d'agences sociétés du groupe					
Autres Produits provenant du groupe	-	-	-	-	-
Autres Produits	-	-	-	-	-
3600 Ventes de marchandises					
3610 Produits de la publicité sur internet					
3620 Produits de manifestations					
3670 Produits de la mise à disposition du personnel					
3680 Aliénations d'actifs immobilisés					
3690 Autres produits divers	-	-	-	-	-
Produits divers	-	-	-	-	-
3800 Variations de stocks de produits en cours					
Produits brut	1'421'429	1'712'500	1'886'607	1'921'429	1'956'250
3900 Escomptes et rabais					
3910 Redevance de concession OFCOM	-	-	-	-	-
3930 Commission d'agence et d'intermédiaires					
3950 Pertes sur clients					
3990 Autres déductions sur les produits					
3999 Corrections sur publicité propre	-	-	-	-	-
Déductions sur les produits	-	-	-	-	-
Chiffre d'affaires	1'421'429	1'712'500	1'886'607	1'921'429	1'956'250

Compte prévisionnel de PP

4.3 a

ARC FM SA

2

4000	Charges de matières	-9'200	-9'400	-9'600	-9'800	-10'000
4020	Charges pour droits et licences	-52'800	-53'700	-54'600	-55'500	-56'400
4021	Droits d'auteurs	-85'000	-102'000	-113'000	-115'000	-117'000
4060	Travaux de tiers					
4090	Autres charges de tiers pour les programmes					
Charges de tiers pour les programmes		-147'000	-165'100	-177'200	-180'300	-183'400
4200	Charges de matières du groupe					
4270	Charges pour droits et licences du groupe					
4260	Travaux du groupe					
Charges pour programme		-	-	-	-	-
Charges pour programme et production		-147'000	-165'100	-177'200	-180'300	-183'400
4400	Commission d'agences et d'intermédiaires du groupe	-401'429	-482'500	-531'607	-541'429	-551'250
4600	Charges de marchandises					
4610	Charges pour internet					
4620	Charges pour manifestations					
4690	Charges de matières et prestations diverses					
Autres charges de matières et prestations		-	-	-	-	-
Charges de matières et prestations		-401'429	-482'500	-531'607	-541'429	-551'250
4700	Charges direct d'achat					
4900	Déductions obtenues sur charges					
Charges pour programmes, matières et prestations nette		-548'429	-647'600	-708'807	-721'729	-734'650
Marge brute		873'000	1'064'900	1'177'800	1'199'700	1'221'600
5000	Salaires	-610'000	-715'000	-775'000	-787'500	-810'000
5700	Charges sociales	-48'000	-57'000	-65'500	-66'600	-67'700
5720	Prévoyance professionnelle	-25'000	-30'000	-33'000	-34'000	-35'000
5810	Formation et formation continue	-29'400	-34'800	-36'700	-38'200	-38'700
5820	Indemnités effectives	-11'000	-15'000	-16'200	-16'600	-17'000
5870	Autres charges de personnel	-10'000	-10'000	-10'200	-10'400	-10'600
5900	Employés temporaires					
Charges de personnel		-733'400	-861'800	-936'600	-953'300	-979'000
6000	Charges de locaux	-19'100	-19'200	-19'300	-19'400	-19'500
6100	Entretien, réparations, remplacements	-37'400	-37'600	-37'800	-38'000	-38'200
6200	Charges de véhicules	-14'000	-14'200	-14'400	-14'600	-14'800
6300	Assurances choses, droits, taxes	-3'100	-3'200	-3'300	-3'400	-3'500
6400	Charges d'énergie et d'évacuation des déchets	-5'100	-5'200	-5'300	-5'400	-5'500
6500	Charges d'administration et d'informatique	-38'200	-38'900	-39'600	-40'300	-41'000
6610	Charges d'acquisition sociétés du groupe					
6600	Publicité	-19'800	-20'100	-20'400	-20'700	-21'000
6700	Autres charges d'exploitation	-3'500	-8'500	-8'500	-4'000	-1'500
6710	Charges pour TVA non récupérable	-	-	-	-	-
6900	Amortissements	-71'221	-78'833	-64'518	-57'009	-57'319
Autres charges d'exploitation		-211'421	-225'733	-213'118	-202'809	-202'319
Charges d'exploitation		-944'821	-1'087'533	-1'149'718	-1'156'109	-1'181'319
Résultat d'exploitation		-71'821	-22'633	28'082	43'592	40'281

7400	Produits de placements financiers auprès de sociétés tierces					
7401	Produits de placements financiers auprès de sociétés du groupe					
7402	Produits de placements financiers auprès des actionnaires					
7410	Charges sur placements financiers auprès de tiers					
7411	Charges sur placements financiers auprès du groupe					
7412	Charges de placements financiers auprès des actionnaires					
Résultat des placements financiers		-	-	-	-	-
8000	Quote-part de la redevance (LRTV art. 40)	-	-	-	-	-
8010	Soutien à la diffusion (LRTV art. 57)	-	-	-	-	-
8020	Nouvelles technologies (LRTV art. 58)					
Subventions OFCOM		-	-	-	-	-
8100	Contributions Canton	-	-	-	-	-
8110	Contributions Commune	-	-	-	-	-
8120	Contributions Institutions (ex. églises)	-	-	-	-	-
8130	Contributions de privés et d'associations	-	-	-	-	-
Contributions		-	-	-	-	-
Subventions et contributions		-	-	-	-	-
8290	Autres produits exceptionnels					
8300	Amortissements exceptionnels					
8301	Amortissements nouvelles technologies (LRTV art. 58)					
8302	Amortissements du Goodwill					
8310	Managementfees					
8320	Amendes, sanctions, violation du droit					
8390	Autres charges exceptionnels					
Résultat exceptionnel		-	-	-	-	-
8800	Résultat hors exploitation					
8900	Charges d'impôt	-	-	-	-	-
Bénéfice / Perte de l'exercice		-71'821	-22'633	28'082	43'592	40'281

Bilan prévisionnel

4.3 a

ARC FM SA

Actifs

3

	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année
1000 Liquidités et titres	424	10'824	4'924	5'225	43'225
1100 Créances résultant de ventes et de prestations envers des tiers					
1110 Créances résultant de ventes et de prestations envers des sociétés du groupe	150'000	175'000	200'000	200'000	200'000
Créances résultant des ventes et des prestations	150'000	175'000	200'000	200'000	200'000
1140 Autres créances à court terme envers des tiers					
1150 Autres créances à court terme envers des sociétés du groupe					
1160 Autres créances à court terme résultant de prestations envers des actionnaires					
Autres créances à court terme	-	-	-	-	-
1170 Créances envers des institutions publiques					
1200 Stocks	-	-	-	-	-
1280 Productions en cours					
1300 Charges constatées d'avance					
1310 Produits à recevoir	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000
1311 Quote-part de la redevance OFCOM					
Actifs de régularisation	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000
Actifs circulants	250'424	285'824	304'924	305'225	343'225
1410 Autres placements à long terme					
1420 Participations					
1430 Fonds Provision OFCOM à long terme (Compte bloqué)					
1440 Créances à long terme envers des tiers					
1450 Créances à long terme envers des sociétés du groupe					
1460 Créances à long terme envers des actionnaires					
Immobilisations financières	-	-	-	-	-
1510 Mobilier	15'000	15'000	15'000	15'000	15'000
1519 AC mobilier	-3'750	-6'563	-8'672	-10'254	-11'440
1520 Matériel informatique	25'000	25'000	25'000	25'000	40'000
1525 AC matériel informatique	-10'000	-16'000	-19'600	-21'760	-29'056
1526 Logiciels	15'000	15'000	15'000	15'000	20'000
1529 AC logiciels	-5'000	-8'300	-10'490	-11'951	-14'931
1530 Véhicules	-	-	-	-	-
1539 AC véhicules					
1570 Équipements et installations	5'000	5'000	5'000	5'000	5'000
1579 AC équipements et installations	-1'250	-2'188	-2'891	-3'418	-3'813
1590 Autres immobilisations corporelles meubles	-	-	-	-	-
1599 AC autres immobilisations corporelles meubles	-	-	-	-	-
Immobilisations corporelles meubles	40'000	26'950	18'348	12'617	20'760
1600 Bâtiments d'exploitation					
1608 Acomptes bâtiments d'exploitation					
1609 AC bâtiments d'exploitation					
1610 Installations réseau d'émetteurs	341'476	489'776	489'776	514'776	527'276
1618 Acomptes installations réseau d'émetteurs					
1619 AC installations réseau d'émetteurs	-51'221	-117'005	-172'920	-224'199	-269'660
1620 Nouvelles technologies (LRTV Art. 58)					
1628 Acomptes nouvelles technologies (LRTV Art. 58)					
1629 AC nouvelles technologies					
1680 Immeubles réévalués					
1689 AC Immeubles réévalués					
1690 Autres immobilisations corporelles immeubles					
1698 Acomptes autres immobilisations corporelles immeubles					
1699 AC autres immobilisations corporelles immeubles					
Immobilisations corporelles immeubles	290'255	372'771	316'856	290'577	257'616

Bilan prévisionnel

4.3 a

3

ARC FM SA

1770	Goodwill					
1790	Autres immobilisations incorporelles					
Immobilisations incorporelles						
1800	Frais de fondation, d'augmentation de capital et d'organisation					
1840	Autres charges activées					
1850	Capital-actions non libéré					
Charges activées et comptes d'actif de correction de valeur						
1900 Actifs hors exploitation						
Actifs immobilisés		330'255	399'721	335'203	303'194	278'375
Actifs		580'679	685'546	640'127	608'419	621'600
Passifs						
2000	Dettes résultant d'achats et de prestations de services envers des tiers	150'000	175'000	200'000	200'000	200'000
2050	Dettes résultant d'achats et de prestations de service envers des sociétés du groupe					
Dettes à court terme résultant d'achats et de prestations de service		150'000	175'000	200'000	200'000	200'000
2100	Dettes bancaires à court terme	100'000	200'000	100'000	25'000	-
2170	Dettes envers des institutions de prévoyance professionnelle					
2200	Dettes envers des institutions publiques					
2210	Autres dettes à court terme envers des tiers					
2250	Autres dettes à court terme envers le groupe	2'500	5'000	6'500	6'200	4'100
2260	Autres dettes à court terme actionnaires					
Autres dettes à court terme		2'500	5'000	6'500	6'200	4'100
2300	Charges à payer	100'000	100'000	100'000	100'000	100'000
2310	Produits constatés d'avance					
Passifs de régularisation		100'000	100'000	100'000	100'000	100'000
Dettes à court terme		352'500	480'000	406'500	331'200	304'100
2400	Dettes financières à long terme					
2500	Autres dettes à long terme à des tiers					
2550	Autres dettes à long terme envers des sociétés du groupe					
2560	Autres dettes à long terme envers des actionnaires					
2570	Dettes à long terme envers des institutions de prévoyance professionnelle					
Autres dettes à long terme						
2680	Provision OFCOM à long terme					
2690	Autres Provisions à long terme					
Provisions à long terme						
2700	Dettes hors exploitation					
Dettes à long terme		-	-	-	-	-
2800	Capital propre	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000
2900	Réserve générale					
2901	Réserve pour actions propres					
2903	Réserve de réévaluation					
2910	Autres réserves					
Réserves						
2990	Bénéfice reporté / Perte reportée	-	-71'821	-94'454	-66'373	-22'781
2991	Bénéfice / Perte de l'exercice	-71'821	-22'633	28'082	43'592	40'281
Capitaux propres		228'179	205'546	233'627	277'219	317'500
Passifs		580'679	685'546	640'127	608'419	621'600

Flux de fonds

4.3 b

ARC FM SA

PLAN TRIMESTRIEL

	1ère année	1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre
Bilan					
<i>Capital-actions</i>	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000
Fonds de trésorerie	300'000	300'000	151'114	2'401	10'299
Chiffre d'affaires					
Recettes publicitaires	1'421'429	312'714	383'786	326'929	398'000
Cartes de soutien					
Quote-part redevance					
Produits divers					
Total CA	1'421'429	312'714	383'786	326'929	398'000
Charges					
Personnel	-733'400	-169'246	-197'454	-169'246	-197'454
Programmes	-548'429	-137'107	-137'107	-137'107	-137'107
Locaux	-19'100	-4'775	-4'775	-4'775	-4'775
Technique	-51'400	-13'878	-12'336	-12'850	-12'336
Administration	-69'700	-16'728	-20'910	-15'334	-16'728
Amortissements	-71'221	-17'805	-17'805	-17'805	-17'805
Total charges	-1'493'250	-359'540	-390'387	-357'118	-386'205
Bénéfice / Perte	-71'821	-46'825	-6'602	-30'189	11'795
Amortissements	71'221	17'805	17'805	17'805	17'805
△ fonds de roulement net	2'500	577	673	577	673
Cash flow opérationnel	1'900	-28'443	11'877	-11'807	30'273
Flux d'investissement	-401'476	-120'443	-160'590	-80'295	-40'148
Free cash flow	-399'576	-148'886	-148'714	-92'102	-9'874
Flux de financement	100'000			100'000	
Fonds de trésorerie*	424	151'114	2'401	10'299	424

*Le fonds de trésorerie est alimenté au début de l'exercice par la libération totale du capital-actions.

Flux de fonds

4.3 c

ARC FM SA

PLAN ANNUEL

	1ère année	2ème année	3ème année	4ème année	5ème année
Bénéfice / Perte	-71'821	-22'633	28'082	43'592	40'281
Amortissements	71'221	78'833	64'518	57'009	57'319
Cash flow	-600	56'200	92'600	100'600	97'600
△ fonds de roulement net	2'500	2'500	1'500	-300	-2'100
Cash flow opérationnel	1'900	58'700	94'100	100'300	95'500
Flux d'investissement					
Emetteurs	-341'476	-148'300		-25'000	-12'500
Equipement	-10'000				
Installation	-5'000				
Ordinateurs	-25'000				-15'000
Site Internet	-5'000				-5'000
Mobilier	-15'000				
Free cash flow	-399'576	-89'600	94'100	75'300	63'000
Flux de financement					
Capital-actions	300'000				
Crédit bancaire*	100'000	100'000	-100'000	-75'000	-25'000
△ fonds de trésorerie	424	10'400	-5'900	300	38'000
Trésorerie au 01.01		424	10'824	4'924	5'225
Trésorerie au 31.12	424	10'824	4'924	5'225	43'225

*Les investissements pour les émetteurs seront financés soit par une limite de crédit comme indiquée ci-dessus, soit sous forme de leasing (voir attestation bancaire).

4.4

CALCUL DES RENDEMENTS

1. Nombre de secondes par type de publicité
ARC FM
2. Les tarifs ARC FM
3. Les partenaires publicitaires

4.4

1

Nombre de secondes

3ème année

ARC FM Publicité		Locale*	Régionale	Nationale	Sponsoring	Pool inter radios	Totaux
CA brut régie		540'000	771'429	449'346	231'429		1'992'203
Autres radios	15%						0
Agences	10%			44'935			44'935
Mediaplaners	15%			60'662			60'662
Total commissions				105'596			105'596
CA net régie		540'000	771'429	343'750	231'429	0	1'886'607
Total sec./année		360'531	222'771	129'759	165'924		878'985
Prix moyen sec.		1.50	3.46	2.65	1.39		2.15

*La publicité locale sera vendue sous forme de forfaits, sur le même principe que le sponsoring. Cela génère un prix moyen de la seconde bas.

ARC FM

4.4

2

Jura bernois, Canton de Neuchâtel, Canton du Jura

Nord vaudois, Broye vaudoise et fribourgeoise

Tranches horaires		PN-M	Tarifs 2009
00:00	00:00	25.915	Sfr./sec
05:00	06:00	1.093	1.00
06:00	07:00	3.600	2.75
07:00	08:00	5.735	4.35
08:00	09:00	6.148	4.65
09:00	10:00	6.177	4.70
10:00	11:00	6.943	5.30
11:00	12:00	7.483	5.70
12:00	13:00	7.627	5.80
13:00	14:00	5.428	4.15
14:00	15:00	4.635	3.50
15:00	16:00	4.848	3.70
16:00	17:00	5.500	4.20
17:00	18:00	6.302	4.80
18:00	19:00	5.575	4.25
19:00	20:00	3.210	2.45
20:00	21:00	2.113	1.60
21:00	22:00	1.452	1.10
22:00	23:00	1.208	1.00
23:00	00:00	0.788	1.00
			lundi / dimanche
06:00	20:00	FLOATING	4.90

Conditions :

Blocs et/ou emplacements prescrits = + 20% sur la campagne

Rabais d'été = 20% pour diffusion du 6 juillet au 9 août 2009 inclus

Commission d'agence = 10% (exclusivement les agences inscrites au registre du commerce)

Ces prix s'entendent TVA 7.6% non comprise et hors production

4.4

3.

LES PARTENAIRES PUBLICITAIRES NATIONAUX

- Radiotele AG
- IP Multimedia AG
- Mediasense
- Spot Promotion AG
- Radio Emotion AG
- The Cover Media AG

ARC FM SA

4.5

Résumé avec indicateurs

	<u>1ère année</u>	<u>2ème année</u>	<u>3ème année</u>	<u>4ème année</u>	<u>5ème année</u>
Chiffre d'affaires	1'421'429.00	1'712'500.00	1'886'607.00	1'921'429.00	1'956'250.00
Résultat (bénéfice/perte)	-71'821.00	-22'633.00	28'082.00	43'592.00	40'281.00
Rendement sur chiffre d'affaires	0	0	1.50%	2.30%	2.10%
Rendement de l'actif total	0	0	4.40%	7.20%	6.50%
Rendement du capital	0	0	9.40%	14.50%	13.40%
Immobilisations à terme	401'476.00	148'300.00	0	25'000.00	32'500.00
Taux de financement étranger	60.71%	70.02%	63.50%	54.44%	48.92%
Rotation des créances	38 jours	37 jours	37 jours	37 jours	36 jours

5.

**INFORMATIONS SUR LES
OBLIGATIONS PARTICULIERES**



5.

INFORMATIONS SUR LES OBLIGATIONS PARTICULIERES

5. a ARC FM SA s'engage à respecter le droit en vigueur, en particulier les dispositions relevant du droit du travail et les conditions de travail usuelles dans la branche, selon la loi sur le travail (point 5 a 1).

- Salaires, temps de travail, vacances : voir pt 3.2 b
- Formation et perfectionnement : voir pt 3.2 c

Part de l'ensemble des coûts d'exploitation consacrée au personnel : 70% *.

5. b Le mandat de la gestion de la qualité sera confié à un spécialiste indépendant ainsi que la planification du projet et la mise en œuvre. Le montant nécessaire tant interne qu'externe est prévu dans le budget de formation.

5. c La séparation entre les activités rédactionnelles et les activités économiques de l'entreprise est clairement définie. Il n'y aura pas d'interférence entre les deux secteurs. Il sera veillé à ce que cette situation ne soit jamais mise en cause.

5. d Néant

5. e Néant

* moyenne sur 5 ans

6.

DIFFUSION



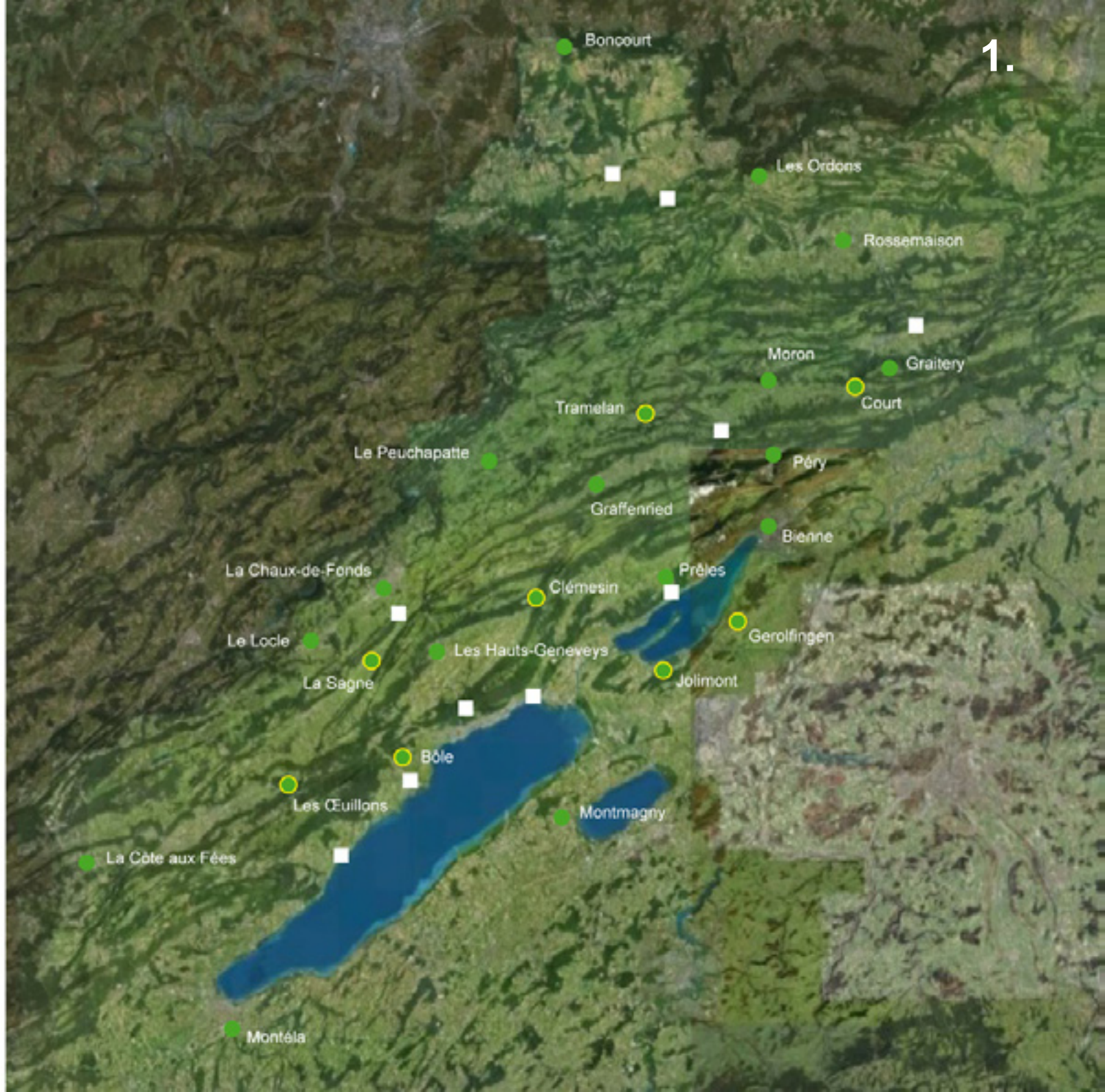
6.1

1. Plan de desserte
 - Service FM
 - Desserte par links, etc.
 - Schéma de diffusion
 - Schéma du réseau fibre optique
2. Calendrier d'aménagement de la zone de desserte
 - Exemples de demandes de permis de construire (Berne, Neuchâtel, Jura, Vaud)
3. Financement des émetteurs
 - Coût total du réseau des émetteurs
 - Coût total du réseau des émetteurs des tunnels
 - Attestation de financement (voir annexe 10)
4. Inventaires des moyens de production et de diffusion

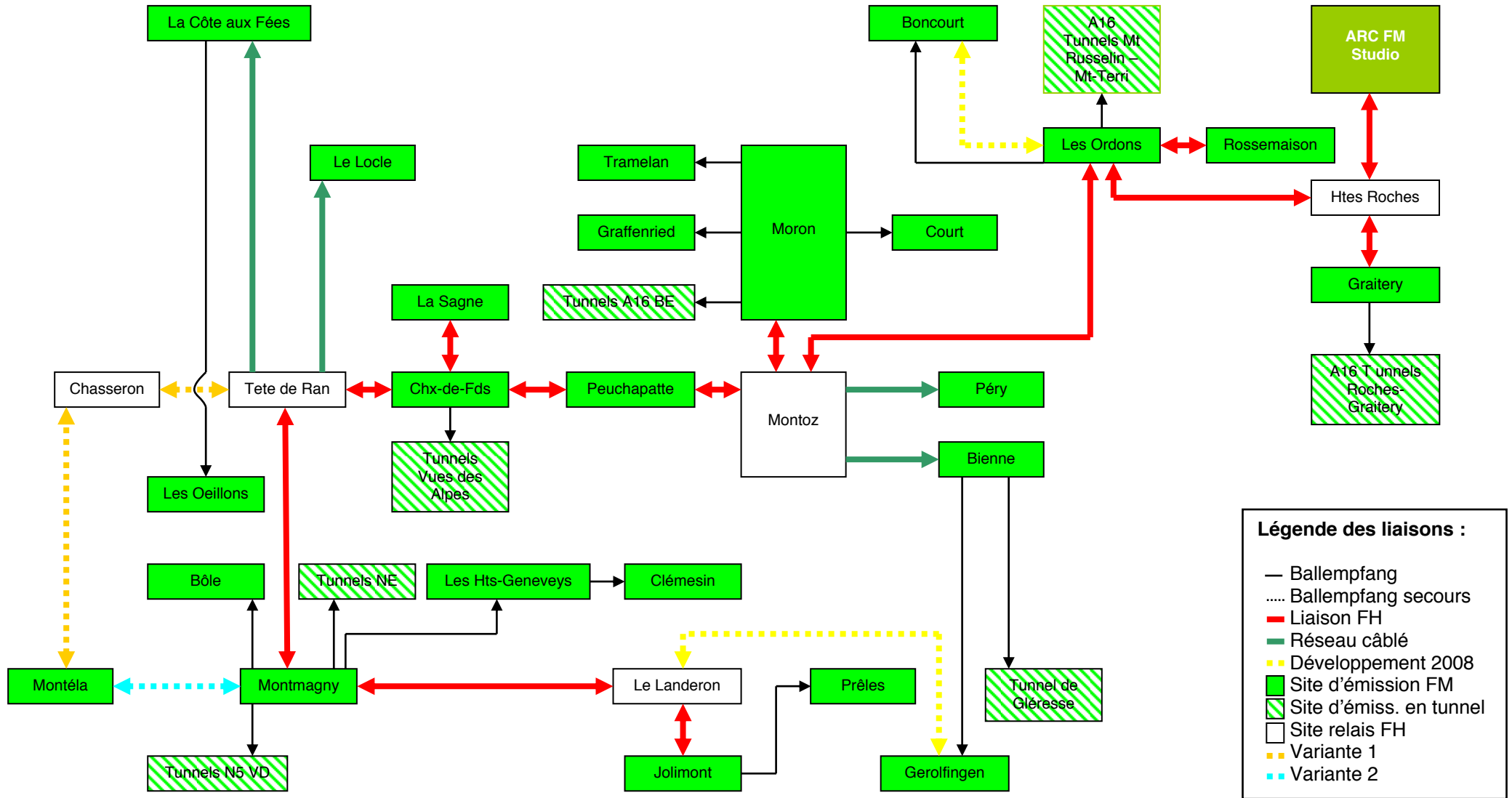
ARC FM


Service FM

- Émetteurs FM ARC phase 1 ●
- Émetteurs FM ARC phase 2 ●
- Émetteurs FM tunnels □



1. Schéma de diffusion



 <p>23 JUN 20 CH - 2800 DELEMONT</p>	COORDONNEES		INDEX	DATE	DES.	MODIFICATIONS	ARC FM SA SCHEMA DE DIFFUSION FM	CANTON	-
	DESSINE	21.11.2007	A						
	DES.	GC	B						
			C						
			D						
			E						
Schéma		F						CODE	-

6.1

2.

CALENDRIER D'AMENAGEMENT DE LA ZONE DE DESSERTE

Après obtention de la concession

1 ^{er} mois	envoi des permis de construire *
2 ^e mois	publications
3 ^e mois	délai d'opposition
4 ^e mois	arrivée des premiers permis
5 ^e mois	premières installations
6 ^e mois	démarrage de la diffusion

* Les permis seront préparés avant l'octroi de la concession, voir extraits des demandes par canton concerné.

6.1

3. Coût total du réseau des émetteurs

	Emetteur	Travail	Emetteurs				Tuner	Aiguille	Armoire	Antennes	Décodeur	Total
Investissements Phase I	1	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		SFr. 1'990.00	SFr. 990.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 17'140.00	
			20 W	SFr. 3'490.00								
	2	SFr. 990.00	500 W	SFr. 6'990.00	SFr. 10'480.00		SFr. 1'990.00	SFr. 2'600.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 19'750.00	
			20 W	SFr. 3'490.00								
	3	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	Mât à changer	-	SFr. 14'840.00	
			20 W	SFr. 3'490.00								
	4	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 990.00	ok	-	SFr. 11'650.00	
	5	SFr. 990.00	20 W	SFr. 3'490.00	SFr. 3'490.00	SFr. 690.00	SFr. 990.00	SFr. 1'690.00	Mât à changer	-	SFr. 7'850.00	
	6	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		SFr. 1'990.00	SFr. 3'490.00	1990 x 3 + 1 Coupleur à 2000.--	SFr. 3'690.00	SFr. 27'610.00	
			20 W	SFr. 3'490.00					SFr. 7'970.00			
	7	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	ok	-	SFr. 12'350.00	
	8	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00		SFr. 2'990.00	SFr. 1'690.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 16'350.00	
	9	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	SFr. 1'990.00	Nouveau mât printemps 2008	SFr. 14'340.00	
	10	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00		SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	Nouveau mât printemps 2008	SFr. 3'690.00	SFr. 15'350.00	
	11	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	SFr. 800.00	-	SFr. 13'150.00	
	12	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		(SFr. 1'990.00)	-	SFr. 3'990.00	-	SFr. 14'460.00	
			20 W	SFr. 3'490.00								Cavités// 2x 800
13	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 17'840.00		
		20 W	SFr. 3'490.00									
14	SFr. 990.00	250 W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		SFr. 1'990.00	?	Mât à changer	SFr. 3'690.00	SFr. 16'150.00		
		20 W	SFr. 3'490.00									
15	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00		SFr. 2'990.00	SFr. 1'690.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 16'350.00		
16	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00		Aiguille reprise Graitery		Mât à changer	SFr. 3'690.00	SFr. 11'670.00		
17	SFr. 990.00	120 W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 27'960.00	SFr. 3'500.00	SFr. 2'990.00		SFr. 3'690.00	SFr. 46'120.00		
		2000 W	SFr. 27'960.00									
SOUS-TOTAL	SFr. 16'830.00			SFr. 161'720.00	SFr. 4'140.00	SFr. 32'360.00	SFr. 26'270.00	SFr. 14'750.00	SFr. 36'900.00	SFr. 292'970.00		
Rabais 20 %	SFr. 3'366.00			SFr. 32'344.00	SFr. 828.00	SFr. 6'472.00	SFr. 5'254.00	SFr. 2'950.00	SFr. 7'380.00	SFr. 58'594.00		
SOUS-TOTAL AVEC RABAIS	SFr. 13'464.00			SFr. 129'376.00	SFr. 3'312.00	SFr. 25'888.00	SFr. 21'016.00	SFr. 11'800.00	SFr. 29'520.00	SFr. 234'376.00		
Investissement tunnels											SFr. 107'100.00	
TOTAL INVESTISSEMENT 1ERE ANNEE											SFr. 341'476.00	

6.1

3. Coût total du réseau des émetteurs

Investissements Phase II	Emetteur	Travail	Emetteurs				Tuner	Aiguille	Armoire	Antennes	Décodeur	Total
	1	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	ok	-	SFr. 12'350.00
	2	SFr. 990.00	250	W	SFr. 5'990.00	SFr. 9'480.00		SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	ok	SFr. 3'690.00	SFr. 17'840.00
			20	W	SFr. 3'490.00				?			
	3	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00 à reprendre	Mât à changer	-	SFr. 12'350.00
	4	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	Reprise	Mât à changer	-	SFr. 10'660.00
	5	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00 récupération 990	ok	-	SFr. 12'350.00
	6	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	Mât à changer	-	SFr. 12'350.00
	7	SFr. 990.00	120	W	SFr. 6'990.00	SFr. 6'990.00	SFr. 690.00	SFr. 1'990.00	SFr. 1'690.00	Mât à changer	-	SFr. 12'350.00
	SOUS-TOTAL	SFr. 6'930.00				SFr. 51'420.00	SFr. 4'140.00	SFr. 13'930.00	SFr. 10'140.00	SFr. -	SFr. 3'690.00	SFr. 90'250.00
Rabais 20 %	SFr. 1'386.00				SFr. 10'284.00	SFr. 828.00	SFr. 2'786.00	SFr. 2'028.00	SFr. -	SFr. 738.00	SFr. 18'050.00	
SOUS-TOTAL AVEC RABAIS	SFr. 5'544.00				SFr. 41'136.00	SFr. 3'312.00	SFr. 11'144.00	SFr. 8'112.00	SFr. -	SFr. 2'952.00	SFr. 72'200.00	
Investissement tunnels											SFr. 76'100.00	
TOTAL DES INVESTISSEMENTS DE LA 2EME ANNEE											SFr. 148'300.00	
TOTAL GENERAL											SFr. 489'776.00	

6.1

3.

COUT TOTAL DU RESEAU DES EMETTEURS DES TUNNELS

INVESTISSEMENTS 1 ERE PHASE

Tunnels du Mont Terri et du Mont Russelin	SFr. 13'000.00
Tunnel de Pierre-Pertuis	SFr. 16'500.00
Tunnel de Gléresse	SFr. 11'500.00
Tunnel A5 NE	SFr. 13'000.00
Tunnels Vaumarcus, Sauges et Gorgier	SFr. 37'500.00
Tunnel de la Vue des Alpes	SFr. 15'600.00
TOTAL	SFr. 107'100.00

INVESTISSEMENT 2 EME PHASE

Tunnels de la Perche et du Banné	SFr. 12'500.00
Galerie de Develier et de la Beuchille	SFr. 12'000.00
Tunnel de la Roche-St.Jean	SFr. 11'500.00
Tunnels de Onnens-Concise et La Lance	SFr. 15'600.00
Tunnel de Valangin	SFr. 24'500.00
TOTAL	SFr. 76'100.00

TUNNELS EN CONSTRUCTION

Tunnel du Neu-Bois / Boncourt - Buix	échéance	2011
Tunnel de Bure - Courtedoux	échéance	2014
Tunnel de Courtedoux - Porrentruy	échéance	2014
Tunnel de Courrendlin - Choindez	échéance	2014
Tunnel de Moutier	échéance	2011
Tunnel de Graivery / Moutier - Court	échéance	2012

6.1

4.

INVENTAIRES DES MOYENS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION

Diffusion

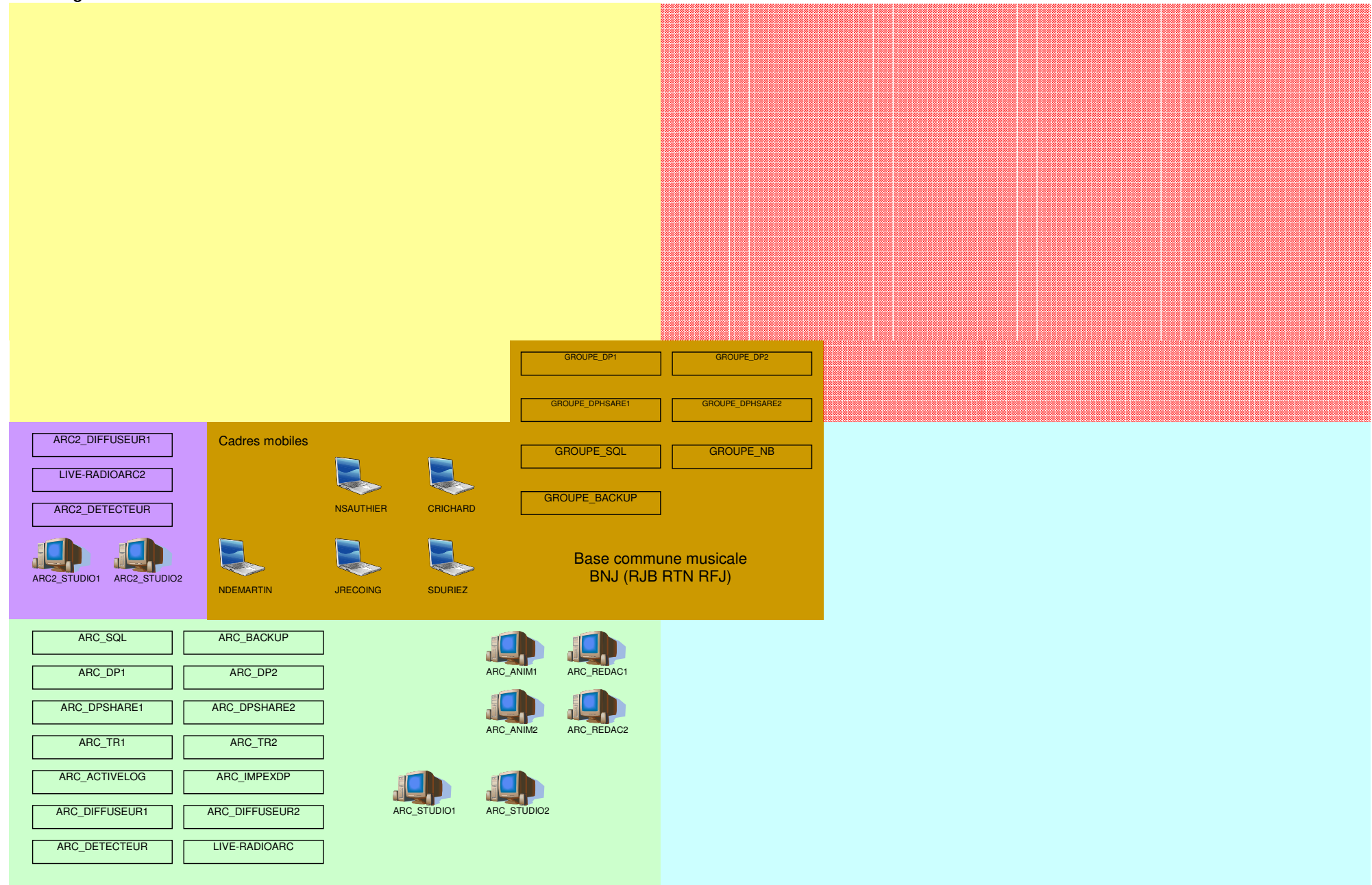
- Système de diffusion intégré Dalet+
- Studio de diffusion ARC 1 avec D&R Electronica LYRA (1 micros, 1 hybrid PSTN, 1 codecs ISDN, 1 platine CD) (voir annexe 10)
- Traitement de son final IDT DVP (voir annexe 11)
- RDS Coder Audemat Aztec FMB80 (voir annexe 12)
- Emetteurs + Amplis + Tuner Aumix (voir annexes 13, 14 et 15)
- Links Sagem F (voir annexe 16)

Moyens de productions et de transmissions mobiles

- Système de montage/enregistrement intégré Dalet+
- Studio de production avec console Allen&Heath (micro avec lim/comp, hybrid PSTN, codec ISDN, platine CD, platine vinyl, lecteur DVD)
- NAGRA ARES M (enregistreur numérique) (voir annexe 17)
- AETA Scoopy (transmission portable ISDN) (voir annexe 18)
- EELA Audio S24 (transmission portable PSTN)
- AUMIX Reporting (transmission portable GSM)

4. Architecture du système de diffusion Dalet + (y compris ordinateurs et serveurs associés)

Schéma globale



7.

SERVICES ADDITIONNELS



7.

SERVICES ADDITIONNELS

Sites Internet de ARC FM

Un site sera créé et rapidement mis en ligne. L'actualité restera la colonne vertébrale du site avec une information régionale sans cesse mise à jour et richement illustrée.

L'accent sera mis sur la complémentarité que peut jouer Internet par rapport à la radio avec en particulier des galeries photos. Nous allons développer cette partie en apportant un contenu ciblé sur l'actualité régionale et suprarégionale.

D'autre part, une partie du contenu sera automatisé (podcast et journaux audio) et l'interactivité sera renforcée entre web et radio. Des blogs gérés par les animateurs viendront compléter la partie programme.

L'écoute de la radio sera évidemment possible en direct par streaming.

Service SMS

Des services SMS seront mis en place en collaboration avec l'entreprise MNC SA basée à Lausanne.

1. Titre

Pour connaître les références d'un titre diffusé sur votre radio, envoyez pendant sa diffusion le sms 'ARCFM TITRE' et envoyez le message au 939. Quelques secondes plus tard, vous recevrez le nom de l'artiste et du titre diffusé.

2. Info

Vous vous trouvez sur les lieux d'un événement insolite ? Faites-en nous part ! Tapez 'ARCFMINFO' suivi de votre texte pour un sms, ou d'une image pour un mms, et envoyez-le au 939.

D'autres services pourraient voir le jour comme par exemple l'envoi de la météo, des news, etc.

RDS sur l'autoradio

Le Radio Data System (RDS) est un système de transmission de données numériques sur les ondes des radios de la bande FM. Nous pourrions aussi introduire ce service.

Les auditeurs pourraient donc découvrir les titres de leurs chansons préférées sur leur radio ou autoradio grâce à ce système.

DAB et HD radio

Dès que ces technologies seront déployées, nous demandons à pouvoir diffuser nos programmes et services associés sur celles-ci.

8.

**AUTRES REMARQUES ET
EXPLICATIONS**



8.1

CHRONOLOGIE DE LA MISE EN PLACE

- J 0 = Octroi de la concession
- J 90 = Recrutements des animateurs, intégrateurs et programmeur
- J 120 = Fabrication des bases nécessaires à la programmation musicale (2 mois à 100%)
Lancement des formations pour les animateurs et intégrateurs (1 mois)
- J 150 = Emission zéro
- J 180 = Date de lancement « ON AIR », si suffisamment d'émetteurs en fonction

8.2

Nombre d'habitants selon
l'Office fédéral de la statistique :

337'679



CH-2010 Neuchâtel, OFS

Monsieur
Pierre Steulet
Es Planches 10
2842 Rossemaison

Référence du document:
Votre référence:
Notre référence: od1
Collaborateur/trice responsable: Corinne Di Loreto
Neuchâtel, le 26 septembre 2007

Cher Monsieur,

Suite à votre demande du 24 septembre 2007, nous vous transmettons ci-dessous les renseignements désirés. Nous attirons votre attention sur le fait que les chiffres de population correspondent aux résultats de la statistique annuelle de la population (état à fin 2006), alors que les chiffres pour la population francophone de la commune de Bienne émanent du Recensement fédéral de la population 2000.

Population du canton de Neuchâtel:	168'912 habitants
Population du canton du Jura:	69'292 habitants
Population du Jura bernois:	51'374 habitants

(le Jura bernois comprend les trois districts de Moutier, Courtelary et La Neuveville)

Population francophone de la ville de Bienne: 48'655 habitants au total dans le Recensement fédéral de la population 2000 (49'038 à fin 2006), dont 13'695 francophones, soit 28,15% de la population.

Populations de	Yverdon-les-Bains:	24'696 habitants
	Estavayer	4'564 habitants
	Yvonand	2'447 habitants
	Delley-Portalban	781 habitants
	Cheyres	884 habitants
	Cudrefin	1'034 habitants

Nous serions heureux que vous mentionniez la source des informations si vous pensez diffuser ces dernières. En restant à votre disposition pour tout autre renseignement, nous vous prions, cher Monsieur, d'agréer nos salutations les plus cordiales.

Démographie et migration



Corinne Di Loreto